

里程碑式的“入驻”

——河套酒业营销指挥中心移师内蒙古首府述评

■ 本报记者 王建蓉

2013 年 4 月 29 日，内蒙古河套酒业集团隆重举行集团营销指挥中心入驻自治区首府呼和浩特市分公司庆典仪式。

据了解，河套酒业呼市分公司是河套酒业大内蒙战略的最重要一环，将被打造成为集团全国性物流配送和营销指挥中心。除保证生产系统正常运行外，还承担生产展示、接待服务等功能。此次营销指挥中心正式入驻，将实现营销中心的集中管控和集中分配资源，为河套酒业更好地挺进全国大市场奠定坚实的基础。

一些媒体人士认为，河套酒业的这一“入驻仪式”，既具有较大的象征意义，也具有超过表面现象的实际价值。当年中共中央从西柏坡移师北京，意味着将拥有全国政权的历史性巨变。世界上的大型企业集团常常将其总部尤其是营销机构设置在天时地利的一线城市，既有象征性的意义更是扩张市场做大营销的现实需要。

河套酒业这一似乎并不直接创造经济效益的行动，同样具有耐人寻味的重要意义。近年来，以草原文化和黄河文化有机结合打造的河套酒品牌，成为了中国白酒界异峰突起的名品新锐，造就了浓香型白酒生产规模 and 产量的中国北方地区双第一，成就了权威认定的“北方第一窖”，被酒界专家称之为中国北方浓香型白酒的典范，开创了北方地区浓香型白酒的新纪元，2011 年又同五粮液、茅台等资深酒企一起跻身于中国白酒工业前十强。所有这些，无不同河套酒业做强做大内蒙市场、走向全国大市场的营销战略有关，同河套酒在全国 20 多个省市自治区发展了近 500 家经销商，形成了以内蒙古西部区为基地、周边省市为前沿，辐射全国的营销网络有关。

去年以来在多种国内外因素的掣肘下，中国经济开始发生受困于市场需求的深刻变化，宏观经济的历史性下行更折射出转变发展方式及产业升级的巨大困难，白酒行业也面临着新的巨大的挑战，行业竞争全面升级，公款消费遭受扼制，塑化剂风波横生枝节，白酒市场日渐凸显大品牌、大区化发展态势，整合重组、结构调整、发展转型渐成趋势……已经成就“中国驰名商标”“全国重点保护品牌”“中国 500 最具价值品牌”等诸多荣耀的河套酒业，同样面临着新一轮的严峻考验和挑战。

2012 年是中国经济界公认的初现增长“拐点”甚至“危机”的转折之年，高速发展了三十多年的国民经济风光难再，企业界普遍困难，诸多名企跌入低谷，河套酒业却利用体制规范、引进战略投资者、完成股权归集与转让工作及改进管理理念等，建立起高效、科学的股份制现代企业体制，加上长期建树的良好品牌形象、企



营销指挥中心入首府呼市将为河套酒业更好地挺进全国大市场奠定坚实的基础。图为河套酒业呼和浩特分公司新办公大楼。



呼市分公司是河套酒业大内蒙战略的第一步。该图为一流先进的设备

业形象、消费者口碑及团队稳定等优势，通过全体员工自我加压和负重奋进，取得了逆势攀高的卓越成效，使充满艰辛的 2012 年成为了河套酒业发展历程中最不平凡的一年；公司有史以来技改动作最大、投入最多、员工收入最高、为地方财政作出贡献最大；各项工作都取得了新的突破，企业实力和品牌知名度达到了发展历程中的新高点。

河套酒业的 2012 年曲折而辉煌，河套酒业的 2013 年却充满变数，宏观经济形势愈益严峻，行业发展遭受冲击，市场恶性竞争不断加剧等若干问题。

也许正因为如此种种原因，河套营销指挥中心移师内蒙古中心城市的重要性凸显出来。亲临集团营销指挥中心入驻首府庆典仪式的公司董事长张庆义，对公司呼市项目组的工作给予了充分肯定。这位被人称为“知天道、了人道、明商道”的著名企业家，早在今年初就意味深长地指出：2013 年面对白酒行业

的严峻形势，我们要严格审视自己的经营方案，同时认清自身的优劣势所在，从而充分运用自身的张力，下决心做好今年的工作。

集团副董事长、副总经理张卫东在入驻首府庆典仪式上坦率陈词：呼市营销指挥中心的启用，是河套酒业的重要里程碑，将对集团营销决策、市场建设、人才引进、信息物流等方面起到重大作用，并将进一步提高河套酒业对市场的预测性和敏感度。“公司希望能营造一个良好的工作环境，精心管理、通力合作、优质高效地完成销售任务。”

正如前来呼和浩特考察的河套酒业“根据地”杭锦后旗旗长满都拉所言：希望呼市公司要担负起新使命，为河套酒业走向全国奠定坚实的基础。

事实上，在发展是硬道理成了市场是硬道理的今天，河套呼市分公司作为河套酒业集团大内蒙战略乃至全国市场布局的桥头堡，对于实现河套酒业今后



呼市分公司现代化灌装车间一角



呼市分公司不锈钢罐酒库

的发展战略极为重要。集团总经理王永强早在 2012 年全国经销商大会上即指出，白酒业已呈现出了一种竞争多元化、生产规模化、品牌集中化的行业发展态势，品牌已成为决定竞争优势的核心要素和制胜法宝。一个白酒品牌获胜的关键要体现在差异化上，体现在持续提升品牌影响力和知名度。他强调要努力探索高效、长期、共赢的厂商营销模式，切实保障经销商利益，规范市场管理，推进厂商共同事业的发展。

概言之，要在新形势下实现河套酒业的发展目标，将营销指挥中心从较为偏远的杭锦后旗转移到自治区首府，无疑是与时俱进的明智抉择，也是河套集团立足大内蒙战略进而加速进军全国大市场所走出的一步重棋。

“十二五”期间，河套酒业牢固树立由区域强势品牌成为全国著名品牌的愿景，制定实施了“调结构、树品牌、抓管理、拓市场”十二字方针，并在东

北、西北、华北进行重点市场运作，全力开拓三北市场，再在华中、华南等新市场大力发展经销商，做成样板市场，使河套酒产品成为新秀品牌。从而实现做实核心市场、做好潜力市场、做强弱势市场、进入渗透到新市场的营销目标。

因而，河套集团营销中心移师内蒙古首府，不但有利于搞好销售工作，还有利于加大品牌建设力度，精耕细作全区市场，巩固提升核心市场；同时加快网络布局，全力拓展外向型市场；规范市场管理，搞活市场运营机制，做好市场的服务保障工作；以及做好加强资源配置，激励经销商稳定快速发展等工作。从而使河套酒业在全面地牢固地做强做实内蒙市场的同时，加大将营销网络布局全国的力度，为在不利的宏观经济形势下持续奋进、不攀攀高夯实营销的基础。

建大平台、营造大声势、展示大品牌，向全国客商充分展示湖北食品产业的实力，让更多人“喝长江水、吃湖北粮、品荆楚味”，为振兴湖北白酒产业作贡献。

长模式，确保了玉柴品牌价值的持续提升，标志着玉柴具备了较强的抗风险能力，正以成熟稳健的发展态势，逐步向具有国际竞争力的大型跨国企业集团的目标迈进。

（陈曼华）

国家农业部首批认定河南众品为“全国农业农村信息化示范基地”

■ 本报记者 李代广

6 月 18 日，全国农业信息化工作会议在江苏宜兴召开，国家农业部副部长陈晓华、党组成员张玉香、江苏省副省长徐鸣、农业部有关司局负责同志；各省（区、直辖市及计划单列市）农业（农牧、农村经济厅）（局、委员会）、新疆兵团分管农业信息化的负责同志参加了会议。

江苏省副省长徐鸣致辞：会议交流推进农业信息化工作经验；认定示范基地，宣布首批全国农业农村信息化示范基地名单并授牌；工业和信息化部信息化推进司司长徐愈、商务部电子商务司副巡视员聂林海讲话；农业部副部长陈晓华作了重要讲话。

会议宣布了“2013 年度全国农业农村信息化示范基地”名单并授牌，全国共认定了 40 家单位。河南众品股份有限公司（以下简称河南众品）被认定为全国农业农村信息化示范基地。这是公司继今年 1 月被工业和信息化部确定为“国家级信息化和工业化深度融合示范企业”之后，获得的又一项“国字号”荣誉。

众品公司在会议上作了题为《信息化助推农业产业化》的典型发言。

河南众品是一家从事种植、养殖、农产品加工、冷链物流服务为一体的国家级农业产业化龙头企业，综合竞争力位居行业前列。公司是农业部等 8 部委授予的首批“农业产业化国家重点龙头企业”、“全国农产品加工业示范企业”、“全国新农村建设百强示范企业”、全国“农超对接”试点企业、河南省电子商务示范企业。多年来，该公司紧紧围绕“农”字，同时做好“农产品基地、农产品加工、农产品流通”三篇文章，通过信息化和信息技术应用，把工厂建设在农区，把技能传导给农民，把冷链延伸到农村，把市场连接到农家，探索出了一条“工业连农业、企业连产业、市场连基地”的农业产业化经营路子。信息化已成为该企业核心竞争力的重要标志，成为服务“三农”的推动力量。

在信息化应用中，众品公司在产业链上游环节，通过信息化带动养殖产业化发展；在加工制造环节，通过信息化和生产装备的融合，提升自动化水平和劳效；在经营管理环节，财务、仓储、销售及终端等管理系统均实现了对经营决策的支持；在分销和物流配送环节，通过信息化提高产销对接，促进农产品流通。信息化的广泛应用，有效助推该公司农业产业化发展。

众品公司以标准化产业基地为模板，运用信息技术在河南省先后复制了 5 个标准化农产品加工基地和冷链物流产业基地。公司还把此模式复制到了华北、华东、东北、西南等省区，在全国形成 15 个产业集群。信息化对推动企业快速扩张和模式复制起到了支撑作用，带动了农业基地化、规模化、专业化、标准化、集约化、订单化和农产品加工现代化、销售网络、流通一体化，并通过农业与加工业、制造业有机衔接，实现第一产业和第二产业联动，提高农业生产效率和效益，促进农业产业化和现代化发展，增加农民收入。

众品公司搭建的“中部农产品网”、“中国冷链网”电子商务交易平台，促进了农产品产销对接和农产品流通。

搭建大平台 营造大声势 展示大品牌 稻花香助力武汉全国秋季糖酒会

■ 通讯员 张丽

6 月 28 日，稻花香集团副董事长、总经理蔡开云组织召开集团参展武汉秋季糖酒会筹备会第二次会议，听取各工作专班负责人汇报工作进展情况，部署参展糖

酒会各项工作。

搭建大平台，组织 21 家企业参展。该集团已确立白酒产业、食品饮料产业、配套产业三大展区，21 家企业将集体亮相。稻花香、关公坊、三麦、千年缘、林酒等白酒品牌，玉米浆、营养果粒、特妙调味品，

以及 13 家玻璃陶瓷制品、包装制品企业将一齐魅力绽放糖酒会。

营造大声势，41 台花车全省巡游。7 月 8 日开始，该集团 21 家成员企业组织的 41 台花车，将分批奔赴全省各县市开展为期三个月的巡回展出；稻花香艺术团

将配合巡展开展专场文艺演出，以营造浓厚氛围、回馈消费者，让湖北“农字号”品牌香飘荆楚大地。

据悉，第 89 届糖酒商品交易会将于 10 月 8 日至 11 日在武汉举行。作为鄂酒龙头，稻花香集团全力发挥主场优势，搭

玉柴集团品牌价值持续提升 超 160 亿元

近日，2013 年第十届世界品牌大会暨（第十届）中国 500 最具价值品牌发布会在北京召开。经世界品牌实验室测评，玉柴集团以 163.82 亿元的品牌价值，荣登中国最具价值品牌排行榜第 105 位，较去年

上升了 1 位，品牌价值较去年上升 40 多亿元，居国内发动机行业之首。

2012 年是制造业的寒冬，国际经济形势严峻，全球制造业 PMI 持续低迷，国内商用车和工程机械行业整体下滑幅度较

大，玉柴集团以市场和质量为导向，通过加大产品开发、推进精益制造，不断提升产品质量、服务质量和经营质量，在逆势中稳健前进，主要产品市场占有率进一步提高，发动机、能源化工、物流等六大业务

板块并驾齐驱，国际战略性合作项目取得突破性进展，集团总资产持续增值。

品牌价值是企业经营绩效的表现，更是企业的兼并收购、投融资项目中的重要参考指标，玉柴创新驱动和内涵驱动的增长模式，确保了玉柴品牌价值的持续提升，标志着玉柴具备了较强的抗风险能力，正以成熟稳健的发展态势，逐步向具有国际竞争力的大型跨国企业集团的目标迈进。

长模式，确保了玉柴品牌价值的持续提升，标志着玉柴具备了较强的抗风险能力，正以成熟稳健的发展态势，逐步向具有国际竞争力的大型跨国企业集团的目标迈进。

（陈曼华）

“康奈世家”惊艳启幕 陈坤现场签名赠鞋 康奈借千人营销大会推高端品牌

■ 本报记者 何沙洲 特约记者 王滨



康奈集团董事长郑秀康(中)率集团高层与陈坤(右二)共同为“康奈世家”揭幕



郑秉毅总经理接受媒体采访



陈坤请主持人试穿康奈高端定制鞋

6 月 28 日，康奈集团在温州国际会展中心举办了以“伙伴携手，共创未来”为主题的 2013 营销大会暨冬季新品发布会。会上，康奈集团隆重举行了旗下高端品牌——康奈世家的启动仪式，康奈品牌形象代言人陈坤到场助阵，与康奈集团董事长郑秀康、集团公司总经理郑秉毅、集团公司副董事长郑秉莉等高层共同为“康奈世家”揭幕。新品发布会上，2013 康奈冬季新品和康奈世家冬季新品在中外模特精彩秀场中悉数登场，拉开冬季新品订货会的序幕。

“每个人都需要有一双好鞋，让每一步都走得很踏实、很享受。康奈定制皮鞋给我

一种精致舒适的感觉，这种感觉比任何我与鞋子的爱情故事都来得实在。”在发布会上，当被主持人问及与康奈鞋的故事时，著名影视明星陈坤不无幽默地脱下脚上的鞋递给主持人，笑着说：“你也试试。”他还透露，在同康奈合作前，穿过很多国际大牌的鞋，自从穿了康奈定制鞋后，出席很多重要的活动，都会选择康奈的牌子。活动现场，陈坤还将 5 双亲笔签名的皮鞋以抽奖的方式赠给了 800 位嘉宾中的幸运儿，现场气氛十分热烈。

在随后的启动仪式上，康奈集团四位高层与陈坤同时用手触摸钻石“鞋盒”打开，展现出闪亮的“康奈世家”品牌标志，配

合现场大屏幕的演绎，标志着“康奈世家”的成功启动，现场来宾掌声欢呼声雷动。

接下来以“城市·行走”为主题的 2013 冬季新品秀将现场推向了高潮。紧随其后的“康奈世家”新品秀，以华丽的钻石元素，以“足尖·奢享”为主题，生动展现了“康奈世家”拥有的尊贵感和品质感。

营销大会上，还进行了康奈品牌的业务宣导和“康奈世家”品牌定位说明。来自分公司、办事处的 4 位客户代表激情澎湃的发言，更是生动诠释了“伙伴携手，共创未来”这一主题。

在会后的媒体群访会上，郑秉毅总经理说，去年 1 月，康奈集团在温州市开出了

第一家高端皮鞋定制店，试水高端定制品牌“康奈世家”。经过一年多的运作，该品牌逐渐得到消费者的认可，已成功抢滩高端市场，媲美国际大牌。基于此，公司推出了高级定制品牌——康奈世家。接下来，公司将尝试以“集成店”、专卖店等终端销售模式，在国内市场上全面推出“康奈世家”品牌。

康奈高层表示，在国内外经济形势不佳的大背景下，康奈如此大规模举行千人营销大会并推出高端品牌，表明康奈对自身发展的信心，对未来经济复苏的信心，这对温州实体经济振兴、产业转型升级有示范意义。



康奈2013冬季新品订货会现场