

高扬质量旗帜 打造河酒品牌

■ 母新利

在 60 年的历史发展中,河套酒业在消费者心中具有了深厚的文化内涵和丰富的品牌联想,它代表着淡雅浓香的品质、绵甜净爽的口感、机械化自动化的酿酒、现代化的企业管理、深厚的河套文化……而这种种联想背后,就是河套酒业多年来一直值得信赖的质量,种种因素造就了这个质量为先的基础上,综合起来,才是消费者心中一个完美的河套酒。质量,是河套酒业为消费者服务的核心价值观,是河套酒业人人永无止境的不懈追求。

多年来,河套酒业始终坚守“质量是企业生命,是企业发展的根本”的理念,得到了市场的认可,更得到了消费者的信任。

产品质量企业良心

民以食为天。随着人们对高品质生活的追求,人们对食品安全也越来越重视。可以说,一个企业的产品质量决定一个企业的命运,是一个企业产品质量的体现的是一个企业是否全心全意为顾客服务的公德心。

在“以质量为核心”这一理念的指导下,河套酒业相信,靠质量赢得顾客的信任和忠诚才是真正的立身之本。河套酒业自高层领导到基层员工具有强烈的质量意识,始终坚持把质量作为永恒的主题、无尽的追求,认真真卓有成效地推行质量管理。

企业制定了“至纯至真、以质取胜、全心全意满足顾客”的质量方针,“产品合格率达到 100%、顾客满意度达到 80%以上”的质量目标和产品等于人品的质量理念。确立了“五不能、四为主,三不放过”的质量思想。“任务再重,质量第一”的思想不能变;困难再多,抓质量的劲头不能松;资金再紧,用于质量的投入不能少;人员再忙,抓质量的班子不能散;工作再多,一周一次的质量会议不能改。质量与数量发生矛盾时,以质量为主;质量与生产条件发生矛盾时,以质量为主;质量与成本发生矛盾时,以质量为主;质量与其他环节发生矛盾时,以质量为主。原因查不清不放过;事故责任人不处理不放过;

改进措施不落实不放过”。通过理念的灌输与制度的执行,使全员在思想上摆正了质量和效益的辩证关系,为公司树立全员质量管理理念,提高产品质量,贯彻落实质量管理工作的各项方针、政策提供了思想和制度保证。

以标准化酿造高品质的河套酒

河套酒业把抓质量管理和建立健全质量管理体系及体系认证紧密结合在一起,引进卓越绩效管理体系,建立起了质量安全保证体系。

在实施全面质量管理的基础上,贯彻学习了国际通行的 ISO9002 质量体系标准,并于 1997 年一次性通过了质量体系与产品质量“双认证”,成为内蒙古最早通过双认证的企业。

这些年,公司在以总经理为首的质量管理委员会带领下,严格按照质量体系标准,建立健全了公司、车间、班组、销售四级质量管理网络,完善了质量目标、质量思想等保证体系;修订和整合了三大标准体系,即技术标准、管理标准、工作标准业,形成了 24 类 258 项企业标准体系,保证了全面质量管理的标准化、法制化、科学化。同时,我们还在公司内推行“以人为本、目标成本、质量为本”的“三本”管理模式,引入了 OEM 管理、6S 管理、A 管理、OA 协同办公管理平台等先进管理方法和模式,导入 ERP 信息管理系统。

同时为提升检测实验室的管理水平,加强食品检测工作,制定《实验室资质认定总则》,并对食品检测人员进行了培训学习,于 2009 年河套检测实验中取得了自治区计量认证资格,使企业的生产管理水平 and 产品质量水平不断得到持续提升。2005 年河套酒业被确认为国家 AAAA 级标准化良好行为企业;2006 年又通过了中国酒类产品质量等级认证,成为目前内蒙古自治区白酒行业唯一一家通过中国食品质量等级认证的企业。2008 年被中国食品安全年会组委会授予内蒙古自治区诚信企业、年度中国食品安全

年会食品安全示范单位;2011 年被评为内蒙古自治区质量先进单位。

酿酒机械化、自动化生产, 确保河套酒质量安全

河套酒业在传承中华民族白酒固态发酵传统生产工艺的基础上,并与现代科技相结合,第一家研发和实施了酿酒机械化、自动化生产,为中国白酒业闯出了一条新路子,改变了中国白酒千百年来手工坊式的生产方式,解决了全民高度关注的工作安全问题,从原粮收储进筒仓、粉碎、蒸料、发酵、馏酒,整个生产过程酿酒原料不落地,做到了准确配料和清洁卫生、安全标准生产,实现了循环经济和生态酿造,确保了食品质量安全。

科学检测:先进科技设备保证高品质

河套酒业制定完善了产品质量安全检测体系,投入巨资购置了大量先进的分析检测仪器和设备。配备了国内行业处于领先水平的惠普 6890、4890 气相色谱仪、GC-2010 PLUS 带电子捕获检测器的气相色谱仪、ICS-2500 离子色谱仪、日本岛津氨基酸分析仪、日本岛津液相色谱仪、安捷伦气相色谱-质谱联用仪、VIS 紫外可见分光光度计、近红外光谱仪等设备,进一步使原料采购、原酒生产、分析、储存、半成品勾调、新产品开发以及成品酒出厂把关等产品生产全过程得到了有效的微量与监测,极大满足和提升了企业对酒中的微量成分的检测和控制需要,使产品质量与卫生指标稳定提高。

细化质量管理流程

河套酒业大力推行全员参与、全过程控制的全面质量管理,并将其贯穿于供应、生产、销售的每一个环节中,实行从原辅料进厂到成品出厂一条龙检测的流程管理。严格生产过程中的质量控制,严把工序关。公司

加强了质检机构建设,在整个生产过程中设立了五道关口、八个关键部位和二十个重要质量管理点,每个关口的质检员都拥有一票否决权。开展了生产现场定置管理,规范了生产工艺流程。

其次是加强供应链质量控制,严把进货关。公司对供应商的选择都要经过严格考察。根据国家标准制定了检验标准、检验细则及判定规则,建立健全了检验制度及检验记录。建立了供应商供货质量档案,对供应商定期进行业绩评价,为其建立质量追溯制度以及信用档案回馈制度,择优劣汰,从源头上防止和遏制了产生质量问题的漏洞。从而实现了原料进厂生产到最终产品的每一个环节,都可追溯和全程监控。

加大技改,扩充产能, 确保河套酒供应

为了不断提高产品品质,为消费者提供满意的河套酒,河套酒业坚持以生产规模保证河套酒的质量。目前,河套酒业拥有中国酿酒工业协会认定的“中国北方第一窖”,拥有窖池 8900 个,占地面积 16 万多平方米,年产优质原酒 5 万千升,原酒储存能力 12 万千升,成品酒生产能力 12 万千升,确保了河套系列酒均为自产,保证了河套酒的优质品质。

2012 年,河套酒业被自治区人民政府授予“2011 年自治区主体质量奖”,是自治区获奖的 5 家企业中唯一一家获此殊荣的食品企业。同年,内蒙古自治区质量技术监督局向河套酒类检测有限公司颁发了《实验室资质认定计量认证证书》,标志着河套酒业顺利通过实验室资质认定,并继续享有对外出具检测报告的权利。

“质量是企业永恒的主题和生命”,河套酒业将继续秉承“超越自我,追求完美”的企业精神,高扬质量旗帜,深入、持久地落实企业食品安全管理从标准体系、制度体系到检测体系的全程控制体系,全面提升产品质量和服务质量,把河套系列酒产品打造成一个在全国范围内享有优良质量信誉的品牌。

智能家居 如何打响品牌战

在国内,智能家居作为一个新兴产业,市场潜力巨大,那么行业发展现状如何?智能家居品牌推广需要考虑哪些因素?

智能家居市场潜力巨大, 引众企业竞“折腰”

近两三年以来,智能家居快速发展,已经成为家居行业的一匹黑马,国内外品牌都在抢夺市场。

1、物联网推动普及
随着物联网技术的应用,尤其是无线传感网络技术的应用,提高了智能效果,还解决了布线的麻烦,节约成本。

在物联网及 3C 融合的国家产业政策下,越来越多的政府部门,大众媒体,终端用户开始关注并了解智能家居。特别是无锡、苏州、杭州等地,政府对于物联网的具体应用和承担地区都做了详细的规划。尽管从我们经销商的角度来看,好像产业政策没有太大关联,但其实这种影响是由上至下,慢慢渗透的。笔者在深圳就遇到几位做投行的朋友,仔细听我讲述了智能家居的现状 & 趋势,并不停地问我是否能推荐具备投资价值

的公司。可见,逐利的资本层已经开始在慢慢渗透行业,相信过不了多少时间,智能家居领域必然会更多家的上市公司。

2、行业融合加剧
2013 年行业融合将持续加剧,且某些领域将迎来价格战。从今年的安博会上,我们明显地看到可视对讲领域的领军企业纷纷推出了智能家居整体解决方案,且展出了“各自”的产品。其实道理很简单,从模拟到数字,厂家必须从产品转型为卖方案。而当初被寄予厚望能带来产值成倍提升的数字对讲机价格已经下滑得非常厉害。可以预见的是,明年数字对讲领域必然迎来新一轮的价格战,或许这也是一些新入品牌的机会。

3、降低中间成本为发展关键
“智能家居”确实让人很心动,真正实现远程控制家居的一切。而想要真正在中国大规模推广智能家居,需先把价格降下来。否则,智能家居高高在上,无法让消费者真正接触到,最后也无法实现经济效益。其实智能产品的成本并不高,但几近默认为暴利行规使得中间商在其间大幅提价,以至于最终呈现在消费者面前的数字近乎天价,所以整个行业的产品销量都大不起来。所以优化产业中间的架构是节省智能家居成本的第

一步。

品牌发展 影响智能家居对外辐射

现在绝大多数智能家居厂商在产品上面,均想做完整的一套智能家居系统。由于集成商的技术水平限制,导致品牌和品牌之间的整合成为一个难题。

此外,目前的智能家居产品在安装方式、使用方式上均比较复杂,没有一个统一的行业标准,与没出现大企业品牌也有直接关系。因此,不成熟的市场,需要大企业的强势品牌去引导和宣传,增加智能家居的普及度,以品牌形成企业的聚合效应也是扩大生产企业在产业链话语权的重要途径之一。首先,所有事情归根结底都是人的事情。因此解决树立品牌的问题,企业的掌舵人必须要树立品牌意识。学会从卖价格到卖价值、从卖价格到卖价值和从经营市场到经营客户。其次,改变错误的认知。如,把品牌定位混同市场划分、把品牌定位看作产品差异化、把品牌定位误认为竞争优势、把品牌定位当成广告语和认为品牌定位是企业价值观,或将其

等同于企业文化。最后是制定品牌营销策略。在品牌塑造中,企业的品牌在累积了一定的知名度后,一定要建立品牌喜好度,进而建立忠诚的合作关系,这才是品牌营销策略。

在日常生活中,消费者对一个品牌的认知通常是经过“我听过——我知道——我用过——我会再买——我还会推荐朋友去买”这样一个过程,而智能家居生产企业的品牌营销就是让我越来越多的甲方对品牌从“我知道”转变到“我会不得不买”。举例说明,在中国智能家居行业,有不少通过地产战略合作形式来争夺市场。地产战略合作是一种强强联合的跨界合作形式,地产商通过供应商品牌优势、资格调查、产品选型、工厂实地考察、招投标对比等环节层层筛选,最终优选出产品稳定、外观精美、价格合适、供应实力强、服务信誉好的企业作为其合作伙伴。这种战略合作有效增进了资源共享,减少了不必要的交易环节,节约了采购成本,最大程度保证了工程质量,为地产楼盘树立了统一的形象,也为部品企业的发展奠定了稳定的根基,因此,可以说,它是一种双赢的合作方式,也是解决行业弊端的一种创新方式。

营销锦囊

营销出高招 化妆品广告互动吸引眼球

Nars 缎面唇笔广告形象

最近品牌 Nars 在推广它的新产品——缎面唇笔的时候,就选用了互动电影这样一个营销手段。Nars 品牌希望通过互动电影,传达一种你虽然不能前往专柜,看看什么样的唇色最符合你的肤色。但是你只要通过这样一个小小的互动电影,根据各种风格和情绪的配比,你就可以轻松地选出来这样一个创造你唇部新色彩的唇线笔。

Nars 缎面唇笔互动电影

Nars 这次要推广的缎面唇线笔的收件为 17.5 英镑,如果按照常规的杂志广告和电视广告直接的产品宣传,并不会达到他们所期待的效果,毕竟唇线笔已经在慢慢地退出了大家的化妆包,而 Nars 利用在互动电影中短短 5 秒的方式,通过嘴唇颜色的选择(所有相匹配的配乐),很直接地给你一个感觉,让你依旧自己的感觉来选择,从而也使



Nars 这次要推广的产品个性化更强一些。

其实在去年,已经有很多的化妆品牌加入了互动营销这一方。摆脱了传统的广告营销形式,而是采用互动电影或者更新的微电

影的模式,让产品能够更直接地走进消费者。而这种营销手段,中国消费者也是非常买单,新颖的模式和有趣的画面,更是能勾起消费者无尽的购买欲。

香奈儿指甲油创意广告

见过有趣的手指舞蹈吗?这次可不太一样。大胆创新地将指甲油作为主角,让涂满 Chanel (香奈儿)le Vernis 指甲油系列的手指成为歌舞剧舞台的焦点,演绎出优美典雅的一出舞蹈。让手指也能跳舞,各种鲜艳颜色的指甲油,仿佛搭配成了一首欢快的舞曲。

OLAY“Hold 住 25 岁”系列微电影

以“Hold 住 25 岁”为创作理念,董璇,刘忻, Danielle 主演微电影七大篇章,并在微电影中邀请了 25 个普通女孩共同探讨 25 岁以上的理想、事业、青春、爱情、家庭和健康话题。而最终是为推广新装升级多效修护霜产品。此次的方案也是玉兰油品牌在微电影领域的第一次合作,无疑这次的微电影将进一步打破传统广告投放思路,建立起一整套更为精准且更具用户吸引力的品牌营销方案。(OnlyLady 女人志网站)

品牌策略

中国服装从何突围 “洋品牌”：设计、品牌、营销



数据显示,在我国高档服装市场上,国际品牌占据约 2/3 的地位。今年 1 月,我国重点大型零售企业男衬衫销售前十位的品牌市场占有率为 33.3%,比上月下滑了 1.6 个百分点。女装、童装也分别下滑了 3 个百分点和 1.4 个百分点。

在这样的情况下,中国服装想要突出重围,就必须在各个方面有所提升。

在设计方面,中国服装设计还停留在起步阶段,离世界知名品牌所要求的“独具风格”有较大距离。打破服装同质化,形成自己的风格,要靠具备国际视野的设计师和独特的设计理念,用现代的手法,架构起更具“国际范”的设计体系。对此,中国服装协会常务副会长陈大鹏表示,服装企业要把最具核心竞争力的东西提炼出来,以此定位这个企业在市场和产业中的位置。“当前,这个核心力更体现在融合中国文化和世界潮流的设计。”

在品牌方面,如何将品牌的关注度变得更为持久,需要吸引人的理念和叫得响的服务。品牌要让市场接受,还需要在服务上下功夫。北京白领时尚服饰有限公司董事长苗鸿冰在接受媒体采访时表示,品牌服装要满足顾客消费层面和心理层面的需求。企业要让客户感受到“专属定制”般的服务,从而发掘新的需求。

而在服装的营销方面要更加多元化。大连思凡有限公司总经理周严表示,在不影响品牌定位的情况下,中国服装企业可以尝试经营渠道的转变,包括搭建互动平台、创新门店模式等。营销转变的核心是增加顾客和品牌之间的沟通。包括新的店铺形态,新的产品结构等。

一直以来,谈到中国服装业,有两个印象。第一,“中国是世界第一的服装制造出口大国”,第二,“中国是世界最大的服装消费国”。然而,由于国人独特的消费心理让自主品牌很难占据本国市场。我们也不得不承认,世界一体化进程,让国人在潜移默化中形成了一种观点:国外的东西比国内好。

2013 年 3 月 22 日习近平主席携夫人彭丽媛访问俄罗斯时,彭丽媛的衣着打扮迅速在国内掀起一阵流行旋风。经媒体查证,我们国家“第一夫人”的衣着穿戴全部是由国内服装厂商生产制造。这一举动极大地提升了国内服装在国人心中的形象。

事实上,通过近几年的快速发展,中国服装已经有了长足的进步。

数据显示,2011 年 1-12 月,纺织服装制造业销售收入总额达到 12476.497 亿元,同比增长 27.33%;利润总额达到 769.287 亿元,同比增长 32.92%。2012 年 1-6 月我国规模以上企业累计完成服装产量 124.7 亿件,比 2011 年同期增长 7.73%,其中梭织服装 63.52 亿件,针织服装 61.18 亿件,分别比 2011 年同期增长 8.05%和 7.40%。规模以上企业 14243 家,主营业务收入同比增长 11.66%;利润总额同比增长 9.66%;限额以上企业(单位)服装类商品零售额累计 4538 亿元。

近日,在北京举行的 CHIC 中国国际服装服饰博览会上,记者看到,很多国内品牌服装,无论在选材上,还是设计上,都能让人眼前一亮。业内人士表示,中国服装在品牌建设、营销手段等方面上都在不断地完善和创新,在未来的发展中将拥有巨大的潜力,在国际舞台上也会越来越有竞争力。(赢商网)

用海尔热水器 享受海尔真诚

热水器——家家清洁洗浴的必备品,我家里那台陈旧的热水器,漆面斑驳,水温时高时低,早已面目全非,全家人都一直要求换一台新的。新年也忙完了,我去商场选取了一台以服务和质量著称的海尔热水器。在办完手续后我回到家里等待着,当天海尔的师傅就按时带着热水器上门来了。他们来到家里就开始了安装工作,在选取了最佳位置后,先动手仔仔细细地清扫着以前热水器留下的污垢后,再仔细地检测着安装线路,我看在眼里,感动在心里,一时竟不知道说什么好了。在清洁污垢完后熟练地安装好了热水器,接着仔细地给我演示了该产品的操作和注意事项,并且还细致地给我讲解海尔的延保服务,让我们知道产品有了更长的保修时间的优惠政策。在这次与海尔人的接触中,我看到了海尔的真诚,感受到了服务的周到。(文文)