渝派酱香第一品牌——国裕酱酒隆重上市

本报讯 (记者 **李国政**)2013年1月11至13日,由重庆市酒类管理协会主办,重庆市国裕古窖酒业有限公司承办的“重庆市首届酱酒高峰论坛暨国裕酒上市盛典”在铜梁县隆重举行,国内著名白酒专家曾祖训、胡永松、赖登燿、刘友金、钟杰、徐占成、李克明、郎定常、权图以及重庆国裕古窖酒业有限公司董事张林兵先生、重庆万兴投资集团董事长马来等领导出席了此次论坛暨国裕酒上市盛典。

诗仙太白曾荣获部优酒称号,江津白酒是老重庆的最爱。重庆也出好酒,但重庆以前没有酱香型好酒。国裕酱酒横空出世,填补了重庆没有酱香型好酒的空白。

著名酱酒咨询专家权图先生告诉记者,“国裕酒业致力于酱酒品质传播和文化传播,已成为渝派酱香型白酒第一品牌。”

领导和嘉宾手摸水晶球庆祝国裕酒上市

顺势而为,跻身酱酒新贵

据中国酿酒协会专家钟杰介绍,重庆市地处川黔两大白酒产区之间,每年酒类消费份额在50个亿左右,其中酱酒份额占5个亿,以茅台和郎酒为主。本土酒企除了浓香地产名酒诗仙太白和传统清香型白酒江津老白干较有规模之外,其余酒企都很零散。国裕古窖酒业是重庆万兴投资集团旗下战略项目之一。作为目前重庆市唯一上规模的酱酒企业,已累计投入数亿元,其在厂区建设、老酒储备、技术传承与生产管理规范等方面均可圈可点。国裕酱酒上市盛典的成功举办意味着重庆白酒领域又增添了一支劲旅,标志着重庆高端白酒品牌格局揭开了新的篇章,中国酱香白酒领域从此添了新贵。

国裕古窖酒业有限公司董事张林兵告诉记者:“我们一开始是想做私人酒庄的,但在邀请一些专家来渝品鉴后,他们都觉得国裕酱酒独树一帜,口感甚好,应该让更多人品尝分享。于是我们顺其自然,决定将国裕酱酒打造成渝派酱香第一品牌,让其在林林总总的酱香型白酒品牌中占有一席之地,为做大做强重庆白酒产业出一份力。”

著名酱酒咨询专家权图先生告诉记者:“中国白酒的高端永远是稀缺的,通过中心市场带动周边市场,通过核心高端消费口碑带动普通消费人群,由高到低的圈层营销模式是高端酒的最佳发展模式。国裕的发展目标不是盲目设定的,希望国裕酱酒能创造历史!”

自然环境、传统工艺成就渝派酱香

胡永松教授在会上表示:在巴岳山脉幽雅僻静的深处,国裕酒庄的所在简直就是一个奇迹,国裕酒庄作为国裕酒业生产、储存及灌装基地,不仅功能齐备,管理规范,其原生态自然环境,十分有利于高端生态酱香型白酒的酿造。

据国裕酒业负责人介绍,国裕酒庄之所以选择现址,是经过专家多番考证的。此地冬暖、夏凉、干燥、少风,非常适合酱香白酒的菌群繁殖、发酵与陈化老熟,并且当地山泉与土壤中含有多种有益微量元素,所酿造出来的酱香白酒在遵循正宗酱酒酿造工艺的基础上,突出区域特色,故称“渝派酱香典范”。今后,国裕酱酒将立足重庆,面向全国,逐步做大市场。成就中国酱香白酒主流品牌是国裕酒业的长远战略目标。

论坛期间,在众专家在品鉴了国裕酱香型美酒之后,他们对国裕酒给出了以下好评:微黄透明、酱香突出、优雅舒适、醇厚丰满、回味悠长、空杯留香时间长、具有典型的酱香型风格。希望国裕始终以打造高端精品酱酒为努力方向,在酱香白酒大势崛起之际,树立能经受住时间考验的“渝派酱香典范”。

重庆国裕古窖酒业有限公司现有在职员工500余人,年产大曲酱香白酒2000吨;在赤水河畔建有绿色糯红高粱种植基地3万余亩,已成为集生产、储存、包装、旅游、休闲、科研等为一体的企业。

总经理的72小时

在2012年收官之际,中国白酒界的新锐丰谷在经营战略上再次频频发力,令业界惊叹、媒体高度关注。丰谷与凤凰网的千万元级品牌战略升级合作,有媒体解读为这是在中国白酒发展的拐点之年,丰谷依据年初制定的“一个主题,三驾马车”的战略构想,历经半年多时间的发酵运行,年底初显强势威力。丰谷目前究竟在做什么,接下来还有什么创举,这是业界十分关注的问题,近日本报记者有幸带着这些关注点,跟随公司总经理,见证了他的72小时,感受到了丰谷“三驾马车”稳步前进的真实速度和坚持前进的方向。

第一个24小时

10月27日周六晚20:00—10月28日周日晚20:00

距离:成都-天津(1700公里)—北京(137公里)

人物:公司总经理张军、酒王营销公司总经理徐明、酒鑫鑫商贸有限公司总经理王道波、广告部经理柳颖妮、凤凰网相关人士

地点一:成都双流机场

10月27日20:00,一位提着行李箱的赶路人,匆匆踏上飞往天津的航班,消失在茫茫的夜幕中。

地点二:天津某酒店

27日22:20,在天津某酒店,刚下飞机的他,不顾旅途劳顿,便与前来参加丰谷与凤凰网战略合作签约仪式的酒王营销公司总经理徐明、酒鑫鑫商贸公司总经理王道波、广告部经理柳颖妮汇合,就如何管控好市场,如何达成年度目标展开了激烈、深入地研讨,直至次日凌晨3:00。他就是公司总经理张军。

怎样面对当前中国经济增速放缓、产业结构持续调整的经济运行大环境?作为中国第一大传统产业的白酒行业未来将呈现出怎样的发展态势?丰谷酒业该如何脱颖而出,在组织架构、技术创新、产品定位、品牌宣传、管理流程、市场服务、企业文化上实现差异化优势,实现良性可持续发展?这些问题都是张总与同事们研讨的核心议题。

大家一致认为,百亿目标规划出了丰谷未来发展愿景,指明了前进方向。“一个主题,三驾马车”的战略将始终不渝地围绕这一目标开展工作。如何让这一战略构想更加科学、有效的实施,对各项工作定位是关键。公司对各业务板块定位的宗旨是聚焦,而不是分化,要开展市场、资金、人才、媒体等专项资源整合聚焦,将一切有利于公司发展的资源集聚于一体,发挥不同的功能作用。公司未来将秉承“营销工作系统化、集成化”的理念,强化以市场为前端、以产品为核心的服务辅助功能模块,始终不渝地坚持“四个不变”。

坚持全国化市场战略不变

截至目前,丰谷已实现全国市场全面覆盖,涌现出了不少千万级和过亿的潜力市场。要实现既定的阶段性目标,成就企业可持续发展,打造百亿级企业和行业卓越企业,必须将省外市场作为增长极,持续夯实全国化市场的增长能力是丰谷当前以及未来不变的市场战略方向。

而如何实现全国化市场跨越阶段性目标?公司制定出“三步走”的市场深度发展战略:第一步是在重点捍卫四川“大本营市场”持续增长的同时,建立省外增长稳定的重点区域市场,打造样板市场和确立省区战略市场,并以此确保实现阶段性战略目标;第二步是巩固全国核心渠道运营商在丰谷发展过程中的战略作用,确保核心渠道运营商在区域市场上的绝对经营权和赢利能力的提升,让厂商共同赢在渠道的起跑线上;第三步是深化全国市场渠道改革,夯实市场基础。

坚持渠道运营商战略合作模式不变

5月28日,丰谷与全国70多家核心渠道运营商签署“让渠道赢”战略合作协议,并借势开启丰谷市场重心由川内加快转向全国化的步伐,以此达到省内省外市场业绩的双倍增长。

与核心运营商的战略合作,是基于双方友好协商、诚信合作、共同发展的基础上,实现战略联盟、优势互补,共同维护区域内丰谷品牌的健康成长。对遴选出来的核心运营商,丰谷将在管理技术、公关服务、经营理念上进行深度指导,提高其综合能力,并将他们全面纳入丰谷的销售体系、服务体系、培训体系、分配体系和信息化集成体系中,实施多层次的激励、扶持方式,实现多渠道增值服务,全面激发运营商的市场积极性和主动性。与此同时,丰谷创新性地成立了经销商商会,以此实现厂商定期、有效沟通,共同研究和探讨区域市场策略,共同解决市场问题。公司将在2013年从制度上维护和保证战略合作伙伴的利益、从组织上促进双方的合作更加紧密高效,充分发挥出战略联盟的优势和强大生命力,持续、长期坚持这样的战略合作不改变。

坚持差异化的新品类路线不变

2012年丰谷重新规划发展战略新品,形成了酒王、特曲(年份)、老窖、纯酿四大主线系列产品,实现了各档次消费群体全价位覆盖。公司产品质量得到业界的一致好评,丰谷酒王、丰谷特曲继1996年当评为四川名牌以来,2012年已第八次蝉联此殊荣,2011年丰谷老窖也首次荣登四川名牌榜。同时,在稳定、优异的产品质量基础之上,丰谷创新白酒品评标准,依托“低醉酒度”科技成果,将以人为本的科研技术创新成果,全面应用于产品的生产过程中,以此不断满足不同消费者的新需求。丰谷产品“从竞争导向转向顾客导向,从价格导向转向价值导向,从跟随导向转向引领导向”,这一既定战略将持续不变。

营销模式组织创新不变

组织架构是实现经营目标的主心骨架,人才是目标达成的直接推手。公司将继续大力建设一支熟悉市场规律、具有较高的业务素养和综合判断能力的专业营销队伍,在科学的组织架构下,进一步开展目标市场管控服务。

地点三:天津梅江国际会展中心

10月28日14:00,丰谷与凤凰网在天津签署千万元级战略合作协议,宣布双方成功结成战略合作伙伴关系,开启新的战略联盟。公司总经理张军、酒王营销公司总经理徐明、酒鑫鑫商贸公司总经理王道波、广告部经理柳颖妮、凤凰网相关领导等出席签约仪式。

作为丰谷的掌舵人,张总从上任伊始,便对公司的品牌塑造提出了深刻独到的见解,他认为:酒企在白酒消费文化塑造时,既要抓住不同时代赋予白酒的时代特性,社会交流需求的多重功能,又要力求创新、打造多元消费文化,让酒自然融入消费潮流,让消费者自发拥护、追随酒企所精心创造的消费文化热流。文化品牌是企业的名片和灵魂,对市场销售起着更多的引导作用,对产品消费特性起着诠释的重要作用。未来要将丰谷的文化品牌建设提到一个历史的战略高度,精心打造,全力维护,体现出他对丰谷文化品牌建设的决心和信心。

(作者:一修 待续)

曹本强:用10年时间将酒中酒打造成100亿集团

■ 本报记者 **张建忠**

在2013年辞旧迎新企业年会上,贵州酒中酒集团公司董事长曹本强指出:“酒中酒在改革开放的春风吹拂中孕育,在市场经济的潮头声浪中前进,是各级政府、各界朋友关心、支持和帮助了酒中酒的发展,是公司所在地的人民群众成就了酒中酒的发展,是同我一道并肩走来的广大员工流泪流汗铸造了酒中酒的辉煌。在新的时期,我们要砥砺奋进,以新的业绩实现新的辉煌!”要实现这一宏愿,还要作出很大的努力,但他在说出“实现新的辉煌”这句话时,已经将一种责任放在了自己的肩头。

创业百战多 搏击中成长

贵州酒中酒集团公司创建于1992年,曹本强用他的智慧和能力,创出了酒中酒崭新的面貌。注册资本由创办之初的100万元增加到现在的3.2亿元,去年末员工达2700人,占地面积达1450余亩,公司已发展成为独具法人资格的大型民营白酒生产集团企业。

多年来,曹本强坚持把公司酱香白酒酿造工艺发扬光大,充分发挥得天独厚的资源优势,以“诚信为本、求是图强、勇往直前”的企业精神,不断酿造出绿色、安全、高端的白酒产品。

贵州酒中酒集团公司现已成为酒都贵州仁怀“十强民营白酒企业”、遵义市“一大十星”酒类企业,同时是贵州省第八个获得“中国驰名商标”的企业,其产品酒中酒2011年被评为“贵州十大名酒”,是黔酒舰队中在国酒茅台航母周围实力较强的旗舰。

2 曹本强董事长(中)获中国爱心工程委员会颁发的“公益模范”荣誉证书。

经过20年开拓进取,贵州酒中酒集团公司已发展成为包括酒中酒业公司、茅台镇古镇酒业公司、两河基酒厂、酒中酒销售公司、天豪大酒店(五星级)等5个全资子公司。

其中,茅台镇古镇酒业有限公司位于茅台白酒工业园区,占地面积650亩,设计年生产酱香型白酒5000吨规模,总投资22亿元,属贵州省人民政府确定的2011年全省900个重大工程和重点续建项目之一,是世界纪录协会记录的“世界最大的原生态环保酒厂”。

其产品茅台镇古镇老酒系高端酱香型白酒,被选为2012年全国“两会”用酒。

实现百亿集团和黔酒崛起的宏伟目标

曹本强所打造的具有自主知识产权的茅台古镇老酒、酒中酒、酒中酒霸酒、西部河谷酒、小品酒等五大系列又50多个产品,产品商标“本强及图”2012年获中国驰名商标。

产品辐射湖南、湖北、江西、广东、上海、福建、北京、山西、河南、河北、辽宁等20多个省、市、区和我国港澳地区,深受消费者青睐。

酒中酒的快速发展得到了社会各界的支持,特别是得到各级领导的关心、厚爱。国家有关部委领导,60多位老将军、老领导,贵州省有关领导,曾多次到贵州酒中酒集团视察指导工作,给予酒中酒人极大的鼓励和鞭策。

曹本强表示:“贵州酒中酒集团公司将按照‘继承传统、加快转型、创新发展、推进跨越’的思路,力争‘十二五’末期将古镇酒业公司打造成上市公司,实现50亿元销售目标,用10年时间将酒中酒集团打造成100亿销售集团。”

目标千亿元:泸州酒业人不说“酒话”

泸州未来几年要扩大几个1000亿元的目标,第一个就是酒业。酒业2012年是620亿元,2013年目标是确保800亿元,力争820亿元。2014年,2015年力争突破1000亿元。这是泸州新闻网记者从刚刚闭幕的全市经济工作暨酒发展大会、酒协年度总结工作会上获悉的消息。短短几年时间,增创300多亿元,直冲1000亿元,对于泸州酒业来说,是机遇,也是挑战。但既然敢于提出,就不是冒“大话”。为何,因为泸酒有底气、有后盾!

底气足,泸州酒业崛起势不可挡

这一次,经济工作会议和酒业发展会议放在一起开,在泸州算是开了先河!它折射出:本届市委市政府对泸州酒业发展的重视程度,说“空前”也不为过。

这里,且先让我们回忆一下泸州酒业的一个简单发展过程:泸州坐上全省工业增速第二的“宝座”始于2007年。这一年被认为是泸酒的回归之年:一个百亿产业诞生——泸酒实现销售收入101.9亿元,增幅几乎是2006年的一倍,拉高泸州工业经济增长15个百分点;2007年,被称为“金21条”的泸州加快酒业发展意见“出炉”,决策者不仅先期拿出5000万元设立酒业发展基金和拿出1亿元设立酒业发展担保基金,还划地7500亩,建立泸州酒业集中发展区;2008年6月,当国内31家酒类企业同时进驻城东的黄舣镇时,很多人这才相信,泸州人对酒业动了真格,并已吹糠见米。在市酒类行业协会会长沈才洪所作的报告中,不难发现这样一组数据:2012年,泸州酒业收入620亿元;酒业协会会员增至128户;国家驰名商标增加到16个;四川省著名商标和四川省名牌产品增加到57个;98人获酿酒师资格;115人获白酒品酒师资格。有这样的格局,有这样的支撑,有这样的团队,泸酒业发展势头锐不可挡。

政府支持,酒业人信心百倍

对于泸州酒业未来发展目标,这次会上市委、市政府已作高调定论。目标定下,接下来如何做?市委、市政府又提出了具体操作方向,不能不说这又给泸酒企业再次注入一支兴奋剂。

会议指出,酒业是领头羊,就像四川的成都市。酒业对于泸州是很重要的,既要自己把自己的企业发展好,也要帮助、协助同行企业发展好。整个行业发展好了,企业个人才能发展更好。所以竞合竞合,竞争合作,合作要大于竞争。要求有关部门要做大酒业这块蛋糕,让全国乃至世界都知道,凡是泸州的酒就是好酒。要在机场周边、高速公路沿线设立广告牌,宣传泸州白酒。二线品牌、小巨人成长型企业,要增加10个企业。

泸州酒类行业协会也表示,今年协会的工作重点将是紧紧围绕市委、市政府确定的“品牌化、高端化、规模化、集群化”内涵式发展要求和“固本强基、规范提升、优质高效、加快发展”的工作基调开展帮扶指导工作;配合政府相关职能部门,狠抓基地建设,强化市场拓展,促进品牌塑造,推动行业治理,着力构建安全高效、规范有序的产业新秩序。积极为进一步提高泸州酒业区域核心竞争力,为加快全市千亿白酒产业发展步伐建言献策,尽心、尽职、尽力。

酒业局长新年寄语

江阳区酒业局局长李光齐: 通过近几年的飞速发展,2012年江阳酒业的入库税金已突破10亿元,实现了阶段性目标。2013年是江阳酒业的内涵发展年,我们将最大限度地加强质量建设,进一步提升泸州酒的品质和内涵。

龙马潭区酒类产业管理局局长杜朝林: 在新的一年,龙马潭区紧紧围绕打造“中国白酒金三角”核心产能区,抢抓机遇,紧盯项目,夯实基础,做强品牌,拓展对内对外合作,整合发展资源,加大服务力度,促进全区酒业再上新台阶。

纳溪区酒促局局长余仕江: 展望2013年,我们将坚决贯彻落实市委、市政府关于酒业发展的科学部署,集全区之智,举全区之力,以“中国酒镇·酒庄”项目建设为统揽,全面推进全区酒业发展,为建设“现代化中国酒城”贡献力量。

(泸州新闻网)