

8 市场营销 Marketing

三“品”为本 播酒酱香

沁缘春 让与茅台同宗同源的古茅酒香溢天下



雷兰

5月1日,由中国公益总会主办的“圆梦百分百—中国梦女郎”超级选拔赛四川赛区在蓉正式拉开帷幕。来自四川大学、四川师大、四川音乐学院等高校以及社会各界的近千名佳丽参与海选,现场展示才艺进行激烈PK。这次活动得到了古茅酒的大力支持与赞助,也赢得了强烈的关注度。古茅酒由此又火了一把。

当然,此次活动显示了经销此品牌酒的成都沁缘春贸易有限公司工作的雄厚实力以及审时度势巧抓商机开展事件营销的决心与自信。

“一品”品牌为尊 沁缘春 誓播“酱香”美名满乾坤

记者了解到,成都市沁缘春贸易有限公司成立于2011年8月,它在全国范围内总经

销中国酱香酒之都——贵州茅台镇的古茅酒。沁缘春贸易有限公司本着诚信做事、诚实做人的原则,在具有创业精神的领头人带领下,不畏艰辛、努力奋斗、技术创新,建立起一个覆盖率高、可持续发展的销售网络。与此同时,遵循国际最先进的营销模式,运用CMS系统管理客户,聘请国内诸多管理顾问公司进行品牌策划,推出了最具亲情味、人性化的保姆式营销策略。

成都沁缘春贸易有限公司总经销的古茅酒,是在运用传统工艺和科学酿造方法的基础上,专门量身定制的一款美酒。按其窖藏期和不同工艺特色,分别有均为53度的5年、10年、20年、30年共四种年份酒,可供不同的消费者品鉴。其中,5年古茅酱香突出,老熟醇厚,回味悠长,空杯留香。10年古茅经十年精心窖藏,酱香突出,酒体醇厚,优雅、细腻、干净、悠长。而20年和30年古茅作为长达20年和30年的陈年珍品、精品陈酿,不仅酒体酒味更胜一筹,适用于高档次的各类接待、宴请,亦为馈赠、收藏之上乘佳品,被誉为酒中

奇葩。

沁缘春贸易有限公司的发展宗旨是:有品位、上品质、创品牌。具体而言利用现有产品资源、品牌优势、资金力量与广大致力于白酒事业的经销商朋友共同开拓市场,致力于打造厂商共赢的局面,创立辉煌伟业。为此,古茅酒主动出击,大力赞助参与展会活动,提高品牌知名度与美誉度。记者获悉,古茅酒曾被第12届中国西部国际博览会选为官方指定用酒,并参加了中国绿色食品2011广州博览会。

“二品”品位至上 仁和天香 强“酱”手上无弱兵

据悉,古茅酒由历史悠久、品质上乘、具有相当生产规模的贵州仁和天香酒业有限公司荣誉出品。古茅酒厂距茅台酒厂仅几百米,一些主要技术人员也来自茅台酒厂。可以说,古茅酒是一款与茅台酒同宗同源的美酒。经过几代人艰苦卓绝的探索与奋斗,古茅酒已成为酱香型酒中的精品,它的特点是酱香浓郁,酒体丰满,绵甜爽口,回味悠长,空杯留香,且饮后不口干、不上头、不烧心,深受酒类专家赞赏和各界人士欢迎,既是家庭、朋友聚会、商务接待及生日、婚礼庆典用酒之需,又是馈赠亲友和收藏之佳品。

中国美酒有山的雄浑,有水的灵秀,有火的热烈。产于酱香酒之都贵州茅台镇而与国酒茅台同宗同源的“古茅酒”,以茅台镇原产地的出色佳酿、酱香型酒中的精品走红市场;在全国范围总经销古茅酒的成都沁缘春贸易有限公司,也以具体践行“有品位,上品质,创品牌”的公司宗旨和开拓进取的艰苦奋斗,成立伊始即迅速打开局面,开始了纵横全国大市场的发展之路。

公司位于贵州之酒都茅台镇,自古为名酒之乡。得天独厚的气候条件让雪山常年积雪,常年流淌着汩汩的山泉水,好水出好酒,好酒由此应运而生,勤劳的人们伸出双手取

雪山之源泉,以优质高粱、小麦、玉米、大米、糯米为原料,采用千年流传的泥池多轮发酵工艺,土坛常年窖藏,蒸馏、贮存,精心酿造而成,产出此美酒,此酒醇香浓郁,回味悠长。

“三品”品质过硬 古茅酒 “口口”相传一顺百顺

很多酒友都说,喝了很多酒,还是古茅酒最顺口。据饮用古茅酒的人,前三口即刻呈现其特有的口感:第一口,微爆。此刻能感觉到明显的“酱香”爆口,且在舌间回转;第二口,顺畅。此刻能感觉到流畅、柔顺、绵滑的“顺口入腹”之快感;第三口,回香。此刻能感觉到欲继续品鉴、持久享用的渴望。

一些饮用过古茅酒的“酒民”分别留言称:“我喝过古茅酒,品质很好,酒色微黄而透明,口味细腻、优雅,空杯留香持久。”“此酒闻香:微酸,酱香浓郁、细腻、醇厚、饱满、持久、无杂味。”“品味(均匀细滑与舌尖细品):酱香突出、酒体醇厚、优雅、细腻、干净、悠长;饮后的体验与感受:山魂水魄、荡气回肠、味道醇厚、酒体饱满圆润、酒香浓郁持久、感受绵远流长……”一位“酒仙”朋友说,喝了古茅酒,打起麻将顺风又顺手,清一色白摸盘盘有;没喝古茅酒,一扛扛被抢,二扛扛上炮,三扛扛得不敢扛;喝了古茅酒,上下通气不咳嗽;喝了古茅酒,一人敢把夜路走;喝了古茅酒,仿佛又回到十八九,青春年少样样有!今生不再喝其他酒,要喝就喝古茅酒!

记者获悉,古茅酒各款市场定位也不同,能在不同的场合起到渲染气氛,增进宾主感情的作用。其中,5年古茅适合家庭朋友聚会时饮用,能让宾主双方畅所欲言,无拘无束;而10年古茅除适合家庭朋友聚会外,在婚宴和寿宴上,也是拿得出手,既有优良的品质,又能彰显体面;而20年古茅颇适合档次较高的商务宴请,彰显宾主双方的尊崇身份和不俗品位;而30年古茅则是宴请贵宾、馈赠挚友的上乘佳品。



众多业内人士认为,2014沁缘春将把古茅酒的“三品”完美融合并深耕渠道,让古茅酒在市场中左右逢源一顺百顺,从而在众多茅台镇出产的白酒中脱颖而出,凭借实力区隔市场与品牌,让消费者品尝到正宗优质且性价比超高的酱香型白酒。



“朋友到来有超值服务”的合作,无疑具有很强的成长性和可持续性

伍田为合作伙伴创造发展机会

糖酒会是3月28日至3月31日在成都世纪城新国际会展中心正式举办,但来自国内外的十万客商早已提前十天左右即已陆续汇聚成都,老友相见,新朋相识,欢乐的气氛在糖酒茶香中益是浓厚,客商们在糖酒会上寻找到新的发展机会更是高兴。

作为西部肉制品加工技术的领先企业,伍田生产以耗牛肉制品为主的休闲、餐饮、调味、罐头和生鲜系列200多个品种食品十几年畅销全国。为了更好地服务来伍田食品公司考察的老朋友,也为了让客商们看看真实的伍田公司,伍田食品公司每年都是借助成都国际会展中心前往新津工业园区只有20多分钟车程的便利,在公司设自己的主场场欢迎朋友们。因此,每年这期间,总经理范正海的老朋友更是供货商、经销商、物流商等各路人马进出,老朋友,大家相见甚欢,相谈亦欢。

这几年,由于原材料、运输、人工成本、信任危机等各种因素影响,食品企业在激烈竞争中发展步履艰难,但伍田食品公司却呈现出逆势上扬的趋势,从几年前销售一亿元上升到近十亿元。范正海表示:“这种增长,得益于与经销商朋友们真诚合作,也是双方在加深交流中不断拓展合作新空间,创

造发展新机会的良好结果。”因此,糖酒会期间,他再忙再累也尽量抽出时间,接待了来自贵州、杭州、大连、天津、昆明、重庆、南京、西安、山西等地的新老客户100多人。陪同参观工厂,详细讲解伍田新近研发的产品,共同探讨在目前市场环境下,消费者到底喜欢什么样的产品?如何创新经营管理,为经销商、消费者提供更多的服务?

据了解,伍田食品在行业率先提出了建立在安全、安定、安心的“三安”原则上和落实到人品、企业、产品“三品”合一建设上的食品安全“三心”观,就是伍田人凭良心做出的食品,是自己能吃,自己的孩子能吃,自己的父母都能吃的食品;这样的产品生产出来后,伍田人不昧良心回家能睡得着觉,经销商赚了钱也能安心睡得香,消费者享了口福也能放心睡得好。

“伍田食品倡导‘三心’观,就是表明一种承诺。”范正海的解读是:伍田以实现广大经销商和消费者的最大满意度为价值取向,只要是合作伙伴,伍田就会努力为合作伙伴提供超越竞争对手的价值,创造更好的发展机会。

而这种“朋友到来有超值服务”的合作,无疑具有很强的成长性和可持续性。

品质,以产品的差异化,以产品的品牌内涵和服务,欢迎新老朋友们到来,伍田食品公司在刚结束不久的2014年春季成都全国糖酒会期间,增强了众多老客户的销售信心,也赢得了很多新来客户的赞誉,表达了强烈的合作意向。

3月21日上午,记者就曾前往位于新津川新工业园的成都伍田食品公司采访,只见公司办公楼一楼大厅和会客区陈列着以耗牛肉制品为主的休闲、餐饮、调味、罐头伍田系列产品,公司市场部、办公室等部门的人员,都在忙着为前来伍田参观考察和扩大合作的经销商们介绍公司发展、产品研发和经营服务价值体系等等。虽然春季成都全国

本报记者 何沙洲 通讯员 钟梅

随着技术发展的日新月异和新产品的不断涌现,广大经销商和消费者对于产品和服务的期望越来越高,要想赢得他们的支持,在激烈的市场竞争中获取可持续发展的竞争优势,成都伍田食品公司范正海认为,企业只有在发展中努力将自身的技术优势与社会发展需求紧密地结合并将产品和服务的价值进行增值,最重要的就是为合作伙伴创造发展机会。

当今的客户已不再是产品与服务的被动接受者,他们比以往掌握更多的知识、信息与技能。而正是坚持一如既往地以产品的

马牌轮胎借力足球营销

吴琼

借力世界足球赛,成为汽车及零部件企业的营销借力区。日前,德国轮胎制造商马牌公司举办“德国马牌球神争霸”——2014年巴西世界杯体验活动的启动仪式。马牌轮胎宣布,将成为2015年澳大利亚AFC亚洲杯的赞助商。这是德国马牌首次赞助亚太地区的足球赛事,希望通过赞助高规格足球赛事,实现推广高端品牌的目的。

马牌乘用车胎亚太区替换市场事业部执行副总裁辛洛安表示,德国马牌目前已正式签约赞助2015年澳大利亚AFC亚洲杯。至此,德国马牌成为轮胎行业内第一个赞助亚洲顶级足球赛事的轮胎制造商,德国马牌希望能够借助足球营销与中国消费者有更多互动。

开启绿色渣运 成就绿色前程

“100辆解放J6 U型渣土车交车仪式”在石家庄举行

日前,“解放国四J6新型城市渣土自卸车投放仪式暨百辆J6新型城市渣土车交车仪式”,在有着“新中国摇篮”之称的河北石家庄市隆重举行,一汽解放、一汽解放锡柴、河北骏驰、渣土公司,以及众多媒体代表等数百人共同见证了这一渣土行业的盛典。

“锡柴奥威(CA6DL)国四发动机匹配解放J6重卡,整车更加省油,动力更加强健。”此次作为解放国四J6新型城市渣土自卸车动力——锡柴奥威发动机,是目前一汽中重型商用车的主配动力,历经十年市场验证,深受广大用户青睐,“买车要买解放车,选机要选奥威”的观念已深入用户心中。截至目前,锡柴奥威机销售已突破50万台,形成了油耗低、动力强、质量可靠、安全舒适的良好口碑。为保持奥威发动机在更高排放阶段的产品竞争力,锡柴奥威国四发动机以CA6DL国三系列柴油机为基础,采用SCR的排放技术路线,使整机排放满足国四标准要求,满足了一汽解放中重型商用车对高排放标准先进发动机的需求,助力解放新型城市



渣土自卸车拥有了“六高一低”的强悍优势。

伴随着悠扬动听的音乐响起,一汽解放、一汽解放锡柴、河北骏驰等领导,为订购148辆解放J6 U型渣土车的8家渣土公司的代表颁发了象征财富的金钥匙。此次活动,解放国四J6新型城市渣土自卸车和锡柴奥威发动机以过硬的品质、特有的性能吸引

了众多媒体和用户的关注,扩大了在该区域的影响力。

开启绿色渣运,成就绿色前程。相信配套锡柴奥威发动机的J6渣土自卸车产品将以其“绿色”成为更多城市渣土车用户的首选。

(陈燕)

绿洲商贸: 加大营销力度 占领市场

赤峰绿洲商贸有限责任公司成立于1997年4月,是专业致力于传统农业耕作、开发、种植、加工、销售有机杂粮的大型公司。该公司严格执行国家有机农业的相关标准,生产的“靠天收”系列小米、荞麦米、荞麦面粉、玉米、玉米糝、大豆、绿豆、红小豆、芝麻等杂粮,远销东北、华北、华东、华南、华中广大地区,在原粮出口方面,谷子和荞麦主要是出口到日本和韩国,杂豆中的“英国红”芸豆,赤小豆要出口到欧盟是现代企业追求健康,养生保健的佳品为了使企业能够持续、健康、稳定地发展,公司将所获利润的较大部分投入到了产品研发之中,在自主研发与合作开发的理念指导下,与国内众多大专院校、科研机构及企业有着密切地交流及技术往来,并建立了科研试验基地。公司有着稳定的种子生产基地、严格的试验筛选及生产加工流程。销售方面,公司经过多年的探索和创新,开发出了一套惠及各方利益的市场运作方案,建立起了多家个销售服务网点,使公司及产品在各地都形成了良好的口碑。

该公司本着“为人奉献放心的有机杂粮食品、创造绿色、环保、自然、健康的生活方式”的使命,将种植基地选择在了远离城区地带,这里阳光充足,空气清新,雨水适中,自然条件好,农作物采用传统耕作方式,施用农家粪肥,靠天然雨水浇灌,不洒农药、不施化肥,种植有机杂粮条件得天独厚,为公司的发展奠定了坚实的基础。

公司的经营宗旨是想要做好事,首先做好人。产品的广告语是:吃“靠天收”杂粮,走健康人生路,公司的品牌宣传理念定位在:生命的家园,需要“绿洲”。

公司自成立以来,始终牢牢掌握以质量求生存,以市场谋发展的这一根本,质量上精益求精,市场上精心开拓。目前,公司所有精品杂粮产品全部获得QS认证。

按照规划,到2015年,实现争创全自治区驰名商标和争做赤峰同行业第一的愿望,为市场提供更多的绿色健康食品,促进实现健康人生,实现带动赤峰五个旗县区的农户发财致富,帮助城乡消化5000剩余劳动力,促进社会稳定,争取推动公司到创业板上市,实现企业自身经济效益与社会效益的双丰收,为推动赤峰市经济发展与社会进步贡献力量。

(高艳庆)