

做中国企业的思想者

企业家日报

ENTREPRENEURS' DAILY

Chinese drinks 中国酒
weekly 周刊

今日 4 版 第 051 期 总第 10361 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 责编:杜高孝 版式:黄健 全年定价:450 元 零售价:2.00 元

2022 年 3 月 5 日 星期六 壬寅年 二月初三

新闻周刊 | News bulletin

五粮液老窖池遗址修缮
计划获国家文物局批准

近日,国家文物局下发《关于四川省 2022 年度全国重点文物保护单位文物项目(不含安防消防防雷)计划的批复》(文物保函[2021]1086 号),五粮液老窖池遗址保护性修缮计划被列入 2022 年度全国重点文物保护单位保护项目计划同意实施项目名单,成为本次获批 31 个项目唯一白酒行业项目。此次五粮液老窖池遗址保护性修缮计划内容包括:本体保护、展示利用、环境整治等三大工程。

新疆和硕葡萄酒
产业链目标产值 3 亿元

日前,新疆和硕县举办葡萄酒产业发展座谈会,推出一系列葡萄酒产业高质量发展新举措。到 2025 年,全县酿酒葡萄种植面积预计扩增至 9 万亩,种植环节收入达 1 亿元以上。在现有 15 家葡萄酒生产企业基础上,新增 5 家葡萄酒生产企业,年产葡萄酒 5 万吨以上;力争培育 5 家规模以上葡萄酒生产企业、10 家精品特色葡萄酒庄,年销售收入达 1 亿元以上,葡萄酒产区全产业链综合产值达 3 亿元。下一步,和硕产区的重点任务包括推进种植基地建设、做优做强精品酒庄、推进科技服务体系等多个方面。

习水今年计划种植
13.25 万亩有机高粱

自 2 月 20 日起,习水县农业农村局组织多名农技专家分三个组奔赴全县各乡镇(街道),集中对镇村干部和群众开展农业政策宣传、有机高粱种植技术培训,全力帮助农民春耕备耕,确保全县今年有机高粱丰产丰收。目前,全县有机高粱生产物资已免费发放种子 132500 斤、有机肥 1.1 万吨。2022 年,习水将继续坚持“政府引导、企业主体、订单种植、合同收购”原则,计划在全县 20 个乡镇种植有机高粱 13.25 万亩(其中,茅台订单面积 10.75 万亩、习酒公司订单面积 2.5 万亩),全面推进有机高粱产业持续健康发展,促进农民增收增收、助推乡村振兴。

浙江嘉兴
规范散装白酒经营

为切实做好白酒生产经营领域治理工作,浙江省嘉兴市海盐县市场监管局近日开展辖区散装白酒行业风险隐患排查工作,主要针对辖区散装白酒经营单位,进一步规范散装白酒经营行为。海盐市场监管局下一步将结合检查情况,组织辖区散装白酒经营者进行有关散装白酒食品安全知识培训,进一步规范散装白酒经营行为。

金徽酒部署
西安市场销售工作

日前,金徽酒销售西安有限公司 2022 年营销大会召开。复星全球合伙人、金徽酒股份有限公司董事长周志刚在会上强调,2022 年西安销售团队要继续坚持“精准、聚焦、不对称”的营销策略不动摇,在“C 端置顶 终端运营”上深化转型。具体包括做好精准营销,深度培育消费者及大客户运营,实现销售目标配套激励机制,利用数字化为消费者提供会员化服务等。

青岛啤酒品牌
酒吧布局超 200 家

日前,青岛啤酒在投资者互动平台表示,公司积极推进品牌传播与渠道创新,通过沉浸式全方位品牌推广模式引领消费升级背景下消费场景多元化的营销新趋势,目前已在全国布局 200 余家“TSINGTAO 1903 青岛啤酒吧”,进一步打造啤酒沉浸式体验新高地,不断满足消费者个性化、场景化、便捷化、高端化等多层次需求。(综合)

致敬时代英雄！
洋河股份探访“抗美援朝”功勋老兵

春节期间,一部以抗美援朝战役为背景的军事战争片《长津湖之水门桥》,用动人心魄的影像再现了中国志愿军战士悲壮的一幕,激荡起中华儿女内心深处质朴而深沉的家国情怀。

日前,山河无恙、万里长安——致敬“抗美援朝”功勋老兵行动在南京举办。洋河股份工作人员怀着对英雄们的崇高敬意,探访了吴在国、陈关福、刘精一、朱兴科、林志洲五位“抗美援朝”功勋老兵,并向他们送上果篮、《长津湖之水门桥》联名定制礼盒等慰问礼品。

“老照片”背后的烽火岁月

抗美援朝老兵大多已是耄耋之年,在他们家中墙壁上的相框里,依然珍藏着年轻时穿着军装的照片,照片虽已泛黄,依然掩盖不住当年意气风发的眼神,那是向往新中国必胜的坚定。

90 岁的林志洲老人,曾参加抗美援朝原山防御战、上甘岭战役,战斗中荣获三等功一次,战斗二等功一次。1952 年 12 月,林志洲所在的第 24 军奉命由元山港开赴战场中线,

接防已在上甘岭持续作战多日的志愿军部队。“上甘岭是去了就回不来的地方。”林志洲说,“我们全部准备好了牺牲。”

1953 年 3 月 5 日,敌军来犯,炮弹如雨点般落下,尘土飞溅,满山硝烟。雨水、鲜血、泥土,模糊了视线。“我们不停地扔手榴弹、射击,踏着战友们的鲜血往前冲!”经此一役,连里 120 人,仅剩 20 多人。“抗美援朝,保家卫国,不能有半点退让。”如今,老人身体健硕、精神抖擞,在讲述曾经的故事时慷慨激昂,仿佛又回战场,令人肃然起敬。他胸前佩

戴的军功章,是他一生的荣耀。

战争虽已远去,老兵精神却越发闪亮。这些都曾在青春年华为国出征的勇士,他们既有“书生执戈”的血性,又有“功成身退”的淡泊,是“最可爱的人”,更是最可敬的人。如今的美好时代,正是无数老兵英勇果敢拼杀出来的。致敬老兵,便是致敬一个浴血奋战的时代。

以梦想致敬时代英雄

为感谢英雄们用青春与生命筑起了祖国的安全屏障,纪念抗美援朝的崇高精神,在慰问过程中,洋河股份向抗美援朝老兵们送上了一份“特别的礼物”——洋河大曲《长津湖之水门桥》联名定制酒。

这款定制酒于大年初一与电影《长津湖之水门桥》同步上线。作为《长津湖之水门桥》白酒行业独家合作伙伴,洋河股份宣布将洋河大曲《长津湖之水门桥》联名定制酒 2 月 1 日-2 月 28 日期间的销售额,全部捐赠给中国退役军人就业创业服务促进会。

当抗美援朝老兵收到这份意义非凡的“礼物”时赞不绝口,纷纷表示这款酒唤醒了他们对过往时光的怀旧情怀和经典记忆,“80 年代,我就在美国超市见到了咱们的洋河酒。”陈关福老人激动的表示,当时在异国他乡见到中国白酒,特别的骄傲。而酒盒上“人民,是创造历史的动力”十个大字,更让他们感受到了浓浓的家国情怀。

春满枝头,山河无恙,良辰皓月,万里共襄。只有铭记历史,敬畏历史,才能捍卫今日的山河美好,岁月安康。此次洋河股份组织山河无恙、万里长安——致敬“抗美援朝”功勋老兵行动,听老兵讲述胸前每一枚勋章的故事,感受他们报效祖国的满腔热血和赤胆忠心,这是对历史的铭记,是对时代的致敬,也是对未来的守望。(梦之蓝社区)

春华秋实初心不改
蔡洪坊酒业 2021 年度企业年会盛大举行

■ 蔡文

日前,河南蔡洪坊酒业有限公司 2021 年度企业年会在新蔡县飞龙中州国际饭店盛大举行。蔡洪坊酒业董事长李华伟、党支部书记黄成国、总经理王永华、总工程师刘洪亮、财务总监周振礼,蔡洪坊酒销售公司总经理佟树伟、市场部总监魏树钰、浓香事业部品牌总监宋拥军、酱香事业部品牌总监李鹏飞、郑州销售大区营销总监习同山,生产公司、销售公司全体员工及特邀员工家属代表逾 300 余人共聚一堂,共襄盛盛。

勤奋探索砥砺前行,春华秋实初心不改。蔡洪坊酒业总经理王永华从经营成果、市场表现、品牌建设等方面对公司 2021 年度各项工作进行了全面总结,从经营定位和业务策略两方面阐述了 2022 年度战略发展规划。他在讲话中指出:2021 年,是蔡洪坊酒业全面变革而又充实忙碌的一年,豫酱一号上市、新团队组建,招商有序进行、消费者运营持续开展。新的一年,我们应正确认识存在的问题,相信蔡洪坊拥有“变革”的力量,同声相应,同气相求,同道相行,高质量、快速推进公司发展及工作进度。深入理解并贯彻公司的新思维与新模式,围绕各项策略动作,狠抓落实,勇于担当,奋力冲刺 2022 年的目标任务。

会上,王永华重点对 2022 年的生产经营工作进行了规划解读与部署安排。他强调,企业现阶段一定要牢固树立“一切为了销售,销



售创造价值”的思想。生产公司要全力以赴确保 2022 年“生产安全、品质安全、成品酒供应安全”,为全年既定销售目标的完成做好支撑保障。销售公司要高质量高效完成市场布局、选商扶商、联盟体签约和资源合伙人、核心消费者发展等过程指标,持续落实并保持对消费者运营动作的饱和度。2022 年,销售公司要以“覆盖驻马店,谋局大中原”为指导方针,本着“新产品、新团队、新模式”的战略定位,完成河南各市县空白区域的市场招商,形成蔡洪坊酒业增量与存量双轮驱动的营销发展布局。

在表彰环节,公司党支部书记黄成国宣读了《蔡洪坊酒业关于表彰 2021 年度工作先进个人和先进集体的决定》。会议现场,对年度劳动模范、工作先进个人、最佳进步明星、最佳销售支持、销售会战之星、优秀管理者、年度销售标兵、年度优秀团队进行了隆重的表彰奖励。

“蔡洪坊”品牌的先天地位、产品品质与市场地位严重不匹配,蔡洪坊酒业蕴含的巨

大能量刚刚开始释放。蔡洪坊酒销售公司总经理佟树伟在年度营销工作报告中说,2021 年虽然受疫情、灾情影响,但公司的销售收入、销售利润双双实现逆势增长,销售额较 2020 年增长 71.7%、六大销售板块年增长率均超过 30%;新品“豫酱一号”市场运作得当、放量稳健向上、开局良好、未来可期。蔡洪坊酒销售公司超额超量完成全年销售目标任务,蔡洪坊人用实际行动拼出了实实在在的业绩,蔡洪坊人奋发作为的状态、敢闯敢试的斗志、开拓进取的精神有目共睹。

上下同欲者胜,风雨同舟者兴。佟树伟部署了 2022 年营销战略:打造好营销专家、运营专家、行业专家、产品专家“四专”员工队伍,全面落实高端化建设、规模化建设、板块化建设、品牌化建设“四化”建设方略,深度推进“蔡洪坊”+“豫酱一号”双品牌驱动、“浓香+酱香”双品类发展,深度优化蔡洪坊特色技术营销、文化营销、品质营销的内涵;强力推进氛围产品“大单品”工程、常规产品“金网银网”工程、高端产品“联盟体”工程、宴席专业化工程、创新模式、创新渠道,做深做透大本营市场和战略核心市场,完成郑州、周口、信阳、南阳、平顶山、漯河等地市场的招商布局,重点渗透布局 2 至 3 个省外市场;在产品、品牌、广宣、团队层面,保持定力、持续用力、精准发力,向资源匹配、理念相投、模式共鸣的合作伙伴提供可持续、良性的发展模式,最大程度的帮助经销商与终端,把产品“卖得快、卖得多”,实现良性的市场销售,持续强化蔡洪坊在河南白酒市场的优势地位。

吉时吉刻,现场顿时锣鼓喧天。大者思远,能者任钜,庄严而神圣的授旗仪式更是鼓舞人心。蔡洪坊酒销售公司总经理佟树伟走上舞台为浓香事业部、酱香事业部及各营销区域、营销板块负责人郑重授旗。之后,他郑重地从蔡洪坊酒业总经理王永华手中接过销售公司战旗。现场,鼓声隆隆,口号嘹亮,战旗飘飘,气氛热烈而庄重,将年会气氛推向最高潮。

这一刻,连接着蔡洪坊的过去与未来,凝结着蔡洪坊人一年的收获与希冀。蔡洪坊酒业董事长李华伟在讲话中,首先代表公司对全体员工在过去一年的辛勤付出表示最衷心的感谢和最真诚的慰问,向受邀前来参加年会的员工家人们表示最亲切的问候和最美好的祝福。他说,2021 年,蔡洪坊酒业坚定高端培育、坚持营销突破、重视品牌形象打造和消费者培育,取得了来之不易的经营成绩,向着新征程又迈出了坚实的一步。2022 年,是影响蔡洪坊酒业未来发展至关重要的一年,蔡洪坊酒业战略发展需要新高度,更需要新高地,全体蔡洪坊人要以以往无前的奋斗姿态、富有模式创新的颠覆精神、持之以恒的学习精神、务实执着的执行力、坚定-坚决-坚持的意志品质,锚定目标再发力、再提升,奋力谱写引领驻酒崛起、助力豫酒振兴和高质量、高效益发展新的篇章。



双汇熟食

SHUANGHUI DELI

三重卤,更入味



千年福祿寿 万家海葫芦

酿造单位:贵州省仁怀市王丙乾酒业有限公司
出品单位:贵州省仁怀市狄康春酒业有限公司
服务热线:18586361133 (沈先生)
13608529997(张先生)



GUIZHOU
MAOTAI ZHEN