

# 改革聚力谋发展 智慧创造新优势

■ 特约记者 陈勇 本报记者 樊瑛 张建立

“把茅台集团的品牌优势、技术优势和北京白金至尊酒业公司的营销优势、渠道优势相结合,加快保健酒业公司的发展。”

——茅台集团总经理助理、贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司董事长张城

2013年,面对全球经济复苏艰难、国内经济下行压力加大等错综复杂的局势,贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司在董事长张城带领下,依靠茅台集团党委、董事会、经营班子的坚强领导,以党的十八大、十八届三中全会精神为指导,认真贯彻落实贵州省委、省政府“做大集团,做强股份”的重要指示,顽强拼搏,全面完成了集团下达的各项任务。2013年完成销量同比增长41.30%;实现销售收入同比增长31.90%;实现利润同比增长10.29%;实现税金同比增长58.82%;员工人均收入同比增长25%。公司相对指标增长率为全集团第一名,这在保健酒业公司历史上从未有过,令人惊喜和振奋!

## 品牌优势“得天独厚”

如何发展?在白酒企业,抓好厂商合作,就是抓发展。“把茅台集团的品牌优势、技术优势和北京白金至尊酒业公司的营销优势、渠道优势相结合,加快保健酒业公司的发展。”这是茅台集团总经理助理、保健酒业有限公司董事长张城在公司二届一次职代会《董事会工作报告》所作的精辟阐述。

为实现茅台保健酒人的梦想,在2014年各项工作进一步加强管理,取得更好更快发展,达到厂商合作共赢,2014年2月27日、28日保健酒业公司在贵阳隆重召开了全国经销商大会以及自主品牌经销商大会。茅台集团总经理助理、保健酒业有限公司董事长张城、保健酒业有限公司总经理李筑冉、副总经理



茅台集团总经理助理、茅台保健酒业有限公司董事长张城(中),茅台保健酒业有限公司总经理李筑冉(右),茅台保健酒业有限公司副总经理赵富刚(左)。

赵富刚出席会议。来自祖国大江南北的经销商朋友们围绕“同风雨共担当 谋发展”的主题,共同交流学习,共谋发展未来。

大会在参会人员共唱厂歌中拉开了序幕,茅台集团总经理助理、保健酒业有限公司董事长张城讲话。

保健酒业有限公司总经理李筑冉、副总经理赵富刚讲话,并对2014年公司的发展目标及规划做出了说明,解读公司的管理办法。会上,保健酒业公司对2013年度表现突出的经销商给予肯定,公司领导解读了2014年品牌运营管理办法的相关规定,明确了2014年市场发展思路与方向。

行业专家王朝成、资深营销专家陈斌对2014年白酒市场面临的现状及运营思路作分析。

## 凝聚智慧 亮点纷呈

在2013年白酒行业处于低迷调整期,各种困难压力明显增大的不利环境下,茅台集团总经理助理、保健业有限公司董事长张城认真分析形势,做出了正确的判断,采取正确的措施,凝聚智慧,企业成果显现、亮点纷呈,全面完成了茅台集团公司下达的任务,保持了茅台集团保健酒业公司的稳定和发展。

茅台集团总经理助理、保健业有限公司董事长张城向获得“2013年度销售冠军奖”的昆明礼佳兴商贸有限公司颁奖。保健业有限公司总经理李筑冉向获得“2013年度销售规模奖”的东莞市播客酒业销售有限公司、

北京北方强盛商贸有限公司、贵州黔茅古酱酒业有限公司、贵州遵义凤冠投资发展股份有限公司、贵州颖弘商贸有限公司颁奖。

保健酒业有限公司副总经理赵富刚向获得“2013年度销售鼓励奖”的北京古汉方绿源食品有限公司、贵州遵义金红台酒业有限公司颁奖。

茅台集团总经理助理、保健业有限公司董事长张城向获得“2013年度优秀经销商奖”的山东省沂源吴记食品有限公司颁奖。

保健业有限公司总经理李筑冉、副总经理赵富刚向获得“2013年度先进经销商奖”的河南省郑州展氏商贸有限公司、湖南省长沙友信酒业有限公司、河南省河南虹睿酒业有限公司颁奖。向获得“2013年度潜力经销商奖”的广东省深圳市倍特源电子科技有限公司、浙江省温州市松鹤商贸有限公司、贵州省遵义市中和酒业贸易有限责任公司、四川省成都舜天商贸有限公司、江苏省江苏迪业商贸有限公司颁奖。

## “一杯不老酒,一世朋友情”

在这次全国经销商大会以及自主品牌经销商大会上,记者欣喜看到,茅台集团总经理助理、保健业有限公司董事长张城鼓励经销商2014年涌现更多先进集体和先进个人,对厂商合作发展中的不足语重心长,与此同时,饱含深情地以“一杯不老酒,一世朋友情”为题对全体经销商提出殷切希望!

在经验交流环节,“2013年度销售冠军奖”的昆明礼佳兴商贸有限公司代表以企业转型、创新发展作了经验介绍;“2013年度销售规模奖”的贵州黔茅古酱酒业有限公司代表从战略高度,突出五个方面战略转移:一是建立新形势下的团购模式,直接服务到

终端,同时向流通渠道为主转移;二是从中高端产品系列为主向中低端产品系列为主转移;三是从高利润产品定位向低利润产品定位转移;四是从重视经销商开发向更重视消费者体验方向转移;五是从传统经营方式向现代立体网络营销方式相结合发展方式转移。在战略的指导下,构建多元化的网络销售体系、创新销售模式和销售方式、回归酒营销以消费者为核心的本质理念,以期在这轮白酒调整周期之中获得更大的发展方面作了经验介绍;“2013年度优秀经销商奖”的山东省沂源吴记食品有限公司代表以认真工作、扎实市场、分配营销、渠道拓宽、团队营销创新作了经验介绍;“2013年度先进经销商奖”的湖南省长沙友信酒业有限公司代表、河南省郑州展氏商贸有限公司的代表、作了经验介绍;“2013年度潜力经销商奖”的四川省成都舜天商贸有限公司代表作了经验介绍。

北京北方强盛商贸有限公司代表、贵州遵义鑫嘉源商贸有限公司代表在会上进行了发言。

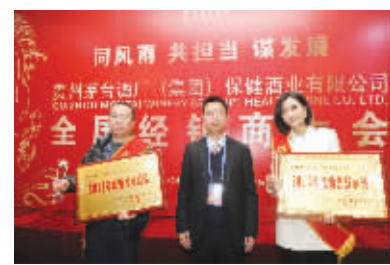
此外,针对目前白酒行业的变化,进行了分组讨论。在讨论会上,各经销商代表踊跃发言,介绍了各自区域市场工作的开展情况,以及2014年如何做好市场,做好销售进行了广泛交流。讨论会上,经销商们纷纷对此次的会议给予了高度的评价,对未来的市场充满了信心,表示要努力做好市场,实现互利共赢。同时,许多经销商给公司的发展提出了很多宝贵的意见和建议。

最后,茅台集团总经理助理、保健业有限公司董事长张城号召全体员工和经销商以龙马精神、快马加鞭、满怀豪情地迎接2014年的挑战,为实现茅台保健酒业公司美丽的茅台梦,中国梦而努力奋斗!

## 获奖经销商



茅台集团总经理助理、茅台保健酒业公司董事长张城(左)为2013年度销售冠军颁奖。



## 经销商代表发言



## 合纵连横 共赢未来

——贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司总经理李筑冉在自主品牌经销商大会上致辞



同风雨、谋发展、共担当——贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司全国经销商大会现场

力,节能降耗,降低成本,精心开发适应市场的新产品,以更加优质的服务,以更强的产品性价比优势,帮助广大经销商抢占市场,打赢每一个区域的“局部战争”。今天的大会,一方面共商今年市场销售方向的相关事宜,另一方面主要是听取各位嘉宾对保健酒业在营销工作方面的意见和建议,以便我们在今后的工作中改进。我们坚信路就在我们脚下,机会把握在手中,让我们紧密携手,风雨同舟,共同开创更加美好的2014年。

各位嘉宾、朋友们,最后我想寄予八个字来展望我们的未来合作之路,那就是:合纵连横,共赢未来!筑必胜发展平台,取未来生存席位,市场与机会对任何人都是公平的。今天我们站在共同的平台上,面对当前恶劣的经济大环境和严峻的形势环境,共同拥有茅台保健酒业的品牌资源。坐而言,不如起而行,事虽难,做则必成。

## 2014年市场发展思路与方向

■ 贵州茅台酒厂(集团)保健业有限公司副总经理 赵富刚

门,更好地服务于经销商和消费者。

二是在人事体制上,销售公司市场人员今年将实施人才本土化战略,新招聘部分本土化销售人员,充实营销队伍的建设,以便更加贴近区域市场的实际销售工作。

三是在管理上推进《营销风险责任制》,细化管理制度,在公司内部实行多元化分配制度改革,建立以公平、公开、公正的原则,以绩效考核为准则的晋升机制,建立以能力和业绩为导向的薪酬体系,推行目标责任制,同时加大监督检查力度,以便提高市场销售人员和服务意识,及时解决并回复客户反应的市场问题,加快市场费用的核销速度,努力提高客户满意度。

同时,我们今年还将针对市场营销人员和经销商,建立专业的培训机制,对市场人员和经销商进行相应的培训,提高整体的市场运作能力。

四是在市场建设方面,我们今年将集中人、财、物方面的精力,重点打造3县级市场,对选定的根据地市场采取专项费用支持,

在渠道建设、终端网点构建,阶段性促销、广告宣传等方面进行重点支持,建立独立的根据地市场运作小组。对根据地市场实行主要领导专项对接体制。目的是使根据地市场成为茅台不老酒销售的基础市场,并通过样板市场的成功模式总结,分进度进行区域复制,从而实现茅台不老酒销售市场的稳定增长。

五是在对经销商激励机制上,我们将提高对经销商的激励机制,进一步加大对合作伙伴的考核制度和激励力度,出台相应的《经销商考核管理办法》,对销量好,渠道广、团队佳、有潜力、信心足、不违规、忠诚度高等市场基础建设好的优质客户,我们将进行重点支持和扶持,逐步打造能与茅台保健酒业公司长期合作的战略合作伙伴。

六是在渠道建设方面,我们将积极探索新型渠道的建设,尝试网络销售、微博营销等新兴销售方式,建立好主流网络销售平台的旗舰店,从而提升产品形象,在开放的新兴渠道内稳定产品价格体系,保护好现有经销商的合理利润,形成线上、线下渠道销售互动的良好局

面。鼓励、配合、扶持现有经销商进行渠道转型,积极开发烟酒店、商超等传统渠道,改变目前渠道单一,网点数量少,终端网点质量差的现状。

今年我们还将启动企业家慰问活动,对各个经销商区域范围内具备一定规模的中大型企业进行终端开发。

七是在产品方面,公司计划近期内启动二维码系统(真伪查询、会员注册、产品溯源、企业咨询、积分参与、终端促销、资料收集等功能),增强与消费者的互动,启动个性化定制酒工作。

八是在宣传方面,开展重要客户来茅台参观旅游等活动。加强感情交流,宣传茅台文化。

各位代表,虽然白酒行业处于深度调整期,在发展的路上我们还面临着很多困难和问题,但我们坚信,在茅台集团的大力支持下,在保健酒业全体同仁和在座各位经销商的不懈努力下,2014年茅台保健酒业必将开创一个辉煌的新篇章。

新春时节,万物复苏,是让人充满期盼和愉悦的季节。古人云:有朋自远方来,不亦乐乎!今天在这美好的季节,我们怀着激动的心情迎来了来自全国各地的经销商朋友们。面对在座的每一位来宾,请允许我深情地道一声感谢“上帝”,感谢你们义无反顾的支持与陪伴,感谢你们成就了茅台保健酒业公司的发展。

可以说在座的各位都是我们保健酒业公司的一面旗帜,是我们每一个品牌在市场上的堡垒,因为有品牌、有旗帜、有堡垒,所以才缔造了我们厂商之间的合作共赢与持续辉煌。

过去的一年,在大家的共同努力下,我们不但抵御了经济不景气的影响,同时也克服了中央八项禁令和限制三公消费对酒类销售带来的冲击。虽然市场低迷,但大家紧密合作,把握住市场稍纵即逝的每一次机遇,不断拼搏,不断成长。

在新的一年里,保健酒业公司将继续保持产品质量的稳定性,进一步加强管理,深挖潜