

企业家日报

国内统一连续出版物号:CN 51-0098

邮发代号:61-85

值班副总编辑:肖方林

全年定价:450 元 零售价:2.00 元

做中国企业的思想者



履践社会责任 创造和美价值
五粮液亮相“2024 ESG 全球领导者大会”
[详见 P2]

终端赋能 经营用户
趵突泉酒业 C 化导向的竞争案例实践探讨
[详见 P3]

“为父老乡亲酿一杯好酒”
第三届泥坑酒文化节暨泥坑酒志编纂启动仪式举行
[详见 P4]

秦池酒业召开 国庆中秋销售总结大会

■ 傅波

日前,秦池酒业 2024 年中秋国庆销售总结大会圆满落幕。本次大会旨在总结复盘 2024 年中秋国庆会战工作,并对四季度工作做具体要求,表彰销售公司在会战中表现优异的集体和个人,提高团队积极性,进一步动员所有销售“战士”团结拼搏,扎实工作,确保全面完成今年的年度销售目标任务。山东秦池集团董事长胡福东出席会议。

胡福东总在总结大会发表讲话,明确企业发展方向和目标,并对全体员工提出了具体工作部署。

紧抓发展机遇,突破潍坊市场。利用潍坊本地酒企发展乏力的机遇,集中优势资源,全力突破潍坊市场,确保企业能在竞争激烈的白酒市场中脱颖而出。

打造大众酱香超级大单品,抓住大众酱香发展机遇,集中精力,聚焦资源,将龍碗酱酒 10/20 打造成潍坊地区大众酱香超级大单品。

全面精益化管理,提升费用使用效率。养成注重费用使用效率的作业习惯,逐步完善费用使用管理制度体系,提高资源利用效率。强化前后台协同,保持前后台沟通协同通畅,及时解决一线市场遇到的实际问题,确保重点工作高效推进。

强调龍碗酱酒品牌价值,构建品牌价值传播体系。以“品牌秦池”战略为指引,从渠道品牌建设、品牌活动、广告投放等方面入手,构建系统化的品牌价值传播体系,为突破潍坊市场提供品牌拉力。

打造人才梯队,建立公平开放的用人平台。鼓励有能力、有才华、有梦想的年轻人走向管理岗位,落实“能者上,弱者下”的人才使用机制,为企业长期稳定发展选拔更多中坚力量。抓好年终收尾工作,完成四季度重点工作。按照四季度重点工作部署要求,确保各项工作按时完成,为下年度市场发展打好基础。重点确保完成年度销售目标,根据各市场任务完成进度及全年任务完成进度,各大区要组织任务差额分解调度,努力完成年度销售任务。

会上,酒业总经理王建伟对第四季度重点工作进行了全面部署,重点聚焦“突破潍坊”战略。秦池酒业将启动“突破潍坊”战略工程,组织管理团队外出学习,并制定执行方案,成立专班工作小组推动相关工作。他强调,各销售公司要严格按照“三个聚焦、三个锁定、一个强化”的原则开展市场建设工作,并梳理各市场建设工作成果,为下一步开展制定市场建设方案提供数据支撑。要启动品牌建设系统化系列工作,全面打造“品牌秦池”,提升品牌影响力。同时,王建伟宣读了《2024 年中秋销售方案考核结果》,并对获奖的集体和个人进行表彰。

会上,智邦达李涛经理做《2024 年国庆中秋会战数据分析》报告,对会战的销售数据进行全面分析,总结经验,查找不足。随后,各大区经理分别对所属大区进行总结发言,分享成功经验,并对存在的问题进行深入剖析,并立下军令状,承诺在接下来的工作中取得更大的突破!

自胜者强,自强者胜。市场建设任重道远,唯有不断提升自身能力,不断创新突破,实施更加精准的市场策略,打造更加高效的市场执行力,方能成就更加响亮的品牌秦池,构建更加庞大的规模秦池。让我们携手共进,砥砺前行,让秦池美酒香飘万家!

借助数字化力量 打造便捷参会体验 第 111 届全国糖酒商品交易会将于 10 月 29 日至 31 日在深圳举办

“一颗秋糖两头甜!”,第 111 届全国糖酒商品交易会,将于 2024 年 10 月 29 日至 31 日在深圳国际会展中心(宝安)盛大举行。

全国糖酒商品交易会作为行业领先的商贸平台,商贸需求多如繁星。在展会期间,上千家展商汇聚一堂,展出近万件精美展品,涵盖传统酒类、葡萄酒及国际烈酒、休闲食品、饮品及乳制品、调味品及配料、食品机械和包装及供应链等多种品类,吸引了数万观众前来参观。糖酒会积极运用数字化手段,创新服务方式,为参展人员提供更优质便捷的体验。

日前,全国糖酒会小程序凭借数字化力量,为参会者打造了一场前所未有的便捷高效参会体验。在糖酒会拉开帷幕之前,参会人员

可通过小程序轻松完成预登记报名,抢先预览展品与展商活动,并实时掌握展会的第一手资讯,为参会做好充分准备。

展会期间,全国糖酒会小程序更是成为参会者的得力助手。通过它,参会者可以快速定位到心仪的展商和展品,也可以实时掌握现场活动安排,精准捕捉商机,极大地提升了参展效率。

而当展会圆满落幕,全国糖酒会小程序依然发挥着重要作用。参会者可以通过小程序回顾精彩活动现场照片,留下珍贵的记忆。同时,小程序还提供了展会问题反馈渠道,为进一步优化参展体验提供了宝贵的意见与建议。

可以说,全国糖酒会小程序以其强大的数字化功能,成功引领展会迈入了云展示+云交易的新纪元。它不仅为商贸对接与供需匹配注入了强劲动能,更推动了糖酒会向更加智能化、便捷化的方向迈进,为参会者带来了前所未有的参会体验。

数字化撮合商贸,精准捕获优质商机。海量商家展品云集,开启线上供需精准匹配新时代。糖酒会运用大数据技术,精心策划展商与观众的精准对接,搭建高效商贸桥梁。通过短信速达、邮件专送及 AI 智能语音电话等全方位、智能化提醒手段,助力您的商业信息瞬间穿透市场迷雾,直击目标客户,大幅提升商贸撮合效率,共创商业合作新辉煌。

革新展会体验,线上线下无缝融合。小程序引领展会筹备与互动新风尚。在展会筹备之初,智慧小程序便助力参展商提前布局,抢占先机,获取展会资讯快人一步。展会期间,小程序更是成为连接现场观众的桥梁,实现即时互动,显著提升展品曝光率。通过线上虚拟展览与线下实体展示的结合,多元化渠道为商业机遇搭建即时对接平台,共绘展会新篇章。

小程序是展会全能助手,购票、活动、布展,一网打尽。掌握展会先机,即刻获取前沿资讯,活动日程随心选,购票报名一键搞定。展商专属服务,搭建无忧,直击现场精彩瞬间,让每一刻商机触手可及! (酒协)

推动国际酒类产业交流 加强产品产销对接 第二届“一带一路”国际酒类产品经贸洽谈会暨“丝路宝鸡”文旅推介大会举行

日前,作为 2024 中国(宝鸡)国际酒业展览会的重要主体活动之一,第二届“一带一路”国际酒类产品经贸洽谈会暨“丝路宝鸡”文旅推介大会在宝鸡举行。本次大会旨在加强国内外酒类产品产销对接,推动国际酒类产业交流与合作,同时展示“丝路宝鸡”的魅力,推进酒旅融合发展,吸引了来自“一带一路”沿线国家及国内各地的酒类行业代表、文旅产业人士等 260 余人参会。

本次展会由中国国际商会和宝鸡市国际商会联合主办,得到了各界的高度重视和广泛关注。“一带一路”国际酒类产品经贸洽谈会暨“丝路宝鸡”文旅推介大会由中国国际商会会展部副处长宋华峰主持,宝鸡市副市长李武发致欢迎辞。李武发表示,宝鸡作为古丝绸之路上的重要物资集散地,凤香型白酒早已名扬四海,诚邀各位嘉宾、企业家朋友来宝鸡洽谈合作、投资兴业。

中国国际商会会展部副部长罗垒在讲话



中说,中国国际商会将继续积极发挥自身优势,为酒类产业发展搭建平台,推动产业高质量发展。

会上,玻利维亚驻华大使馆公使衔参赞罗满月介绍了本国相关产业情况。中阿合作与发展协会主席卡西姆·特法利,陕西西凤酒

股份有限公司副总经理周艳花,贵州省贸促会秘书长王红波也分别进行了推介发言。宝鸡市政协副主席张新科参加活动。宝鸡市文化和旅游局局长武云对宝鸡文旅产业进行了精彩推介。

在大会的项目签约环节,渭滨区文化和旅游局与陕西古建园林有限公司、宝鸡市金台区文化和旅游局与陕西星雅易和文化产业发展有限公司等多个合作项目成功签约。涉及文化旅游、酒类产销等多个领域,总签约金额达 33.352 亿元。这些项目的成功签约,将为宝鸡市的经济社会发展注入新的活力。

本次大会的举办,不仅为国内外酒类企业和文旅产业搭建了交流合作的平台,也展示了宝鸡作为“一带一路”重要节点城市的独特魅力和发展潜力。未来,宝鸡将继续秉持开放包容、互利互惠、合作共赢的发展理念,加强与“一带一路”沿线国家的互动交流和务实合作,共同开创更加美好的未来。 (酒讯)

川酒集团以“纯酿”为核心 打造老百姓喝得起的纯粮好酒

■ 北文

2024 年下半年,川酒集团全新品牌片在央视 CCTV1《新闻联播》前黄金时段正式亮相,以“买好酒,找川酒”和“川酒集团,白酒定制专家”两句响亮的广告语,展现了川酒集团的好酒自信与独特商业模式。

中国酒业协会发布的《2024 中国白酒市场中中期研究报告》显示,2024 年一季度,规上白酒企业完成总产量同比增长 6.0%,销售收入同比增长 13.8%,白酒生产企业经营情况较去年同期相比有所提升。然而,白酒零售端价格倒挂现象也较为突出,特别是 800 元—1500 元、500 元—800 元、300 元—500 元三个价位段的产品。显然,中国白酒产业正经历着深刻的变革与发展,“在变革中发展,在发展中变革”已成为推动白酒产业持续增长的重要动力。

作为白酒变革发展的实践者,川酒集团以“原酒”为核心,以“纯酿好酒”为直接竞争力,打造了以“原酒联盟”“白酒定制专家”为主的商业模式。

“买好酒,找川酒” 川酒集团的自信与底气

“以粮谷为主要原料,以曲药等为糖化发酵剂,经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏、陈酿、勾调而成的蒸馏酒。”这是现行国标对白酒的定义,也指明了一瓶纯粮好酒必须具备的基础要素。此外,一瓶好酒还需要环境、工匠和产能等更多条件共同练就,具体有三大重要条件:其一,微生物是最好的酿酒师,白酒酿造高度依赖产区的环境、水土;其二,酿酒工匠、大师对传统酿造技艺的传承和创新,才能酿出品质好酒;其三,丰富的产能和储能,是“百里挑一”出好酒的必要条件。

川酒集团是“中国最大原酒生产商供应商”,拥有“中国最强的白酒技术团队”以及 60 万吨的整合产能优势,具备“买好酒,找川酒”的品质自信与底气。

从产区角度来看,川酒集团全面布局泸州、宜宾、成都、德阳、川东北等白酒核心产区,拥有丰富的优质原酒资源,打造了“中国浓香原酒梦工厂”“中国酱香原酒梦工厂”



“中国清香原酒/定制梦工厂”等,实现了对原酒核心产区的覆盖。

从技术角度来看,川酒集团构建起了 6 位院士、50 余位行业专家、100 余名行业高层次专业人才的强大专家队伍,守正创新,让川酒集团酿酒技艺在传承中不断发展。

从产能和储能看,川酒集团已整合四川省内外 260 余家酒企,拥有窖池 5 万余口,其中 30 年以上老窖池近 2 万口,形成产能近 60 万吨,储能达 100 万吨的原酒规模优势,具备调味酒多、老酒多、风格多、香型多、分级基酒多等竞争优势,能充分满足各类客户选好酒的需求。

从 2017 年成立以来,川酒集团实现了原酒影响力不断提升,已经成为中国酒业的新生力量。凭借 619 亿元的总品牌价值,四川企业 100 强、四川十大领军企业等成绩,川酒集团向全行业展示了“好酒”的行业价值和品牌价值。

纯粮好酒 成为白酒市场发展的主动力

随着白酒市场进入到存量或缩量时代,今年多个市场的白酒消费向主产品靠拢就充分说明,“好酒”已成为白酒市场发展的主动力。所谓的“好酒”,不仅要求高品质,同时要求具备高性价比,以及满足各类消费者的个性化饮酒需求。川酒集团提出的“白酒定制专家”概念,是激发消费需求,寻求增量市场的有效途径。

对此,川酒集团也有着强烈的战略定力和经营智慧。川酒集团党委书记、董事长曹勇曾提出“中国白酒之芯”理念。具体来看,就是通过聚合资源、汇聚力量、建立标准、创新技术,在产能、质量、专家、服务等方面,全方位促进原酒产业集群化、标准化、规范化和品牌化发展。除了上述的产能优势外,川酒集团近年来还构建起了其他三大维度优势。

从质量层面看,川酒集团坚持“一辈子认真真做好一件事”企业理念,始终把质量放在第一位,严格按照医药级标准建立标准化原酒生产质量体系、溯源体系和“浓酱清”团体标准体系,让消费者喝到的每一滴酒都是优质的纯粮固态好酒。

从专家层面看,川酒集团打造了“中国最强白酒技术天团”,组建起川酒研究院、专家委员会、质量技术委员会、尝评技术委员会和生产技术委员会,成立专家工作站,为集团酒业发展提供了强有力的技术支撑和创新动力。

从服务层面看,川酒集团是一个全产业链平台搭建者,聚合资源、汇聚力量、建立标准,做响了“买好酒,到川酒,中国原酒,应有尽有”的口号,矢志与合作伙伴共建共享,共同发展。

川酒集团的“买好酒,找川酒”口号,不仅彰显了其对待纯粮好酒的坚守与自信,更通过庞大的好酒供应量、创新的商业模式以及全方位的服务,为白酒市场注入了新的活力。川酒集团正以其独特的魅力和实力,引领着白酒市场向更高品质、更个性化的方向发展,重塑着白酒行业的市场格局。

做强产业生态 赋能美好生活

青岛啤酒参加2024ESG全球领导者大会并作案例分享

日前,2024 ESG 全球领导者大会圆满落幕。大会以“推动全球 ESG 合作、发展与共赢”为主题,ESG 领域相关国际组织负责人、行业领军企业负责人、诺贝尔奖获得者、国内外知名高校和商学院学者以及专业研究机构代表深入探讨促进可持续发展变革的前沿实践、创新理念。121 岁的青岛啤酒凭借百年健康可持续发展,受邀参加 2024ESG 全球领导者大会并作“可持续灯塔工厂”打造的案例分享。

青岛啤酒股份有限公司青岛啤酒厂党委书记、厂长孟庆尚以青岛啤酒厂的智能绿色现代化转型为案例,介绍了作为一家“百岁高龄”的企业,攀登工业互联网的“灯塔之巅”的创新实践。

近年来,青岛啤酒以“为生活创造快乐”为使命,以高质量 ESG 实践引领高质量发展,加快推进以科技创新为引领的系统性创新。依托成熟的数字化战略蓝图,青岛啤酒推动产品、创新、数据、流程、组织五大方面的变革工程,先后点亮全球首家啤酒饮料行业“灯塔工厂”、全球首家食品饮料行业“可持续灯塔工厂”。

青岛啤酒还充分发挥链主龙头效应,加速推动传统制造业的高端化、智能化、绿色化转型以及全价值链的可持续发展。启动了全价值链碳盘查,积极探索价值链上下游的减碳路径,从绿色酿造技术创新到行业首推轻量瓶、减薄易拉罐,青岛啤酒链接起一条“可持续”价值链,有效持续提升传统制造业可持续发展能力。

聚焦以一瓶啤酒连接世界,以一瓶啤酒做强产业生态,以一瓶啤酒赋能人民的美好生活。青岛啤酒打造 22 家国家级绿色工厂,数量列行业首位。入选 2023 中国工业碳达峰领跑者,公司先后获得“中国绿公司百强”“低碳先锋企业”“国家循环经济教育示范基地”青岛啤酒还荣获啤酒行业仅有的 4 项国家科学技术进步奖二等奖;两次荣获国家质量奖、中国质量奖提名奖,独创的“基于数字化端到端解码的魅力感知质量管理模式”,荣获第四届中国质量奖提名奖以及全国企业管理现代化创新成果一等奖,产品多次荣获“欧洲啤酒之星”大奖和“世界啤酒锦标赛”金奖。聚力高质量 ESG 管理与实践,青岛啤酒以可持续创新变革的实干实践推动公司价值与社会价值的高度统一,为消费者和价值链上下游带来更多价值增值,彰显百年企业的时代担当。 (新文)



双汇熟食
SHUANGHUI DELI

三鲜、火腿

本报监督公告

凡本报工作人员必须持有效证件。本报人员个人不得以新闻舆论监督之名向企事业单位和社会各方面收取任何费用;本报任何个人不得以任何理由向企事业单位和社会各方面收取现金、广告等宣传需正式签订本报合同并通过银行汇款到报社账号,不得以任何理由收取现金或转付到与报社无关的其他账号。

举报电话:028-87344621
企业家日报社

责编:杜高孝 版式:黄健
新闻热线:028-87319508 投稿邮箱:cb498@sina.com
企业家日报网:www.zqceo.cn 电子版:www.entrepreneurdaily.cn
官方微博:http://weibo.com/rwbd http://weibo.com/qyrb



企业家日报微信公众平台
二维码



中国企业家网
二维码