



●百年原址酒业在 2013 全国秋季糖酒会上的展场形象。



●在 2013 全国秋季糖酒会上,赵康董事长(右)与长期合作的客户合影留念。



●在 2013 全国秋季糖酒会上,赵旋总经理(左二)与多年合作的老客户合影留念。



●“笨人煮酒”产品在 2013 全国秋季糖酒会上展示。

内生动力拓开酒企发展空间

——探寻贵州百年原址酒业有限公司信心从何而来

■本报记者 樊瑛 张建忠

今天,中国经济成长正在进入“第二季”——告别过去粗放的增长模式,进入以“创新”与“改革”为动力的新的发展阶段。习近平总书记 在印尼巴厘岛的重要演讲中指出,中国经济发展的内生动力正在不断增加,并将继续增强。在改革创新中激发内生动力,在转型升级中释放发展潜力,这是应对挑战的必然选择,也成为“中国信心”的有力支撑。

在经济全球化时代,产业发展形态发生了深刻变化。那么,企业该如何提升内生动力,积极应对新形势新变化带来的新挑战呢?

百年原址酒业人以敢为人先、勇立潮头的精神,在创新企业营销模式和加强内部管理 中不断提升企业内生动力,创造了中国白酒逆势上扬的传奇。通过营销模式创新,大胆调整营销系统,在白酒的严寒冬天,百年原址酒业销售每月递增 30%,从 10 月至春节销售将实现翻一番,明年的销售将与今年 同比增加两倍。这些成绩和可预见的美好未来,来源于企业领导者高瞻远瞩的战略眼光和远大的胸怀,来源于企业建立了一套适应外部环境并符合企业自身生存发展所需要的管理模式和创新营销模式,来源于可行的战术手段和可实施的战术步骤,来源于团队的团结协作和高效的执行力。

正因如此,在百年原址酒业,发展战略振奋人心,基础管理进一步扎实推进,先进的企业文化在凝聚人、引导人、激励人和塑造人方面起到了积极作用,科技进步焕发出传统酒业新活力,视质量为生命以及强有力的品牌建设让产品深入人心,百年原址酒业的内生动力不断释放出来。

巩固向好势头—— 市场营销再上新台阶

全国秋季糖酒会刚过,10 月 25 日,记者来到贵州百年原址酒业有限公司,与公司董事长助理、副总经理、全国营销总监向光荣就百年原址酒业市场营销进行了交谈。

向光荣说,现在白酒企业进入严冬,不少白酒企业日子不好过,但我们百年原址酒业市场很稳定,这次在武汉全国秋季糖酒会上,百年原址酒业展台上的“笨人煮酒”,百年原址定制酒很受消费者青睐,明年春交会百年原址酒业的展场将加大规模和力度。下一步将做好电子商务,并与酒仙网、天猫、京东主流销售网进行合作。

记者了解到,当白酒市场在萎缩,别人在挣扎的时候,百年原址酒业却在大力发展,加速发展。为巩固向好的发展势头,向光荣介绍,上月百年原址酒业进行了资源整合,这使企业发生了很大的变化。从 9 月开始,根据白

■本报记者 樊瑛 张建忠

国内经济放缓,连续 10 年保持快速增长的白酒行业再次遭遇寒冬放慢脚步,白酒行业普遍在变革中进行调整。第 89 届全国(武汉)糖酒秋交会期间,各大白酒品牌云集江城,再现百家争鸣、争奇斗艳之象,贵州百年原址酒业有限公司的笨人煮酒等产品和百年原址定制酒表现不俗,备受市场青睐。日前,记者奔赴其公司,进行实地采访。

未雨绸缪 “笨人煮酒”演绎精彩

在白酒企业“最严寒的冬季”,“笨人煮酒”的市场逆势而上,优势凸显。10 月 26 日,记者对百年原址酒业经销商进行了采访。遵义区域经销商冯总说,精耕细作,“笨人煮酒”品牌步伐加快。首先是公司董事长赵康一班人对做市场有战略眼光,把“笨人煮酒”产品当成品牌打造,精耕细作,用品牌支撑酒业;其次是遵义区域市场基础工作很扎实,在严寒的冬天到来之前,很多工作做了在前面;再次是培育市场,“笨人煮酒”产品在消费者心中认知度高。

冯总表示,下一步遵义区域市场要作好“笨人煮酒”产品扎实的基础工程,作好广告宣传,让消费者都能在各个区域买到“笨人煮酒”产品。在遵义区域“笨人煮酒”的铺市率达到 90%,2014 年比 2013 年“笨人煮酒”的销量递增 50%。

百年原址酒业铜仁区域经销商周总



由贵州百年原址酒业投资制作的笨人煮酒开心 SHOW 第二季的播出时间:
2013 年 10 月 28 日正式播出,每天 19:00—20:00,50 分钟《笨人煮酒开心 SHOW》第二季;2014 年元月 1 日—7 日,每天 19:00—20:00,50 分钟《笨人煮酒开心 SHOW》特别节目;春节播出,每天 19:00—20:00,50 分钟《笨人煮酒开心 SHOW》特别节目。播出电视频道:贵州四频道、大众生活频道。

酒市场的变化,我们针对消费者开展了一系列促销活动,收到了很好的效果,引得不少商家竞相模仿学习。百年原址酒业在促销模式、品牌战略上建立了自己的价格体系,并在战术上给予强有力的支撑。由于品牌定位准确,模式内涵先进,营销理念创新,使得百年原址酒业市场发展持续向好,为市场营销再上新台阶奠定了坚实的基础。

向光荣表示,“笨人煮酒”产品 2014 年争取在 2013 年的基础上翻两倍,明年要抓三件事:一是强化识别系统,对产品包装进行改进,形成自己的风格。二是对品牌再定位,从品牌战略上进行梳理,进行精确定



●黔茅古酱体验馆



●笨人煮酒形象店

位,指导营销战略。三是系统流程再造,在原来的系统上进一步创新。在价格系统、促销模式、管理考核下功夫,这样,在原来销量上翻一倍。另一倍就是通过电商、商超实现;纵深市场——商超;立体市场——电商和团购。电商和团购是增加的另一倍。

向光荣认为,已经取得的成绩和未来发展可预见的良好发展,都源于企业领导人赵康董事长的意志、眼光和胸怀,我们会从思想和行动上坚定不移地实现“打造中国民间酱香白酒第一品牌”的目标,我们将在 5

年内,使笨人煮酒产品在贵州省中低档酱香白酒市场销售第一,使公司销售目标达到 10 亿元。

伴随调整步伐—— 持之以恒塑造民间酱酒新标杆

在经济发展步伐放缓和白酒调整时期,记者看到百年原址酒业不畏市场环境急剧变化,迎难而上,伴随白酒调整步伐,不断强健内功,持续提升员工素质,积极建立适合



●笨人煮酒 6 年新包装

自身发展的市场营销体系,坚定不移“打造中国民间酱香白酒第一品牌”,持之以恒塑造民间酱酒新标杆,为业界提供了有价值的发展新模式。

向光荣介绍,塑造百年原址酒业笨人煮酒,百年原址、原址封坛品牌,从意志上要坚持不懈、持之以恒;从胸怀上有海纳百川的风范,吸引白酒行业的精英加盟团队,充分发挥其作用。在具体操作上,坚持两头,战略层面上决定方向,战术上招商,开发项目;中间层面就是把战略目标转化为具体行动,关键看执行力,对品牌确认的目标,要有不



●笨人煮酒 9 年新包装

“承百年工艺、筑百年企业”的引领下昂首奋进。我们相信,在赵康董事长的带领下,百年原址的目标一定能实现,因为百年原址有一种独特的品牌基因,百年原址人有一种迎难而上的精神。

我们特填词一首,展现百年原址内生动力拓开酒企发展空间的时代风采。

浪淘沙·百年原址内生动力
朝霞映黔黔,赤水青山,百年原址美名传。内生动力光璀璨,香满人间。
佳酿逾百年,科技领先,笨人煮酒实力显。高人雅士乐开怀,笑展新颜。

白酒行业“最严寒的冬季”—— 百年原址酒业步伐加快



●在 2013 全国秋季糖酒会上,消费者询问百年原址酒业定制酒。

说,“笨人煮酒”在服务水平上下功夫——贴近终端销售、贴近消费者。周总介绍,贵州铜仁区域“笨人煮酒”产品市场销售呈上升趋势,进入 7、8 月份以来,“笨人煮酒”产品销售每月递增 30%以上,这些成绩源于我们加强市场渠道建设。在铜仁区域,我们多做消费者的工作,尽量拉近与消费者的距离,让消费者更适应“笨人煮酒”的价格

定位,更喜爱“笨人煮酒”的包装风格,“急客户之所急,想客户之所想”的真情服务每天都在发生。

周总认为,近期,百年原址酒业公司新的营销负责人确定后,使市场营销有目标、有方向,做到了市场营销体系更健全,营销管理更清晰,市场面貌大为改善,这些都得益于公司董事长赵康知人善用,在人才使

品牌互动 Interaction

提升内生动力须强化管理

百年原址酒业要提升企业内生动力,必须不断强化管理。强化管理是企业发展永恒的主题,是企业提高竞争力的关键。要把白酒事业做大做强,只有科学务实才能提高企业的管理水平。为此提出以下几点建议:

一是建立一流的团队。在管理学上有一个著名的“木桶理论”:木桶的最终储水量,取决于最短的那块木板。通过相互配合,可在一定程度上增加木桶的储水量,从而证明了团队素质的重要性。因此,企业只有组建一流的企业发展团队,增强企业的竞争力,才能最大限度地发挥团队的作用。

二是不断完善管理细节。管理工作内容庞杂,具有广泛性和不确定性等特点,真正体现管理水平的是工作流程是否顺畅、管理人员制度执行是否到位等等。细节体现完美,细节体现管理意识。细节只有在坚持中才会不断完善。因此,企业要不断完善管理细节,提高全体员工的管理意识。

三是向管理要效益。管理水平不仅决定着经济效益水平的高低,同时与企业形象息息相关。一个企业、一个产业的发展壮大,都要有鲜明的特色,以自己独特的方 式去发展,才能形成核心竞争力。因此,企业只有不断调整营销策略,提升服务水平,才能在激烈的市场竞争中站稳脚跟。

我们欣喜地看到,百年原址酒业广泛吸收先进管理理念,在强化管理的实践中不断进步,为快速发展插上了腾飞的翅膀。

昆明长水国际机场党群工作部宣传室 主任倪嘉云

提升内生动力做好两方面工作

企业 要提升内生动力,需要做好两方面的工作,一是需要创新企业商业模式,二是需要完善企业内部治理结构。商业模式即掌握了商业本质而建立的符合商业价值的模式。它体现的是一个企业家的战略眼光、经营的思维以及行事的格局,优秀的商业模式是以多赢为基础的交易,优秀的商业模式能让企业突破困境,引导企业在不具备任何资源的情况下迈向成功。企业治理即合作关系管理,完善企业内部治理结构,即需在企业决策层中引入具有相对独立性的“外部人”,“外部人”不是企业的员工,但具有管理企业的丰富经验和专业知识,“外部人”对公司的决策层具有监督和指导职能,可以防止因企业权力过于集中而导致企业领导的一意孤行,防患于未然。

贵州省社会科学院工业经济研究所 李洁博士



●在 2013 全国秋季糖酒会上,消费者询问黔茅古酱酒。

黔茅古酱酒,以天人合一古哲学为基础,与黄帝内经中五谷为养的养生理念相结合,采用传世酿酒工艺制酒,辅 以黔茅古酱酿坊独特的古法秘术,再加秘不外传的古方黔茅古酱调酒工艺,确保了黔茅古酱年份酒的顶级品质。独特的气候和环境,加之茅台上千年酿酒工艺的继承,精选上等原料:高粱、小麦、玉米,取原粮之精华,铸就了黔茅古酱独一无二的品质。黔茅古酱窖池,历经岁月沧桑世事更替,老窖泥中微生物却如无字天书一般,记载下了神秘的酒的符号,协调相融,才产出了天籁品味。

百年原址招商热线:4008001915
黔茅古酱财富热线:4007775199