

# 为国酒争光 为茅台圆梦

● 国酒茅台山东联谊会会长  
山东新星集团董事局主席 魏心东

在嫦娥飞天、玉兔奔月之际,在“深化改革”成为时代主题的大背景下,进一步坚定了我们为国酒争光、为茅台圆梦的信心和决心!虽然现在处在白酒调整时期,但是我们热血沸腾,我代表国酒茅台山东经销商联合会和新星集团7000多名干部职工,就“转型怎么转、机遇怎么抓”谈三个方面的体会。

## 加速消费群体的转型 抢抓民酒发展的机遇

2013年以来,中国白酒行业进入变革调整的“深水区”。在非常复杂严峻的经济形势下,茅台领导沉着应对、顺势而为,率先从名酒向“民酒”转调,为我们赢得了市场的主动权。销售公司领导先后两次来到山东现场办公,大区和片区的领导同志们真抓实干、攻坚克难,给我们解决了前期库存问题,并帮助我们整合营销策略。截至目前,新星集团销售茅台迎宾酒14.7万箱,超额完成全年任务计划,连续8年全国销量第一。能够取得这样的业绩,充分说明了三点,一是我们的茅台和茅台系列酒,在众多名酒中一枝独秀,国酒地位不可动摇;二是消费群体正在从“政务消费”向“商务消费”转型,民酒消费必将成为名酒消费的主体。作为经销商来说,只有牢牢把握消费群体的转型,落实茅台集团的决策,才能打硬仗、打胜仗、打漂亮仗!在抢抓民酒发展机遇上,我们要以“八个营销”为统领,走群众路线、打人民战争。一方面,积极引导“中国人喝国酒”的理念,让高收入的民间消费者买茅台、喝茅台、收藏茅台,既要维护好国酒第一品牌的地位,也要树立好茅台的亲民形象;另一方面,要把茅台系



● 国酒茅台山东联谊会会长、山东新星集团董事局主席 魏心东

列酒打造成“大众消费”第一品牌,进一步把“根”扎到群众当中,让老百姓买得起、喝得起、有面子、有健康、有实惠!

## 加速营销方式的转型 抢抓两节旺季的机遇

消费群体的转型,必然带来营销方式的变革。在营销方式上,我认为要由原来的“空、海、陆”向“陆、海、空”转型。也就是说,要多做“贴近市场、贴近消费者、贴近经销商”的工作,把重点放在消费者身上。在观念上,要真正把人民群众作为“上帝”,尊重消费者、引导消费者、服务消费

者;在行动上,胆子要大,步子要稳,坚决做到“宣传提升内涵、人员千军万马、网络万村千乡、营销千变万化”,以精兵强将、精耕细作,做好精品市场工程。

2013年以来,我们在营销上着力打好“全员销售战”、“市场争夺战”和“网络攻坚战”,召开系列酒专题会以及各类订货会60多场次。特别是在济南召开迎春订货会,茅台迎宾现场订货达4万箱。同时,我们深入落实“文化营销”理念,开展国酒旅游和社会公益活动,用茅台迎宾参与拍摄了电视剧《槐树花开》,预计2014年在央视一套黄金时段播出。更为关键的是,培育了一大批忠诚的经销商和消费者。比如,济南长清的李梅商贸公司,

2001年开始销售茅台迎宾,从年销量不足100箱发展到现在的2000箱;还有山东金乡富通酒水的经销商,是忠诚的迎宾爱好者,专门组织了一批酒友,爬到泰山顶上“喝迎宾、论英雄”。当前,我们要抓住黄金机遇,在坚持以上做法的基础上,创新“电视团购”等新的营销模式,进一步把营销工作干到刀刃上。

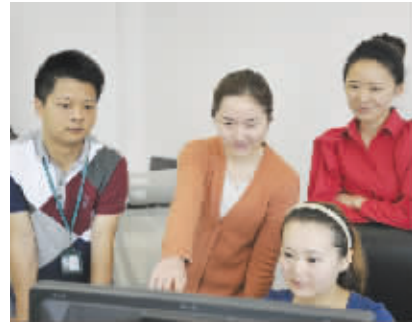
## 加速经销商自身转型 抢抓深化改革的机遇

2014年是国家全面“深化改革”的第一年,“深化改革”是一场新的伟大革命,我们每个人都处在这场革命之中。抓住这次机遇,就会从中取得更大“红利”;跟不上改革的步伐,就要在改革中落后淘汰。茅台的加速转型,也倒逼我们经销商提升素质、转调创新,否则就会淘汰出局。所以,加速转型首先是经销商自身的转型,首先要“革”我们经销商自身的“命”。为此,我们要始终坚定对茅台事业的理想信念,真正做到风雨同舟、同心同行、富而思进;要始终坚持学习“八个营销”,采用“集中学、案例学、互相学”的方法,真正把“八个营销”学好用好、吃透做准;要始终执行好茅台集团的各项决策,自觉维护集团公司的权威和良好市场局面,真正做到听话真干,争做感恩型、责任型、进取型经销商,为茅台事业贡献智慧和汗水,争取更大“红利”。

我们一定要清醒地看到,路越走越难,但越走越远,必须知难而进!现在,已经出现了“冬去春来”的良好势头,只要我们限定茅台,就一定越来越好、春暖花开!让我们继续紧紧团结在茅台的大旗下,以“八个营销”为统领,抱团取暖、坚持沟通,加速转型、抢抓机遇,俯下身子、真抓实干,继续超额完成各项任务目标,为实现茅台的战略目标再做新的更大的贡献!



# “网上职工之家” 让企业变“家庭”



● 职工浏览网站

■ 陈刚 陈秀丽

国网宜宾供电公司工会“网上职工之家”于2002年2月在企业局域网建“家”至今,已经有超过4万人次到访,验证了一句话:“客走旺家门”。网站实现了与职工“点对点”零距离交流,拉近了企业与职工之间的距离,让职工切实感受到企业大家庭的和谐与幸福,爱上了“家”。“家”也成为见证员工工作、学习、成长、历练的沃土,成为工会各种活动的有效载体,增强了企业的凝聚力。

国网宜宾供电公司工会的“网上职工之家”,以其创新、活力、贴心、务实、方便的特色受到了职工们的一致好评,实现了职工足不出户,就可点击到“家”,走出了新时期工会工作的新路子。

2013年度,公司会员对“建家”的综合评价满意率达99.2%。2014年4月,四川省电力公司工会将其作为“十大创新成果”之一在全川推广,国家电网公司工会作为经验交流对其进行了报道。

此外,工会还依托网站成立了乒乓、足球、摄影、读书等8个文体协会,开展形式多样的文体活动,有力促进职工成才,企业文化建设也取得了丰硕的果实。近年来,公司工会共获得了四川省模范职工之家等各项荣誉20多项。

据悉,2014年,宜宾供电公司工会将对原有网站进行升级构建,一是组建员工书屋的电子浏览平台,方便员工查阅书籍、交流读书心得;二是建立“网上员工服务中心”,进一步为员工服务好。

# “十二五”突破 120 亿 向“百年新星”目标迈进

■ 本报记者 张建忠 樊瑛

山东新星集团成立于1990年9月17日,坐落于世界短篇小说之王蒲松龄先生的故乡、中国建陶之都——山东省淄博市淄川区。创业之初只有七人,无资金、无场地、无现成业务、无运输车辆。在领军者魏心东同志的带领下,白手起家一路走来,始终秉承“团结奋斗、真抓实干、无怨无悔”的企业精神,“诚实守信、互惠共赢”的经营理念,“以人为本、严细新全”的管理理念,“与时俱进、创建百年”的企业愿景,以及“服务人民、奉献社会”的企业责任,发展成为山东省重点企业集团。企业业态主要包括五大板块:分销物流(有酒水、食品、日化、白糖、煤炭、家电分销物流及23家驻外分公司。其中,茅台酒连续七年全国销量第一);商品零售(有新星商厦、珠宝连

锁店、超市连锁店、名酒专卖店、汽贸连锁店、家电连锁店、摩托连锁店428家);金融服务(贷款公司、典当公司、融资担保公司);餐饮娱乐(星级酒店、休闲会所、便民早餐);专业市场和电子商务。拥有33家直属子公司,2600余处销售网点,员工7000余人,资产10亿元,销售网点遍布全省并辐射全国。集团先后荣获全国精神文明单位、全国文明诚信企业、全国商业百强企业、全国连锁百强企业等荣誉称号,成为商务部“万村千乡市场工程”优秀示范企业。集团党委三次被中共山东省委授予先进基层党组织荣誉称号。

展望未来,企业确定了“大物流、大连锁、大金融、大电商”四大战略,着力扩大物流、连锁规模,开办民营银行,打造中国第一酒水网购平台,力争“十二五”末年销售突破120亿元,向着“百年新星”的目标不断迈进!



● 魏心东(中)在劳动现场

# “2014 微博达人重庆行”启动 向全国招募 60 名达人

■ 姜红淑

外地人眼中的重庆,是爬坡上坎的青石巷,是氤氲着薄雾的水码头……外地人眼中的重庆,是魔幻3D的奇特地形,是脾气大、吃得辣、妹儿乖、爱搓麻的重庆人……如果,请他们来“做一回重庆人”,会是什么样呢?

5月5日,“2014微博达人重庆行”活动正式启动,腾讯·大渝网向全国微博达人发出邀请,招募60名微博达人,让他们体验真实的重庆,探寻城市文化观,考察经济社会发展成果,体验生态涵养旅游,尝尝舌尖上的重庆美食,真正“做一回重庆人”。

## 赏火锅看美景 微博达人将“做一回重庆人”

据了解,“2014微博达人重庆行”活动是由中共重庆市委宣传部,中共重庆市委对外宣传办公室,重庆市互联网信息办公室为指导单位;重庆市网络媒体协会,腾讯网主办;重庆市互联网新闻研究中心,腾讯·大渝网承办。也是第二届“做一回重庆人—微博达人重庆行”活动。

本次微博达人重庆行,达人将以重庆的“昨天、今天、明天”为线索,感受重庆悠久的历史、文化、繁荣的经济建设和美好的未来框架。实地深入重庆五大功能区域,探视重庆智慧经济实体(如直升机制造厂、长安福特基地);品尝地道火锅,饕餮巴渝美食,欣赏川剧艺术;畅游生态旅游,大足石刻、印象武隆等。

据悉,今年将邀请到全国知名微博达人及腾讯网、腾讯微博和腾讯12个地方站总编辑,体现城市集群的联合,极大提升宣传力度,形成强大的传播网络。

据重庆市网信办专职副主任、市网络媒体协会常务副会长兼秘书长刘晓年介绍,邀请全国的微博达人来“做一回重庆人”的活动



● 重庆市网信办专职副主任、市网络媒体协会常务副会长兼秘书长刘晓年(左二),重庆日报报业集团副总裁黄平(右一),腾讯·大渝网总裁李春燕(右二),重庆微博达人、中国作协全委会委员、重庆市作家协会副主席余德庄(左一)共同启动水晶球。



● 2014微博达人重庆行新闻发布会——刘晓年致辞。



● 2014微博达人重庆行新闻发布会——李春燕致辞。

是形式上的创新,也是理念的创新,更彰显的是重庆的自信。他提到,重庆直辖以来,经济社会发展非常迅速,现在的重庆政通人和,各方面都兴旺发达。“因此,这些成果希望让全

国的网民共同分享。”刘晓年说。

## 招募达人“带路人”

除招募知名微博达人以外,本次活动也面向全市招募达人行志愿者做达人们的“带



● 2014微博达人重庆行新闻发布会现场



● 2014微博达人重庆行新闻发布会——余德庄致辞。



● 2014微博达人重庆行新闻发布会——余德庄致辞。

## 志愿者与达人一起“打望”重庆

除招募知名微博达人以外,本次活动也面向全市招募达人行志愿者做达人们的“带

路人”。志愿者本身要求是玩转腾讯微博的博主,对重庆的历史文化、城市特色、地道美食等方面都有一定了解。若想陪同数位微博达人一起爬坡上坎“打望”重庆,都可以关注志愿者招募活动。只要你喜欢重庆,对重庆感兴趣,热爱微博,愿意了解重庆、推介重庆,都可能成为邀请的对象。

在启动会现场,重庆微博达人、中国作协全委会委员、重庆市作家协会副主席、一级作家余德庄也表示要“当好东道主,做好解说员”。他说,希望借这次微博达人重庆行的活动,和全国各地的微博达人一起把重庆最美好的一面、历史文化最精彩的部分和未来发展最辉煌的前景宣传出去。

## 微博微信微视三“微”互动 向全国展现最真实重庆

腾讯·大渝网总裁李春燕在启动仪式上表示,此次“2014微博达人重庆行”活动,在去年活动成功的基础上,今年进行了三大方面突破:一是扩大邀请微博达人的规格及范围,从知名度及活跃度等方面提升达人质量;二是升级宣传力度,腾讯微博超5亿用户,重庆地区腾讯微博用户超1500万,腾讯大渝网本地960万人气基础,腾讯12个地方城市集群网络覆盖,形成强大的传播网络,提高活动影响力;三是加强网友互动,推荐重庆标签,融入“重庆五大功能区域”、“民生实事”和重庆文化、生活、旅游等主题,创新活动形式,使活动更具娱乐性、互动性,有效调动网友、市民的关注。

另据了解,本次活动除了利用微博的直播互动分享特性外,还加入了微信、微视的平台推广,最直观的方式展示重庆的现状和风貌。微博平台的快速、实时分享,微信平台的友好效应,微视平台的视频再现……一个真实而充满魅力的重庆,将得以完整呈现。