



中國糖酒周刊

经理日报
THE MANAGER'S DAILY
责编:王萍 编辑:唐勤
版式:陈松 校对:刘晓燕
2010年5月17日 星期一

协办:中国贵州茅台酒厂有限责任公司

宋河如何担当“中国性格”？ 谦和与张扬也许是宋河实现二次升级的一剂法宝

□孟梵

为宋河也有钱。
对宋河广告的几点质疑：
1)中国地大物博，人口众多，语言丰富，地区差异性大，在历史的发展长河中有着分区域的多重性格。比如形容中国妇女的美丽可以有：江浙的灵性美；四川的辣味美；东北的丰满美；西安的古典美；内蒙古的粗犷美；京津的风度美等等。那么中国人的性格到底是什么？勤劳、朴实、善良、聪慧还是怯弱、自大、短浅和自私。记得某位作家写过一篇《丑陋的中国人》，那么宋河想要表达的中国性格是什么？是《赤壁》背景下三国纷争表现国人之间的体力与心理上的争斗？如果说“中国性格”还给消费者想象的空间，比如八年抗战的不屈不挠；面对灾害的众志成城；四大发明的聪明智慧；中华崛起的豪迈雄心等；但三国演义的群雄逐鹿表现着中国白酒的现状吗？可见宋河想一统天下的野心过早地暴露了。
2)选择代言人张丰毅演绎的曹操也有几大失误：
曹操兵败赤壁，无功而返，预示着宋河的跨行业作战的结局？曹操在大众心目中是奸臣代表，野心膨胀，可否代表宋河的心态？
曹操在影片中饮酒做诗，却是“唯有杜康”，很让宋河人失望？
3)在娱乐极大丰富的今天，娱乐化的《赤壁》已经是过往云烟，记得去年的这个时候就有白酒厂家利用《赤壁》首映来宣传品牌，宋河下手已晚矣。
对品牌宣传的几点建议：
1)在商品极大过剩的今天，媒体受众的分流越严重，广告效应日趋弱化，而成本却水涨船高。企业应珍惜有限的市场资源，使其发挥最大化效应。
2)中国企业在广告宣传上经常犯的错误有：表现出众，但诉求无力或者是诉求有力，表现无奇，因为广告定位而产生的失误有时对品牌是一种伤害，所以要谨慎使用和变更你的广告。
3)广告从效果的角度来看分为引起注意、留下记忆、吸引购买、改变观念四个方面，最终的目的是产生消费；
4)品牌定位和诉求力求简单、清晰，并具有连贯性，因为品牌是个累积的过程。
宋河从“共赢”的务实到“一统”的野心，也反映中国白酒企业的浮躁的心态和急于成功的迫切愿望，愿河南的白酒品牌能真正“驰骋中原，傲首九州”。

宋河的谦和

宋河 2002 年外来资本的介入，体制的根本性变革，市场化运作、名人代言，以“共赢天下”的品牌理念和适应消费者口味变化的“平和”的品质概念，逐渐从河南这个“酒窝子”中脱颖而出，并担当起河南白酒复兴的使命，开始周边开疆拓地的进程。
宋河的成功有以下几点：
1)品牌根基：有老品牌复兴的基础和环境。
2)资本运作：药业财团的后备，决胜终端的前提；
3)品牌定位：“共赢天下”的感性谦和和“平和”的理性诉求。
但是宋河省外突围一直不很顺利，许多地方都是无功而返，而外来的洋河经典等白酒品牌已加紧了对河南本土市场的侵蚀，所以“中国性格”也许是宋河实现二次升级的一剂法宝。

宋河的张扬

关于“中国性格”的出台我不得而知，大众消费百姓恐怕更是一头的雾水，初衷很明确：品牌升级，省外突围。宋河之所以选择赤壁背景下的“中国性格”有几个理由：
1)“中国性格”覆盖面广，适合全中国人民，与宋河的全国扩张策略相吻合，中原文化在中国历史文化中有着重要的地位。可以立足河南，放眼世界。
2)时尚热点的操作。《赤壁》的热映与宋河白酒联系在一起，形成更多的“眼球”效应。特别是宋河的代言人张丰毅在电影中扮演曹操。
3)糟糕的广告也许是最有效的，学学史玉柱的脑白金，新闻热点好能产生更大的市场反馈效应，因

外来的和尚好念经？远“水”难解近渴？ 跨行业巨头：涉“水”而行 “钱”途未卜



药企“不务正业”分羹“茶饮” 天士力康恩贝杀入普洱茶产业

从近日闭幕的云南茶博会上传递的各种信息来看，多家国内知名药企正意欲杀入云南茶叶产业，这将催生市场产品多样化带来的行业利润新增增长点。
在国内中药的领军企业天士力集团斥巨资杀入云南普洱茶产业之后，云南省普洱茶行业协会秘书长朱志安近日透露，浙江康恩贝集团也有意投入巨资，进军普洱茶茶饮料领域。省内某知名药企也正在与滇红集团对双方的合作进行细节性的磋商，一旦成形，滇红集团将借助该品牌药企雄厚的资金、技术和研发实力获得新的发展动力。事实上，早在 2007 年普洱茶行业跳水之前，云南澜沧江啤酒企业集团就在 2004 年全资成立了临沧澜沧江茶业有限公司。而此前专注于生物制药领域的龙润集团在涉足普洱茶产业后，已经开创出了一个全新的普洱茶知名品牌。
虽然各界对于由云南普通茶原料加工、衍生出的新产品评价不一，但目前定位普遍偏向中、高端消费群体的茶饮料新产品在本届茶博会期间所受到的关注程度，似乎并不比传统的普洱茶饼、绿茶等产品低。在天

士力的速溶性普洱茶产品、云南贡润茶叶的茶膏产品展区前，人气旺盛。“对于云南省普遍资金、技术实力弱小的茶叶厂商来说，和拥有雄厚资金、技术优势的外来企业合作，是一个很不错的选择。这也让众多原来生产药品的企业在进入茶饮料产品领域后，有着一些优势。”临沧市茶业协会人士告诉记者。而在结合了这些优势后，云南茶饮料衍生出的新产品开发进程出现了加快趋势。天津天士力帝泊尔销售有限公司西南大区销售经理罗春雷介绍，在已开发出的产品的基础上，公司下一步即将推出枸杞普洱、菊花普洱、柠檬普洱等新产品。贡润茶膏的生茶产品，也即将推向市场。
“为什么一些在传统领域做了几十年、十几年的老茶企，被一些新入行的新茶企轻松超越？除了后者的资金、技术优势外，后者开发的新产品带来的新消费方式，或许将成为拉动云南茶饮料的一个全新发展方向。”普洱一参展商告诉记者。这个新方向或许将成为让云南茶农在未来享受到产业发展成果的新得利益点。
(达 食)

今年饮料市场注定不平静！因为多了一些新的“军团”。你看，水塔老陈醋开卖果汁、乳业巨头完达山山上去火茶、生产洗发水的霸王集团推出了凉茶……今夏，饮料市场将“硝烟弥漫”，至于前景如何，只有等到秋后算账才知。

做洗发水和醋的都来抢饮料生意

半个多月前，以生产洗发水著称的霸王集团推出了“霸王凉茶”，这一举动在业界引起了不小的震动。
此前，投资 6 亿元、年产 90 万吨的完达山饮料基地已在江苏建成，并预测项目全部投产后可实现销售额 25 亿元。巨头跨行业生产饮料的还不仅是霸王和完达山，山西水塔陈醋也不失时机地推出“水塔果汁”。专家认为，行业巨头逐鹿饮料市场看重的是市场前景，但其“钱”途也未卜。

5 月 12 日，记者在沈阳市场走访时发现“水塔果汁”已有售，不过尚未发现“霸王凉茶”，厂家表示已在南方部分城市上市。完达山一内部人士表示，产于鞍山的完达山去火茶早已在沈上市，不过其所生产的凉茶、果汁等尚未上市沈城。

沿用原有品牌消费者真的认可？

5 月 12 日记者联系了霸王、完达山及水塔，对于公司为何会进军饮料业，各公司均讳莫如深。
完达山公司相关负责人表示，现在的市场需求是多方面的，经营单行业的企业发展优势就会变小。从企业自身来说，多行业发展也是企业发展的终极战略目标。随着饮料市场广阔前景越发凸显，公司顺势进军了饮料行业。

对于霸王、完达山及水塔开卖饮料，吉林一家饮料公司负责人韩先生说，我国饮料市场巨大，“钱”景无限，但市场上 80% 的饮料都被几大巨头垄断，而品牌效应对销量影响非常大，不知名的品牌饮料企业日子并不好过。

“像霸王、完达山、水塔这些品牌的知名度都比较高，消费者都听说过，所以更容易被认可。”韩先生说，这些企业所选择的饮料品种的前景也比较好，如凉茶、果汁相对来说是比较健康的饮品。

他认为这些企业之所以进军饮料业，一是看到了饮料业的良好市场前景；二是拥有品牌优势，具备完善的管理及营销团队；三是以此分散资金流，实现产业多元化发展。韩先生表示，这些行业巨头资金雄厚，或许会加剧饮料业的竞争，但却难以改变饮料行业现行格局。

协会：企业应力寻新卖点

记者从中国饮料工业协会了解到，2008 年我国饮料总产量已达

6200 万吨，2009 年超过了 8000 万吨。目前，我国已成为世界第二大饮料生产国，有业内人士预测，今年总产量有望过亿吨。

中国饮料工业协会专家表示，近几年来我国的凉茶、果汁饮品销量不断增加，市场竞争也越来越激烈，生产凉茶或果汁的企业越来越多，建议新企业或跨行业进军饮料的企业能够找准定位，寻找新卖点。

“比如日本、韩国的无糖茶饮料销售得非常好，可是国内却很少有企业生产。”专家说，目前国内企业扎堆生产凉茶或有糖茶饮料。专家表示，作为行业的“后来者”，在把握好市场的同时，也要适度拓展新市场，开发新产品，而不能随波逐流，这样才能在激烈的饮料行业中立足。
(华 晨)

专家点评 多元化前景难料

著名危机管理专家、清华大学教授王微表示，现代企业会随着行业的竞争激烈而产生危机感，危机要么产生于企业内部，要么产生于外部，通过产业多元化可以缓解危机分解甚至化解，这也是很多企业在一个产业成熟后向着另一个产业进军的重要原因。

品牌专家谢付亮表示，企业进行产业多元化符合市场发展规律，特别是当企业在某一领域、某一行业成为“领头羊”时，进行战略调整更有利于化解风险、保存或增加实力。就霸王、完达山和水塔进军饮料行业，谢付亮认为这种选择并非盲目，而是与原来产业密切相连，如霸王是“中药世家”，而凉茶也需要金银花等中药材，有相通之处。

完达山和水塔都属于食品行业，生产饮料无可厚非。不过，他认为这些企业生产的饮料应该改名，而不应该沿用原来的，如喝“霸王凉茶”时易给人喝洗发水的感觉。在这方面，国际大企业做得就比较好，如日化巨头宝洁公司也生产薯片，就没有叫“宝洁薯片”或“海飞丝薯片”，而是培育新的品牌，这样抗风险能力更强。

不过，对于这三家企业的发展前景，谢付亮认为“钱”途未卜，很难预测。他表示，目前饮料业竞争相当激烈，国际、国内大牌众多，如果后入者在管理、产品创新、营销策划等多方面出现问题，也会遭到淘汰。

“老济啤”挺进饮料“蓝海” 产出国内首款发酵类纯粮饮品

5 月 12 日笔者获悉，以济南啤酒集团原技术及管理人员为班底的山东朝能福瑞达生物科技有限公司，结合啤酒技术及日本饮料技术，研发在国内尚无竞争的纯粮发酵饮料，并意欲凭借这一高端产品重现昔日繁荣。
2006 年底，山东省商业集团总公司(鲁商集团)与济南市国资委和济南啤酒集团正式签署重组协议，受让济南啤酒集团全部国有股权。2009 年 6 月 6 日，青岛啤酒集团与山东省商业集团总公司就“趵突泉啤酒”项目签署战略合作协议，青啤出资收购济南鲁商趵突泉啤酒销售有限公司 100% 股权和“趵突泉”系列商标权等，鲁商集团承诺停止啤酒生

产，全面退出啤酒业。
去年 10 月，鲁商集团以啤酒集团原技术人员和管理人员为班底，成立了山东朝能福瑞达生物科技有限公司，确定以五谷杂粮、天然草本为原料的纯粮饮料产品打开市场。经谨慎思考，最终决定利用既有优势研发新产品——源自俄罗斯传统饮料“格瓦斯”产品的“瓦卡萨”，首批产品已于 4 月底投放在济南市的 70 家酒店。
据介绍，新产品兼具啤酒及饮料的口感，对于驾车者有替代饮酒的作用，这是此款产品最大的卖点，其保健功能更是调制类饮料所不具备的，是国内第一款发酵类纯粮饮品。
(王 爽)



稻花香总工程师谢永文荣获市劳模称号

本报讯 近日，湖北省宜昌市委工委会暨全市劳动模范表彰大会在宜昌剧院内举行，稻花香集团总工程师谢永文被授予“宜昌市劳动模范”荣誉称号。湖北省总工会副主席陈义国，宜昌市委书记郭有明，市委副书记、市长李乐成等领导参加了此次会议。
多年来，谢永文带领稻花香全

体科研人员，不断攻克白酒技术难关，改造和提高传统白酒工艺，以提升产品的内在品质和科技含量，其研制的多项产品广受市场欢迎，成为市场上长盛不衰的产品；同时他积极与其他单位合作，不断提高自身专业技术能力，完成了多个项目的研发，他带头研发的“白酒生产管理自动控制系统”通过了湖北省重

大科技成果鉴定，获得宜昌市科技进步三等奖；他还充分利用自己所学专业及实践所得，撰写了多篇论文、著作，发表在国家级刊物、行业杂志上，为白酒行业的发展贡献了巨大力量。2008 年 11 月，谢永文被湖北省酒业协会授予“湖北酿酒大师”荣誉称号；2009 年 3 月，又获得“2008 年度湖北省省管专家”

称号。
郭有明在表彰大会上发表了重要讲话，他说，此次表彰的是为全市改革开放和现代化建设作出贡献的各行各业精英人物，他们不仅创造了巨大的物质财富，也创造了丰富的精神财富，值得全市人民学习。
(褚亚军 陈曦)