

企业传真 | QiYeChuanZhen

三大思路 “三步”前行

孔府家酒 向 30 亿级企业强力迈进

10月7日，借助2010年秋季全国国酒会在京城济南隆重召开的机会，“孔府家打造30亿级白酒企业高峰论坛”在山东颐正大厦隆重召开，孔府家面向全国，全面奏响了“向30亿级白酒企业强力迈进”最强音。

孔府家酒业有限公司董事长邱振新对未来几年内的发展规划作了重要讲话，就孔府家围绕“30亿”大目标而推出的营销思路，为与会者作了详细的解读。可以说，在鲁酒阵营发生深刻变革的大背景下，30亿企业战略的出台，恰逢其时，对“孔府家”来说意义重大，它表明这个企业在经过五年的恢复性增长之后，已经具备了实现跨越式发展的实力，由此而来的商业机遇值得关注。

三大思路，全面推进“30 亿”战略

在此次大会上，董事长邱振新围绕“30 亿战略”，就孔府家下一步的发展和营销思路作了详细的解读，提出三大思路，为全面推进孔府家“30 亿”战略打下了良好基础。

一、借助外脑，全面提升营销战略，打造中国白酒强企。今年年初，企业选择与盛初通达韦思咨询公司做咨询，并选派有实战经验的资深咨询师做贴身服务、策划指导，以此提升营销战略，积极打造全国各区域市场的全新营销模式，增强企业核

心竞争力。

二、集中优势、打造强势品牌，力推强势主导产品。根据公司的总体规划



划，以孔府家、礼誉天下、曲阜为主导，逐步形成三大品牌系列；以儒雅香、芝麻香、府藏孔府家酒、窖藏孔府家酒为主线产品，全国统一营销模式，借势发力，强力推广。

从一定程度上说，品牌阵营规划是孔府家创新的灵魂。通过对企业品牌规划和产品线的梳理，孔府家酒业公司确立了三大核心品牌，三大主导产品。

“三大品牌”即在重点巩固强化“孔府家”这一核心品牌的同时，相继推广“礼誉天下”品牌和“曲阜”品牌形成三大品牌方阵；“三大产品”是指重点以“府藏”系列、“窖藏”系列产品来提升“孔府家”在政务商务白酒市场的影响力，并快速强化“儒雅香”系列

产品的高端发力。以上“三大香型、三大品牌、三大产品”组合，构成了未来企业发展的“三·三”核心发展战略。

三、优化服务、相互协作、共同发展。服务作为一种营销组合要素，越



来越引起人们的重视。为了更有效地为大家服务，孔府家酒业公司对服务市场的细分、服务差异化、有形化、标准化以及服务品牌、公关等问题进行

了系统的研究，并制定了科学的服务营销战略。今后很长一段时间内，企业还将进一步加强与经销商的联系与合作，诚信服务、诚信经营；进一步完善售前、售中、售后服务，急经销商之所急、供经销商之所需，切实为经销商朋友解决营销中的实际问题，让经销商朋友满意。

“三步走”计划，力推孔府家品牌价值回归

在会上，董事长邱振新围绕“30 亿”战略，还重点提出了“三步走”的计划，为快速而全面地推动孔府家品牌价值回归提供了保障。

第一步，进行企业品牌架构再建、产品线再造、根据地市场深耕、省外重点市场优化提升。重点对“窖藏”、“府藏”系列产品线进行战略性

培育，营造营销氛围，升级营销模式，构建以市场为导向的企业营销组织，打造根据地市场样板。

第二步，进行品牌信誉再建、实现品牌价值回归，构建优势产品线、构建区域板块优势市场。重点使高端产品“礼誉天下”在省内形成点状区域内的高端化，“窖藏”系列在根据地及重点区域市场内形成中端化，府藏系列在根据地及重点区域市场形成中、高端化，孔府家战略主导性产品多区域推广，并选择性导入企业主力产品。

第三步，形成全省化营销网络篇文章来源华夏酒报盖。重点把高端产品“礼誉天下”在省内战略性市场进行纵横推广，构建省外重点优势板块区域市场和出口国外市场。同时健全流通、商超、终端、团购营销网络，特别要实现：高端产品团购“大突破”，孔府家酒出口再攀高峰。（齐鲁）

【短评】

孔府家 以边际效应彰显鲁酒文化

毫无疑问，“30 亿级企业战略规划”的出台表明，“孔府家”已经站到了一个崭新的、更具活力的发展平台上，用三到五年时间进入中国新名酒第一梯队，领衔鲁酒发展的企业战略已经清晰可见。

此次“孔府家”的战略部署会带动鲁酒发展新一轮高潮，由此而来

的市场机遇和边际效应不言而喻。

作为一个具有全国影响力的品牌，面向全国市场无疑是“孔府家 30 亿企业战略”的终极目标，不过起点一定是济宁根据地市场的打造。

在此前召开的打造 30 亿级企业战略发布会上，济宁—曲阜两地政府领导纷纷到场，并对“孔府家”

未来寄予厚望。作为全国性白酒知名品牌、儒家文化的标志品牌，孔府家酒的强势崛起，不仅会为济宁、曲阜的经济发展做出应有的贡献，同时也表明了山东白酒产业的蓬勃发展和鲁酒文化的强势崛起，鲁酒崛起也必将深刻地改变中国白酒产业竞争格局。（魏名）

在第八届中国国际农产品交易会上

“中国名牌”华英产品受到热捧

10月18日至22日，第八届中国国际农产品交易会暨第三届中国郑州农业博览会在河南省郑州市国际会展中心隆重举行，河南华英农业发展股份有限公司应邀参加了会议，其

产品受到消费者的热捧。

国家农业部部长韩长赋在致辞中说，本届农交会参展企业多、展示面积大、产品琳琅满目，活动丰富多彩，他希望各参展团和来自国内外的

广大客商抓住商机，开展合作，争取更大收获。

据了解，本届农交会展区总规模103万平方米，共分六个板块。作为东道主，河南省在郑州国际会展中心

二楼专门设立了“河南省展示交易区”，共有660家企业和235家农民示范合作社参展，展位1445个。河南华英公司的展示交易区前，常常挤满了慕名而来的消费者，他们对华英公司的产品赞不绝口。

目前，华英公司全面通过了ISO9000质量管理体系、HACCP体系、GAP良好农业规范和ISO14000环境管理体系的认证，具有自营进出

口权。华英牌系列产品畅销全国并远销国外20多个国家和地区，市场占有率达15%以上，被评为全国质量管理先进企业、全国食品安全示范企业、中国食品工业百强企业、华英产品也成为“中国名牌”、“无公害农产品”和“中国名牌农产品”，“华英”商标也被国家工商总局认定为中国驰名商标。

（董菲）

5 年计划销售 10 亿元人民币

金门酒厂全力进军祖国大陆市场

金门高粱酒提价抢滩“登陆”

据海峡导报报道，10月19日下午，在金门酒厂举行大规模签约仪式上，厦门祥顺和经贸发展有限公司正式拿下金门高粱在华东区、华中区、华南区经销权。

按照金酒公司的规划，从今年8月份起，金酒开始调整大陆经销商结构——取消原有省级经销商，改以地级市或区域经销商或特殊通路为主，让金酒在大陆市场原有基础上，提升企业市场营销质量与秩序化。而祥顺和公司，正是这一规划中第一家与金酒签约的大区域经销商。此次签约所涉及的销售区域，共计11个省市，涵

盖37个地市，以及4家全国连锁卖场通路。

品质取胜“高举高打”

金酒希望通过新布局，尤其是邀约大陆白酒销售商加入，将金酒的市场优势从台湾延伸到大陆。金门高粱去年在祖国大陆的销售总额为6000万人民币，今年的目标是12亿。而金门酒厂实业股份有限公司总经理姚松龄透露的5年目标则是10亿！按他的说法，大陆一年白酒市场销售额大约是2000亿，五粮液、茅台等约有100多亿的市场，金酒这个目标“绝不为过”。

而要完成这种蜕变，姚松龄的信心主要来自金酒本身的品质。“精品白酒部分，未来会成为大陆市场的主攻方向。”姚松龄说，来大陆若只是做一般白酒，不符合金酒的定位，未来金酒就是要瞄准高端市场，和五粮液、茅台等一类酒竞争。

在台湾，金门高粱几乎是酒的代名词，市场占有率达到80%以上，但在大陆，金门高粱的路才刚刚开始。坚信金门高粱的酒品不输给茅台、五粮液，姚松龄用提价来展开“登陆”大计。从9月16日起，金门高粱全系列的销售价格上调15%。一个月后，对于涨价之后的市场反应，姚松龄笑称，涨价之后，卖得更好了。



要酿“全中国人的白酒”

过去，金酒在祖国大陆的经销商主要是以台商为主，并没有纳入实力强劲的大陆白酒经营团队，姚松龄希

望未来可以加以改变。

收回市级经销商审核权后，金门酒厂希望可以让更多有实力的白酒销售团队，都成为金门高粱“登陆”的渠道，希望能更贴近市场、更本土化。

为提升金酒的销量，姚松龄还拟定更加细致的策略，未来要成为金酒大陆的经销商，必须懂中式白酒的销售，有丰富经历，最好是有实力的大团队。姚松龄说：“要用贴近市场的方式，用真懂销售中式酒的人来推广，未来才能成为全中国人的白酒！”

姚松龄还表示，目前金酒的高粱已经向东北、内蒙古等地采购，未来希望可以做到销售大陆的白酒均采用大陆的原料。（张燕娟）



老牌名酒谱品牌新篇 西凤酒 重磅亮相 CCTV

自2010年9月起，西凤酒全新品牌形象广告片重磅亮相CCTV-1黄金档剧场，此次西凤酒改头换面，在广告片中深挖历史内涵，“国脉凤香，西凤酒”的《传承篇》广告立意新颖、制作精美，讲述了西凤酒3000年无断代传承的凤香典范。

此前，西凤酒新版广告《传承篇》率先亮相CCTV-新闻频道《新闻1+1》、《新闻调查》、《面对面》栏目及CCTV-3《星光大道》。作为中国老牌名酒——西凤酒，在2010年不仅以形象制胜，更与央视黄金剧场强强联合，锁定了央视黄金资源，重拳出击创造品牌先机，进一步强化西凤酒在白酒行业的领导地位，全面展示了西凤酒在国内市场雄厚的企业实力。

新战略 加速新航程

西凤酒是“凤香型”白酒的典型代表。1952年在第一届全国评酒会上被评为四大名酒之一；1963年在第二届全国评酒会上被评为八大名酒之一。50多年来，在时间和市场的洗礼中，西凤酒始终以其过硬的品质受到消费者的青睐，成为中国白酒行业屹立不倒的翘楚。

近年来，西凤酒集团在竞争中发展壮大，并坚信企业发展的一个真理：品牌就是生产力。在实施品牌发展战略的过程中，以品牌拓展市场，以品牌占领市场，使西凤酒产品销售均以40%以上速度快速增长，企业实现了跨越式发展。2009年，西凤酒销售收入超过20亿元，并获年度“全国轻工业卓越绩效先进企业特别奖”荣誉，西凤品牌总价值达6923亿元，名列2009年全国白酒类品牌第8位。短短几年之内，西凤酒以其迅猛的成长速度发展起来，令世人刮目相看。

新高度 2010 创新高

2010年，西凤酒按照“全面提升、重点突破、资源聚焦、精细管理”的营销工作方针，借力央视大平台，全面加快西凤品牌全国化的进程。

2010年，对西凤来说是进取之年、拼搏之年、腾飞之年。上半年，西凤集团实现销售、利税分别同比增长503%和549%，全面超额完成半年15亿元的销售计划，顺利实现了时间任务双过半。

随着白酒旺季的来临，让我们祝愿西凤酒酒香，香飘千万家。西凤品牌与强势CCTV的联合一定会产生最大化的收益。让我们拭目以待吧，共同关注西凤酒的蓬勃发展！

（本报记者 王剑兰 王道海）

在职攻读工商管理硕士博士学位

拥有全球认可的硕士博士学位，展现中国中高层管理者的学识魅力和人生及事业航标

【CAU 硕士博士学位班 致力于凝聚中国中高层实力人士和管理精英】

中国教育研究会引进 California American University 工商管理硕士博士学位项目，旨在培养中国现代化建设和国际化发展所需的工商管理高级精英人才，并与北京大学、中国人民大学、首都经济贸易大学、东北大学、国家人事部（人保部）中国高级公务员培训中心、中国经理人联合会等的相关部门合作，并经四川、陕西、辽宁、湖南、山西、哈尔滨、佳木斯、安阳等省（市）的组织人事部门批准举办。该项目中国校友会已凝聚了数千名中高层人士和管理精英。

【CAU 硕士博士学位班 致力于使中国学员在职攻读并获得硕士博士学位】

California American University 工商管理硕士博士学位课程融合了国际工商管理界新的理论和实践研究成果。课程学分和论文指导与答辩，在一至两年内通过在职学习和节假日集中授课而完成，论文经中国学术委员会和答辩委员会专家指导并答辩合格，即授予工商管理硕士博士学位。California American University 硕士或博士学位全球认可，并在国外移民时享受硕士或博士学历学位计分。其学位经美国加州州政府认证公证、中国有关部门认证公证、中国人事部（人保部）国家人才库高级人才资格备案登记后，作为聘任、晋升、职称评审等的重要依据。还可申请全球国际认证与注册协会的国际高

级工商管理师资格认证。

【CAU 上千名中国学员校友中的部分学员校友】

中国测试技术研究院院长、中国中纺集团副总裁、中国九冶建设总经理、中国阳光投资基金董事长、中国武警总医院院长、中国网通安徽公司总经理、中国宝业集团副总裁、中集建设集团南方公司董事长、广东省人大副秘书长、山东省法制办主任、大连工商行政管理局局长、捷众投资集团董事长、东风扬子江汽车（武汉）总经理、深圳时代财富集团董事长、湖北泰跃集团副总裁、胜利油田发电厂党委书记、江苏长博集团董事长、台州农科院院长、山东路桥集团总经理、河南信房集团董事长、太原青龙事业集团董事长、新疆创天集团董事长、武汉公交集团董事长、重庆国际复合材料董事长、重庆索特星博化工董事长、四川福康建设集团董事长、成都华神集团董事长、成都飞机工业集团医院院长、攀枝花光华集团董事长、广西润松投资集团董事长、云南省第一人民医院院长、贵州百花医药集团董事长、抚顺矿业集团董事长、山东恒星集团董事长、甘肃建筑工程总公司总经理、黄淮海投资集团董事长、霸王国际集团董事长、天津歧丰集团董事长、德州品华集团董事长、天津现代集团总经理、河北千山事业集团董事长、万事利集团副总裁、宁波港集团副总裁、山东春申集团董事长、香港百陶集团董事长、维迪阿投资银行董事长、华夏银行直

属部总经理、内蒙古信安投资集团总经理 ……

具有 3 年及以上中高层管理履历和相应业绩者均可报名，经学术水平和工作业绩评估合格即予正式录取

请向 California American University 中国硕博（成都）索取《报名申请表》

电话：028-68230686、86679136

传真：028-86671520

California American University(也称“加州美国大学或加利福尼亚美洲大学”)是美国教育文化基金会(U.S. Education & Culture Foundation)直属正规大学（美国加州州政府教育部 www.bppve.ca.gov、美国联邦政府移民局 www.ice.gov、大学 www.calamuniv.edu），总校位于美国加州洛杉矶阿罕布拉市，校园环境舒适优美，现有2000多名在校生及数百名毕业于全球名校的博士级教授。学员以美籍为主且大都是工商界的高级主管与精英，还有中国大陆及港澳台和全球数十个国家的国际学员，其中不少学员已在本国政府身居要职或担任工商及金融高级主管。