

8 市场营销 Marketing



●酒鬼酒股份有限公司董事、副总经理,酒鬼酒供销有限责任公司总经理郝刚会上介绍新品。

■撰稿 王剑兰 于丹

新品发布 满足大众多样白酒消费需求

今年酒业春寒凛冽,身处其中的企业不得不各自寻求“热身”之道,酒鬼酒股份有限公司也在积极转型应对。近日,在成都举办的2014全国春季糖酒会期间,酒鬼酒公司推出了包括馥郁香、特曲、红小鬼、陈坛系类、快乐家族、妙品、老酒坊等13个系列50多款新品,而且这些酒主要是针对大众酒市场的。新品价位集中在100元至300元之间。

记者获悉,在糖酒会期间召开期间的3月26日,酒鬼酒公司于成都银河王朝大酒店举行“合力共进 聚势共赢”酒鬼酒2014年新产品上市推介会。会上酒鬼酒股份有限公司董事、副总经理,酒鬼酒供销有限责任公司总经理郝刚指出,白酒行业从2012进入调整期,但根据行业规律分析,到2014年底,白酒行业将迎来春天,这更是50至100元价位段、100至300元价位段白酒产品的春天。

为此,酒鬼酒制定了新的战略规划以及新的运作思路和方向,他向经销商客户传达了方向和运作市场的决心。随后酒鬼酒股份有限公司品牌运营管理中心总经理李建华发言指出,新时期白酒行业格局发生了变化,但这种变化更是理性的回归,消费者更是转变为健康的回归。酒鬼酒将聚焦在:A、以区县、乡镇为目标的面向普通大众的老酒坊、烧坊产品(百元以内);B、以地级市、城镇为目标的大众品牌化消费的百年烧坊、妙品(零售价100至200元);C、以典型中档消费为目标的“窖龄”、“馥郁特曲”系列(零售价200元);D、以独特销售主张,面向中高阶层现阶段理性消费、高价中为目的“馥郁香”系列(零售价200至500元)。

在会上,中国酒类流通协会副会长、秘书长刘庆福酒鬼酒如同其名字一样,在整体行业的大环境下,在新的时期实现新的突破。

强化质管 降本增效转型发展

酒鬼酒发出如此振聋发聩的声音是有十足底气的,在自然气候和白酒业“小气候”均乍暖还寒的三月,酒鬼酒股份有限公司行动起来,通过强化质量鉴定,降本增效,以期获得更多转型发展的新能量。

2014年3月7日,公司董事长赵公微主持召开了关于降低成本的专题会议,酒鬼酒股份有限公司相关高管和各部门负责人出席了会议。公司针对目前酒业发展的新形势和

“酒鬼”一方面是指酒中之鬼,指最高层次的酒,最美妙的酒;另一方面又指饮者之“鬼”,指知酒善饮、达到饮酒最高境界的人,是一种充满智慧、自由洒脱的美妙人生。“无上妙品”,一语道破了酒鬼酒蕴藏的文化内涵和阐释的人生高妙境界——众人皆醒我独“醉”,不管外界红尘纷扰,2014酒鬼酒独自坚守内心的清明与执着,不畏人言默默前行。



遇到的新问题,整理了思路,提出了五点工作要求:一是统一认识,会议要求全体员工树立“成本意识”,并让它成为自觉行为;二是全面提升生产管理水平,做到生产管理有计划,突发事件有预案、隐患整改有分析、目标完成有总结;三是把握住生产源头,加大产品质量监测力度和责任追溯管理力度,把提高质量和降低成本有机结合,减少质量管理成本;四是狠抓落实,注重细节,把计划付诸行动,形成节约无小事的管理氛围;五是建立成本控制的激励约束机制,测算出每一款酒水、每一瓶产品、每一台设备、每个班组合理成本控制的最优标准,奖罚并举。

其实,一直以来,酒鬼酒的质量管理。首先,酒鬼酒加大与专业科研机构、权威科技部门和著名专业协会的合作,聘请相关权威专家、学者为公司质量管理顾问;其次,以质量为本,重点加强现场管理、加强重点控制、加强质量检测、加强质量标准、加强队伍培训、加强质量宣传、加强质量服务等方面的工作,形成质量控制、课题研发、人才培育、技术理论、售后服务和宣传推广等多层次工作体系;再次,质量培训将由原来的专业技术人员培训扩展到管理人员、营销人员和经销商参与的培训。

酒鬼酒 在转型发展中前进

品位至上 虚实相生

品牌文化务虚 无上妙品馥郁“天下”

马年,企业会在“落实”质管上狠下功夫。同时在务虚方面,对品牌文化的打造也是孜孜以求力求臻完美,尤其在馥郁文化的打造方面,更是舍得花钱大造声势。据记者了解,从2014年3月15日到6月30日,酒鬼酒股份有限公司不惜重金面向全社会举办“酒鬼酒”杯“馥郁人生”朗诵诗歌命题征文大赛。征文的主题是围绕“馥郁”二字,以诗歌的形式讴歌美好的亲情、友情、爱情、恩情、乡情、爱国情,以情动人,一首歌一个主题。诗歌要求主题鲜明,要有真情流露,能传递正能量,倡导健康、积极、向上的人生观、价值观和世界观,充满人生的智慧和思索,这与酒鬼酒的品牌文化是一脉相承并惺惺相惜的。

酒鬼品牌文化的核心是“无上妙品”四个字。酒鬼的鬼是指酒鬼酒的工艺之鬼、文化之鬼、香型之鬼、口感之鬼,表达了酒鬼酒个性独特、品质高雅、卓尔不群的品牌气质。在这里,鬼的寓意是一种超越寻常、至高无上、美妙极至、最高境界的象征,包括人的自由精神境界。酒鬼酒凭独特之名,异美之形,承土家、苗家千年酿酒工艺,置身于高端白酒阵营,更以芳香秀雅、绵柔甘冽、醇厚细腻、感官独特的风格而深受消费者厚爱。

记者了解到,酒鬼酒具有“前浓、中清、后酱”的典型馥郁香型风格特点,正式冠以“馥郁”香型的酒鬼酒也如期批量上市,新品酒鬼酒“色香透明、诸香馥郁、入口绵甜、醇厚丰满、香味协调、回味悠长”,被中国白酒专家誉为“文化酒鬼酒,和谐馥郁香”。“馥郁”香型白酒工艺属国内外首创,拥有独立的知识产权。

酒鬼品牌立意孤绝、品名奇绝、包装独特,是品质与文化完美结合的酒中妙品。酒鬼酒公司作为中国文化酒的引导者和先行者,对中国白酒品牌文化和营销文化具有革命性影响。酒鬼的鬼是指酒鬼酒个性独特、品质高雅、卓尔不群的品牌气质。一方面,“酒鬼”是指酒中之鬼,指最高层次的酒,最美妙的酒;另一方面“酒鬼”又指饮者之鬼,指知酒善饮、达到饮酒最高境界的人,是一种充满智慧、自由洒脱的美妙人生。

而酒鬼酒的“无上妙品”可谓实至名归。它出自古老神秘湘西的酒鬼酒恰恰具有太多独特的元素。“文化酒鬼酒,和谐馥郁香”,文化酒是一种在名称上具有文化品位,在创意

开发上具有文化含金量,在产品包装、装潢上给人以高雅的美感,并通过文化营销传播手段进行市场推广。

工艺独特绝妙 展会上为湘酒“争光”

其实,好酒也需勤吆喝。前不久,酒鬼酒亮相第三届中国(贵州)国际酒类博览会,湖南省委副书记、省长杜家毫接见公司党委书记滕建新。博览会上,以酒鬼酒为代表的湖南26家知名酒企分别携名优酒品参与展览,公司的内参、酒鬼以及湘泉系列产品则在博览会上大放异彩,吸引了国内众多宾客的目光。滕建新向杜家毫汇报了公司生产经营状况,并详细介绍了公司“酒鬼老坛”、“彩陶湘泉”等系列产品。杜家毫听取汇报后频频点头,对公司推出的新品表示赞许,他充分肯定了

酒鬼酒及时调整产品结构,满足市场需求,扩大市场占有率,不断提升湘酒品牌的做法。

其实,酒鬼酒酿酒工艺之妙早已口口相传声名远播,但企业并不满足,想让更多的人理性地了解酒鬼酒的工艺和产品,通过展会等方式为湖南白酒争光添彩。据了解,酒鬼酒生产工艺可概括为:多粮颗粒原料、小曲培菌糖化、大曲配糟发酵、窖泥提质增香、酒醅清蒸清烧、窖洞贮存陈酿、精心组合勾兑、酿制工艺、勾兑工艺和贮藏工艺独具匠心,在中国白酒业独树一帜,其酿制技艺已列为湖南省非物质文化遗产名录,正申报国家级非物质文化遗产。

俗话说:“酒醉心明白”。2014年,对酒鬼酒来说,是“转型发展年”,不管市场如何变迁,酒鬼酒敏行讷言,少说多做避是非。让我们祝福酒鬼酒股份有限公司如黄梅兰般风雨越大香气越馥郁。



●2月28日,皇权集团(香港)有限公司在香港湾仔会展中心举行年度春茗晚会,皇权集团旗下公司及各界嘉宾代表欢聚一堂,共度皇权集团全体员工倾情演绎的“封神大典”盛宴,会中对2013年度集团旗下的优秀代表进行了表彰和颁奖。酒鬼酒公司高级管理人员应邀出席。



陶星陶瓷公司 华彩亮相第90届成都春季糖酒会

3月28日,第90届全国糖酒商品交易会在成都世纪城新国际会展中心正式开幕,湖北陶星陶瓷科技有限公司携263款产品精彩亮相,赢得一片赞赏之声。

陶星陶瓷展厅位于成都世纪城新国际会展中心包装展区,展厅以热情洋溢的中国红为主色调,复古而优雅的空间布局搭配鲜明的“陶星”品牌Logo,与陶瓷的艺术魅力相得益彰,极为夺人眼球。

3月28日至31日,陶星陶瓷展厅内人流穿梭,现场气氛热烈,诸多酒类经销商和客户涌入展厅,仔细观摩公司产品,并详细询问相关产品特性和工艺。一位成都本地的艺术品收藏家在仔细鉴赏陶星陶瓷釉下五彩产品后,被它们具有的丰富文化内涵和精湛的工艺所吸引,当场决定在

展会结束后购买收藏。

本次糖酒会,陶星陶瓷除了展出稻花香、关公坊系列常规产品外,还推出了鉴赏系列酒坛、十二生肖系列分酒器、窑变釉系列、陶瓷喷涂系列等新产品,并以其古朴独特的瓶身设计,赢得了众多客户的赞誉。

陶星陶瓷公司此次参展亮相,公司总经理杜修全亲临助阵,更与广大酒厂客户进行现场交流,前后共接待客户约500多家,达成意向性合作的客户约30家,收到了较好的效果。公司总经理杜修全表示,陶星陶瓷公司今后将会以更加优质的产品和服务,回馈广大客户,从而进一步拓展品牌知名度,为陶星陶瓷公司后续稳步发展奠定良好的基础。(通讯员 陈婧婧)

双星轮胎新型基地奠基仪式圆满举行 打造绿色轮胎智能化示范基地

■郭林 霍红恩 本报记者 何沙洲

2014年3月28日上午,双星环保搬迁转型升级绿色轮胎智能化示范基地项目奠基仪式在董家口经济区举行。

发展绿色轮胎实现产业升级,是世界轮胎工业发展的大势所趋,更是双星轮胎腾笼换鸟、优化升级的必然选择。在青岛市委、市政府的支持下,双星轮胎制定发展规划,拟进行整体环保搬迁转型升级,将位于黄岛区的轮胎园区和机械园区迁至董家口经济区,建立全球领先的双星绿色轮胎智能化示范基地和双星绿色轮胎智能化生产设备示范基地。该项目成功启动,标志着双星轮胎环保搬迁项目正式进入建设施工阶段,对于促进青岛市整体经济结构的转型将产生重大的现实意义和深远的战略意义。

近一个时期以来,双星颠覆传统发展模式全面转型升级,通过确立“创双星轮胎世界名牌”的发展目标和“第一、发展、开放”的战略方针,树立世界眼光,对接国际标准,突破传统的运营模式,突破制约企业发展的旧有藩篱,集中精力进行组织、流程和信息化再造,集中精力创造轮胎世界名牌,集中精力打造国际化的国有集团,全面吹响双星轮胎转型升级新号角,探索一条凤凰涅槃、腾笼换鸟、展翅高飞之路。

双星集团有限责任公司副总经理李勇告诉记者,双星轮胎环保搬迁,不仅是一次空间意义上的位移,更是一次产业“转调创”的凤凰涅槃。双星绿色轮胎智能化生产基地是该集团



●奠基仪式在董家口经济区举行

倾力打造的中国第一个绿色、环保、世界一流的轮胎生产示范基地。基地的主要产业定位,依托董家口经济区的区位优势,通过企业环保搬迁转型升级,研发制造高性能子午线卡客车胎、高性能子午线轿车胎及绿色轮胎自动化设备等,建立世界首个双星绿色轮胎智能化示范基地和绿色轮胎智能化生产设备示范基地。同时,建设全球研发中心、检测中心、贸易中心和汽车轮胎试车中心。加快双星二次创业的步伐,创双星轮胎世界名牌,并将双星集团打造成集轮胎、机械、地产、云网于一体的国际化国有集团。

据悉,双星绿色轮胎智能化示范基地项目立足环保搬迁、转型升级,建设年产高性能子

午线轿车胎1000万套、高性能子午线卡客车胎500万套的轮胎项目和自动化橡塑机械1300台套/年、自动化铸造机械600台/年的设备制造项目,预计到2017年底,全面建成双星绿色轮胎智能化生产示范基地和双星绿色轮胎智能化生产设备示范基地。

搬迁后的企业,将引进世界级技术,招聘世界级人才,生产世界级产品,展示世界级制造,构建全球化网络;并通过信息化、智能化、自动化,大力推广机器人,减轻员工劳动强度,实现效率、能耗方面全球领先,中国第一,真正将双星轮胎园区打造成“技术一流、产品一流、效益一流”的世界级的轮胎基地,创出中国第一个在世界上的轮胎代名词。