

8 市场营销 Marketing

关公坊各市场鼓点铿锵战旺季

临近岁末,关公坊各市场鼓足干劲,不断巩固终端客情关系,加强终端氛围营造,陆续在黄陂、江夏、鄂州、新洲等十余个市场召开客户答谢会暨 2013 年度冬季订货会,厂商联袂掀起热潮,为今年第四季度和来年春节市场旺销打下坚实基础。

仙桃:千家客户热捧关公坊

11 月 27 日,关公坊仙桃市场冬季供货会在仙桃花园酒店隆重举行,近 1000 名客户参加了此次供货会。为确保供货会圆满成功,仙桃市场经销商特地通过终端客户邀请函提前进行相关政策宣传,并专程从宜昌请来了知名主持人进行现场主持,更设置了电动摩托车、海尔空调等丰厚大奖。供货会现场,各客户踊跃下单,仙桃市场主打产品陆年、精制火爆热销,为岁末旺季丰收铺上了一条成功之路。

汉南:首次订货会创新高

11 月 27 日,关公坊汉南市场冬季订货会在汉南简朴寨酒店召开。汉南市场汉是武汉周边区域最小的市场,共有终端客户 200 多家,此次订货会是汉南经销商自 2012 年接手汉南市场后举行的第一场订货会。现场,各终端客户悉数到场,现场订单总额创历史新高。

阳逻:浓烈氛围拉动订货潮

11 月 28 日,关公坊阳逻市场订货会召开。为确保订货会圆满成功,阳逻市场专门印制了具有关公文化特色的宣传单针对终端客户进行发放,并对终端客户进行了库存摸底。订货会现场,醒目的横幅、闪亮的易拉宝及 POP 海报等更是增添了订货会热烈的气氛,有奖问答环节不断将订货会推向高潮。据悉,此次订货会共计 300 余家终端客户参加。

京山:50%客户订单首选新精品及窖藏

11 月 29 日,关公坊京山市场冬季订货会在金山国际大酒店隆重召开。订货会上,关公坊展出的新精品、洞藏系列、陆年、精制等多款产品吸引了来自京山城区和各乡镇的广大客户,现场热闹非凡。关公坊 1850 窖藏及新推产品“新精品”备受欢迎,两款产品在此次订货会上的订货比例约占客户订单总量的 50%。

鄂州:现场抽奖持续掀起订货高潮

11 月 29 日,关公坊鄂州市场年终大型供货会在莲花一号大酒店隆重举行。在现场,关公坊展出了至尊、洞藏、典藏、窖藏等核心产品及精品、精制、陆年等经典产品,540 余位终端客户争先下单,场面异常火爆。供货会现场,关公坊特别为各终端客户准备了抽奖活动,持续掀起客户订货高潮,整场供货会延续至下午



仙桃市场客户正在了解产品及政策

14:30 才圆满结束。

黄陂:9号产品引千家客户争下订单

11 月 29 日,关公坊黄陂市场冬季答谢会在黄陂艳阳天大酒店隆重举行,以关公坊新推 9 号产品为主的宣传物料和堆码将整个会场装点的格外喜庆。“关公坊这次新推出的‘9 号’产品十分漂亮!”现场客户对关公坊 9 号产品赞不绝口,1000 多家客户争先下单订货。答谢会上,关公坊还为客户奉上了精彩的舞狮和传统戏曲演出,并进行了关公文化讲解,进一步增强了广大客户对关公坊的品牌认知。

新洲:乡镇客户单笔 20 万订单创历史之最

12 月 3 日,关公坊新洲市场冬季订货会召开,650 名客户参加了此次订货会。订货会现场,一乡镇最客户单笔订单金额达 20 万元,创下了新洲订货会现场现金开票历史之最。订货会结束,还有不少客户要求补货,此次订货会为新洲市场冲刺旺季销售奠定了坚实基础。

嘉鱼:多举措为新精品造氛围

12 月 4 日,关公坊嘉鱼市场冬季订货会召开,336 名客户参加了此次订货会,现场开票 262 单,同比 2012 年冬季订货会大幅增长。供货会现场,通过赠赠、现场品鉴等形式,积极为新精品在嘉鱼上市营造氛围,进一步强化了广大客户对新精品的了解。订货会上,新精品首次亮相即得到了较高评价,广大客户对新精品的上市销售充满了希望。

江夏:9号产品正式发布展品牌实力

12 月 4 日,关公坊江夏市场冬季供货会暨关公坊“9 号”产品发布会在纸坊醉江月大

酒店成功举办。大会现场异常火爆,得到了江夏 650 余名客户的鼎力支持。此次供货会的一系列动作展示了关公坊的强大实力,给江夏市场各客户注入了一剂强心针,加深了各客户对关公坊产品的了解,为 2014 年的市场扩张打下了坚实的基础。

宜昌:新精品迎新年大礼馈赠消费者

为回馈广大消费者长期以来对关公坊的支持,关公坊特推出“新精品迎新年·10 万瓶金龙鱼油大派送”活动,凡在 2013 年 11 月 20 日至 2014 年 2 月 20 日期间购买关公坊新精品的消费者,开瓶就有机会获得金龙鱼 1.8L 食用油一瓶或关公坊 125ml 小精制酒一瓶,综合获赠率高达 99%。配合活动开展,关公坊以网络覆盖 100%的达成率为目标,展开了全渠道的铺市活动,并各强化营销人员与终端客户的沟通交流,优化终端氛围,全力打造宜昌白酒市场新氛围。

此外,关公坊深化服务,不断加强旺季市场的维护力度。坚持推进金网工程,确保关公坊产品“随时可见、随处可见、随手可得”,为消费者购买提供最便捷的渠道保障;深入市场进行产品服务,组建专班并深入市场,全面了解产品情况,全方位协助解决产品售后服务问题,不断提升客户满意度;持续推进市场营销的信息化建设,不断规范销售管家项目的落地使用,加强对一线营销人员的信息化管理力度,提高针对市场的反应速度和服务效率;启动新一轮花车巡游活动,进一步强化消费者的食品安全意识。

(朱江维、王庆荣、刘侃、刘鹏飞、何宝军、杨飞、宋江、谢虎、黄元超、郑昊、李鹏、刘振华)

康奈携新品参加北京国际鞋服展览 商场经理青睐康奈“全感舒适”

■ 本报记者 何沙洲 通讯员 王滨 龙进

不久前,在北京国家会议中心盛大举行的北京国际品牌鞋及服装配饰展上,康奈集团携“D6 全感舒适”新品鞋履参展,引起各方关注。展会现场,康奈精品舒适鞋履和极具动感气息展厅设计十分引人注目。康奈此次展厅以“D6 全感舒适”为设计灵感,整体重在打造舒适体验的氛围。展馆采用六边形构造,中间搭配六组错落有致的柱状高低展台,与整体搭配效果相得益彰,再配以陈坤极享舒适的秋冬形

象广告画和照片墙,让走进展馆的人们尽享舒适体验。加上此次参展的主打产品“全感舒适”系列凸显出来的悦爽、清氧、轻盈、舒适、优韧、劲柔等六大卓越品质,更是吸引了多方关注,前来参观和进行业务洽谈的商场经理们络绎不绝。

此次展会由中国轻工工艺品进出口商会主办,中国轻工工艺品进出口商会鞋类分会和英特意信顾问有限公司共同管理,旨在为中国国内市场的精品鞋服及配饰搭建一个国际展览平台。

西凤酒:升级换代向全国扩张

教民稼墙的地方,历来颇具兴农酿酒之地利,也是中国古代文化的中心地区之一。

唐仪凤年间的一个阳春三月,吏部侍郎裴行俭护送波斯王子回国途中,行至凤翔县城以西的亭子头村附近,发现柳林镇窖藏陈酒香气把五里地外亭子头的蜜蜂、蝴蝶醉倒的奇景,即吟诗赞叹曰:“送客亭子头,蜂醉蝶不舞,三阳开国泰,美哉柳林酒。”此后,柳林酒以“甘泉佳酿、清冽醇馥”的盛名被列为朝廷贡品。

到了近代,柳林酒改名为西凤酒。在手工业作坊的生产条件下,西凤酒产量很有限,寻常百姓只能慕名兴叹。1956 年,国家投资在柳林镇建起了陕西省西凤酒厂,从此西凤酒迅速发展,生产规模不断扩大,产量日趋增长,品质风格更加醇馥突出。特别是随着企业规模的扩大和现代科学技术在酿造工艺中的广泛使用,西凤酒产量突飞猛进,质量精益求精,品种不断增加,已经成为人们待客赠友的上乘佳品。如今这一古老的名酒之花在改革开放的新时期更加大放异彩。

逆境中创历史最好成绩

行至年中,在多个行业遭遇疲软的情况下,白酒业的黄金期也渐渐远去,但如西凤、

酒鬼酒、稻花香等一些“根据地”扎实的名酒,则在全国化过程中迅速崛起,增长速度惊人。

在大多数酒企都已直接或间接上市背景下,曾位列“中国四大名酒”之一的西凤酒,其动向一直是各方关注焦点。多年来虽具有一线品牌的基因,但由于体制机制等原因,西凤也一直饱受“只有名头没有业绩”的尴尬。

今年开始,西凤出手启动多项升级换代的大动作,种种举措下,西凤酒正在全国化扩张中显露破局态势。比如,以往表现欠佳的陕西省外市场渐有收复迹象,核心品牌的销售网络迅速覆盖全国,品牌价值潜力也正在迸发。

同时,随着诸多传言逐渐散去,西凤的上市路径也开始清晰。据了解,西凤将在 2013 年完成上市前的所有准备工作,2015 年之前争取实现 IPO(首次公开募股)。

过去两年,白酒行业呈现出的景象是整体繁荣,但从上一年年底到今年上半年以来,在宏观经济增速放缓、“三公消费”限制、行业内部竞争加剧的背景下,白酒行业增速开始放缓,西凤酒集团的经营情况却“别有洞天”:今年上半年西凤创出了企业历史最好成绩,从销售指标看,西凤酒上半年销售收入同比增长 190.2%;从盈利指标看,上半年整体销售毛利率为 50.62%,同比增长 8.83%,实现利

蓄势 崛起 和谐 共赢 中国重汽集团轻卡事业部召开 2014 年商务大会

■ 本报记者 赵健

12 月 17 日,中国重汽轻卡事业部在济南隆重举行 2014 年商务大会。本次大会以“蓄势崛起,合作共赢”为主题,蕴含了中国重汽意在与各网员单位精诚合作,紧抓政策机遇,共谋发展大计的决心。来自中国重汽 HOWO 轻卡、黄河轻卡、福源产品经销、服务、配件、改装合作单位、客户代表、金融和投资机构代表以及新闻记者 500 余人出席了本次大会。

2013 年,中国重汽轻卡事业部以“为用户提供最佳物流装备和物流方案”为己任,秉承“终端为王,渠道制胜”的经营理念,快速响应市场需求变化,提升产品品质、丰富产品配置、优化网络布局、推动驻销、行销、网销三大战场的联合互进,实现了 HOWO 轻卡中端车稳步提升, HOWO 高端车、黄河轻卡自卸、福源 H3 成功导入市场的战略目标并在市场上奠定了一定的品牌知名度和美誉度基础,当前各品系产品销量均呈现持续增长的良好势头,2013 年总销量突破 8000 辆。

中国重汽不断创新、不断超越,用欧洲先进技术打造行业高端轻卡,研发了搭载 MC05 4 缸机和康明斯 4 缸机的高端轻卡。中国重汽高端轻卡的上市是中国重汽与欧洲顶尖技术接轨的成果展现,是重汽人集五十年造车经验之大成的再次突破,也是与行业高端轻卡发动机厂家战略合作的开始!

此次商务大会上,与会代表们共同见

证了中国重汽 HOWO 轻卡高端车的精彩亮相。据了解,共有 21 辆不同配置的中高端轻卡亮相会场,适用于各种作业环境,全面适应高效物流,引起了参会者的高度关注。根据一年来市场运营的反馈及终端用户的运行情况,此次展出的 HOWO 轻卡从产品性能到外观都做了全面的升级改进。产品线升级、外观升级改进、内饰及舒适性升级改进、操纵及适应升级改进、承载升级、制动升级,使其更具备市场的适应性,实现用户收益最大化。2014 年,福源 H5 中卡和 HOWO 皮卡将陆续上市,并最终形成重汽轻卡事业部的体系阵营。

中国重汽 HOWO 高端轻卡搭载行业高端的发动机,其中 MC05 发动机是重汽生产的世界顶级发动机产品,质量、技术水平均处于世界前列,动力性能出众,保修期更长,具有比行业产品更宽的低油耗功率区及大扭矩区间;通过中国重汽轻卡项目,中国重汽与康明斯公司实现了战略合作。

HOWO 高端轻卡动力总成匹配科学,搭载曼技术车桥,前桥盘式制动,后桥 SKF 原装进口 150 万公里免维护、免调整,在实现高速承载的同时经济省油,维护保养费用更低。驾驶室外观大气威猛,引领行业趋势潮流,很好地满足了高速物流用户对“经济高效、大气动感、宽敞舒适”的切实需求。集先进技术于一体,高端大气上档次,相信 HOWO 轻卡高端车必将开创 2014 年轻卡市场新局面!



第二批 40 辆红岩杰狮车交付上港集团

12 月 15 日,SIH 第二批 40 辆红岩杰狮车交付上港集团发车仪式在上海隆重举行!交车仪式上,礼炮轰鸣,上汽依维柯红岩华东大区总经理汤长国将象征车辆的金钥匙,交到了客户手中,感谢他们对红岩产品的认可。

首批 20 辆杰狮产品交付上港物流,使用至今已近半年,其先进的技术、良好的燃油经济性、周到的全天候售后服务,得到了上港集团的一致认可,因此又一次性追加了 40 辆杰狮牵引车订单。

(刘勇)

■ 本报记者 王剑兰

西凤酒以其独特的酿造工艺、独树一帜的风格特点,卓越优良的品质四次荣获“中国名酒”称号,九次获得国际金奖。在白酒业面临巨大困难和挑战的形势下,西凤酒启动多项升级换代大动作,在全国化扩张中显露破局态势,品牌价值潜力迸发,上市路径日渐清晰。

西凤酒是中国最古老的历史文化名酒之一。它始于殷商,盛于唐宋,距今已有 3000 年历史。在 1952 年第一届全国评酒会上,西凤酒与茅台、汾酒、泸州老窖一起被评为“中国四大名酒”。西凤酒以其独特的酿造工艺、独树一帜的风格特点、卓越优良的品质和富有特色的品牌,享誉华夏,香飘五洲,四次荣获“中国名酒”称号,九次获得国际金奖。

陕西西凤酒集团股份有限公司日前在 2012 年全国经销商总结表彰大会上披露规划称,到 2015 年,西凤酒销售收入力争达到 80 亿元,西凤酒集团收入力争达到 100 亿元。西凤酒集团财务总监袁茂宇透露,西凤酒上市领导小组已成立,并开始着手选择券商及律师事务所。他说:“目前还没有明确的上市日程表,我们希望能 在 2015 年上市。”

美哉柳林酒被列为贡品

西凤酒是中国最古老的历史名酒之一。凤翔古称雍州,地处古周原,是中华民族先祖的定居地之一。这里又是上古农业大师后稷

储存区和行政办公区五大板块工程建设。工程竣工投产后,成品酒生产能力将达到 10 万吨以上,勾储能力将达到 8 万吨以上,彻底解决旺季市场供不应求的现象。

展望市场,徐可强说,2013 年白酒行业面临“巨大的困难和挑战”,“由于房地产、煤炭等行业不景气,大量资本流入白酒行业,白酒市场竞争更为激烈;加上严控“三公”消费/军队“禁酒令”、各级政府严禁“奢华”消费,一线高端白酒市场活力明显下降,一线高端品牌价格中枢下移,挤压次高端白酒价格和区域强势品牌市场份额。

按照“百亿西凤”的战略规划,集团顺利启动了西凤酒扩建技改项目。工程实行一次规划,分两期实施,总投资达 22.6 亿元。工程项目一期征地 524.46 亩,总投资 8 亿元,主要建设灌装中心、勾兑储存区、物流区、污水处理站、科研大楼、西凤酒历史文化博物馆及总体配套工程。项目建成投产后,可新增成品酒产能 9 万吨至 10 万吨。二期工程为西凤酒制酒、制曲扩建技改项目,投资总额为 14.6 亿元,将根据一期工程的进展和企业生产经营及总体发展适时启动。整个工程建成后,将使西凤酒成品酒产能达到 15 万吨,为实现“百亿西凤”提供强大支撑。