

# 稻花香董事长蔡宏柱一行在河南召开研讨会部署转型战略 稻花香河南市场因地制宜实现新跨越



蔡宏柱讲话



研讨会现场

■ 张丽

近日,稻花香集团党委书记、董事长蔡宏柱一行来到河南郑州,召开河南市场研讨会,部署河南市场转型战略,强调要明确形势,因地制宜,发挥稻花香品牌强大的影响力,加快产品结构调整,加强市场管控和价格管控,深入开展“金网工程”,进一步抢占市场份额,新形势下实现河南市场新跨越。

河南是中国人口最多的省份,中原文化底蕴源远流长,有深厚的酒文化基础,发展潜力大,是稻花香布局全国市场的重要组成部分。2013年蔡宏柱曾到河南洛阳召开市场研讨会,此次来到河南,在新常态下进一步擘画方略,为河南市场深化转型、实现新跨越注入新动力。

当天,豫南、豫北客商对蔡宏柱一行深入市场调研表示热烈欢迎,他们争相汇报了各市场发展、产品销售、品牌宣传、市场竞争等

情况,并就未来市场发展提出了相关意见和建议。不少经销商表示,之所以选择稻花香,不仅仅是因为稻花香产品品质好、品牌影响力大,还有稻花香“敢冒风险、自我加压、创造机遇、超常发展”精神的感召力,以及稻花香现代营销模式“金网工程”、“红色行动”的驱动力,让他们在经销稻花香的过程中积累了很多商战知识和经验,市场效益节节攀升。

蔡宏柱与经销商们分析了当前经济形势和行业形势,他说,受国家经济下行以及白酒产能过剩的影响,行业发展受到了严重冲击,中国经济寒冬期仍将持续。他指出,目前,河南市场要认清形势,要有壮士断腕的决心,坚定不移的信心,始终如一恒心,加快转型步伐,奋力作为。豫南、豫北分公司要制定符合市场实际的系统营销方案、计划和目标,结合公司开展的“金网工程”铺市活动,充分发挥营销人员的积极性,从财力、人力、物力上集中投入,形成聚焦,开拓终端,挖掘潜

力,全力抢占市场份额。同时,要加强市场窜货、产品价格、发展目标以及客商的管理,确保市场健康稳步发展。

他强调,“金网工程”是稻花香市场营销的制胜法宝,河南市场要充分发挥“金网工程”纲举目张的作用和优势,将每一个市场终端建设好,将每一项市场活动策划好,强化执行,做到家家到、户户落,将产品铺下去,广告做出去,网点建起来,效益提上来。他希望,河南市场全体客商始终如一信任和支持稻花香,统一思想,快速行动,坚定不移向前发展,坚定不移实施转型,携手实现河南市场新跨越。

稻花香酒业公司副总经理兼营销公司总经理肖承厚主持会议。宏晨包装公司总经理、豫南市场联系人陈天文,天台包装公司总经理、豫北市场联系人郑明武,稻花香酒业营销公司中原大区经理周建正,河南市场全体经销商、营销人员参加了此次会议。

## 坚定信念 深耕细作 全心全意做好习酒市场营销工作 习酒公司召开2015年上半年营销工作会

7月10日下午,习酒公司在综合楼会议室召开2015年上半年营销工作会,对2015年上半年营销工作进行总结,对下半年营销工作进行部署。会议要求习酒公司全体营销人员坚定信念、精耕细作,全心全意做好习酒市场营销工作,推动习酒健康稳步发展。

习酒公司领导张德芹、钟方达、冯镜、陈应荣、曾凡君、沈必方、帅承举、胡峰、总经理助理杨云、向祖祥出席会议,茅台销售公司各事业部、后勤机关主管以上人员,各片区区域经理以上管理人员、贵阳分公司、浓香分公司及习酒公司相关部门管理人员参加。

2015年,国内经济进入“新常态”,白酒行业也进入了深度调整转型时期,面对经济形势和行业环境,习酒公司全面落实年初制定的各项营销策略,通过确定窖藏和品质、老习酒系列在发展战略中的地位,深耕省内市场,开拓省外市场,加大对终端的建设和掌控力度,达到时间过半,任务过半的目标。

习酒公司总经理钟方达全面分析了上半年营销工作目标得以实现的好措施,同时指出存在的问题和不足。要求全体营销人员要继续坚持以市场为中心

不动摇;坚持以消费者为导向,走质量效益型道路不动摇;坚持做强贵州市场,突破省外市场,做好特许品牌经营三个策略相结合不动摇;坚持“品牌集中、人员集中、市场集中,投入集中”四个集中不动摇;坚持人事组织权、薪酬分配权、费用投入权三权合理使用不动摇;坚持费用管控和市场监管两项义务不动摇;坚持勇担习酒发展责任不动摇。鼓励全体营销人员坚定信心,勇于在市场竞争中证明自己,在压力中不断前行,在开拓市场的同时实现个人价值。

习酒公司董事长张德芹在会上指出,经过63年的发展,习酒积累了许多不可替代的优势。习酒有强而有力的质量保证、有历史悠久的品牌内涵、有勤劳朴实的员工队伍,这些都是习酒牢不可破的优势资源,未来要实现习酒更好的发展,就必须做到:一是要强化大局意识和责任意识,建立健全有效的管理机制并坚决贯彻执行;二是要切实解决好“产品扎根本地”这个重点工作,切实加强市场监管;三是坚定以窖藏、品质、老习酒为主体品牌不动摇,适度开发新品;四是片区负责人要引导市场营销人员努力开拓、维护市场,努力适应市场发展新常态;五是省外市场



习酒公司董事长张德芹讲话

营销人员要做好有效客户的评估,认真帮助经销商扎好根,确保习酒在省外市场逐步发展壮大;六是要做好客户接待工作,提高服务质量,不断提升习酒形象;七是切实解决“人”的问题,要坚定发展信念,要扬长避短、发挥自身优势,改进存在的问题和不足,在暗潮涌动的市场中成就自己,成就习酒梦想。

会议还分享了省内外优秀的营销案例,对获得茅台集团公司2014年度的先进集体和个人进行了表彰。

(罗婷婷 王明 侯春燕)

## 红山粮仓:为百姓送去一分健康

■ 高彦庆

“红山粮仓”是隶属于内蒙古赤峰融领商贸有限公司旗下的一个品牌。“红山粮仓”分为杂粮、杂粮面条及红山地方蔬菜干菜特产金芥肉3大系列30多个单品。其以推崇时尚养生、弘扬传统饮食、引领五谷杂粮的多食题材全面养生为目标,致力于打造红山第一品牌。

赤峰融领商贸有限公司致力于农业,2011年李占领董事长带八个志气相投的年轻人,开始了他们辉煌的事业长征,并成功注册“红山粮仓”品牌。他们以传承红山文化、展现民族品牌为己任,秉承着“举业为先”创业理念,白手起家,短短三年时间凭着实干、勤奋、诚信,从默默无闻到一鸣惊人。由最初以做各个食品品牌代理、销售,到今天已成功蜕变为以自主品牌“红山粮仓”系列自主开发、生产、销售为一体的新型实业公司。公司主要产品以“红山粮仓”品牌杂粮、杂粮面条及红山地方蔬菜干菜特产金芥肉3大系列、20多个单品为主。总经理李占

领先生现在赤峰市工商联、赤峰市烟酒办、赤峰青年创业促进会等社会团体兼任重要职务,并积极参加各项社会公益事业。

品牌化发展是该公司经营的主导战略。“红山粮仓”品牌是国家注册商标,为了使品牌具有亲和力,该公司根据企业实际建设企业文化,培育“创新、求实、开拓、进取”的企业精神和树立与客户一起成长的服务观,形成了有本企业特色的企业文化。为了增强品牌的影响力,该公司利用报纸、广播电台等媒体广泛宣传,并积极参加公益活动以及广交会等,使“红山粮仓”的美誉度大大增加,品牌影响越来越大。该公司力争用最短的时间将“红山粮仓”做成内蒙古著名品牌,北方及全国知名品牌。

赤峰融领商贸有限公司主要以“红山粮仓”品牌,力争做内蒙古新兴杂粮企业的新标杆。产品融合了众多人性化设计及服务理念,最大化地迎合了消费者心理及消费需求,将以起跑者的姿态打造中国农业第一品牌,着力于2018年走中国农业的三上市。

## 陶星陶瓷公司 召开上半年工作总结会

近日,湖北陶星陶瓷科技有限公司2015年上半年工作总结大会在公司大会议室召开。陶星陶瓷公司总经理杜修全、副总经理陈成等领导出席会议,全体行管及车间管理人员共70余人参加了大会。

陶星陶瓷公司副总经理陈成宣读了公司《2015年现场管理月活动方案》。方案指出,七、八月份是公司的现场管理月,要按照集团相关文件要求,将活动方案落实到具体工作中,使之常态化,更好地服务于生产大局。

公司总经理杜修全作2015年度上半年工作总结报告,分析了公司当前的发展形

势,提出了下半年的工作目标和思路。他说,2015年,是稻花香集团冲刺500亿目标的决胜年,也是公司成立以来挑战最多、压力最大的一年,公司紧紧围绕降本增效,以创新技术为驱动,强化过程管控,全面加快产品转型升级,全员坚定信心,攻坚克难,扎实推进各项工作。他强调,下半年形势依然严峻,全员必须坚持“转方式、强机制、练内功、增效益”,牢牢把握基本矛盾和当前主要矛盾,保持各项工作和措施的连续性,要以奋发有为的精神状态,以务实高效的工作作风,以机动灵活的经营战术,努力完成今年的各项目标任务。(洪燕华)

## 锡柴非道路产品 成为新市场增幅亮点

大道之行,始于足下。日前,锡柴经过产品优化、市场深耕、品牌培育等多方努力,非道路产品销量全线飘红,各系列品种正逐步展现出其强劲的市场增长力,1-6月份,锡柴非道路用柴油机销量不仅取得了8.4%的同比增长率,且在叉车、小装载机、大中型拖拉机、中型青储机、固定机组等领域销量实现了新突破。

打造非道路行业品牌知名度,进行品牌合作联盟化,有序发力进攻非道路市场,是锡柴“十二五”发展战略中的一个重要组成部分。今年锡柴与主要合作厂家的配套量和市场份额达到了历史的新高点。叉车领域是锡柴重要拓展板块。经过努力,锡柴已发展成为当下叉车配套动力最全的生产企业,“十二五”期间,锡柴在大吨位叉车领域的市场份额达到了65%;小吨位叉车配套动力完成了研发、认证和批产。在与安徽合力等龙头企业的合作中,锡柴康威产品以优于同行的可靠性和经济性获得了经销商和用户的普遍认可。特别在工作时间长、强度大的租赁市场,表现尤为突出,品牌知名度逐步上升。

同样,品牌合作也使锡柴农业收割机械市场“一路飘红”。中型青储机作为锡柴调优

产品结构的战略版块,1-6月份,锡柴康威系列、奥威系列重型柴油机订单源源不断,尤其是CA6DL奥威发动机,更是得到了整车厂家的充分信赖,成为了众多厂家三阶段产品的首选动力,奥威产品的品牌影响力在非道路农业机械领域得到了衍生。而固定机组市场更成为锡柴增速最快、最稳定的板块,成为重点配套出口及单机出口市场。2015年年初,锡柴与多家企业以及外商建立了合作联盟,并通过生产一致性的把控,加大企业内部协作来满足出口产品的个性需求,成为了澳大利亚、西班牙等国外商的首选品牌,1-6月份,发电机组、水泵机组柴油机销量同比增长63%,创造了锡柴非道路单板块产品销量增速之最。

更值得欣喜的是,锡柴康威系列产品在五大一线品牌的小装载机整车厂家装机份额也达到了70%以上。而大中型拖拉机作为锡柴的新增市场,也逐步赢得了整车厂家的认可,其中30-55马力的产品仅问世一年,销量就过万台。

“善弈者谋势”,锡柴从2012年开始着手布局“非道路”战略,到目前渐露雏形,这一切,都展示了锡柴人未雨绸缪的战略眼光。(陈燕 潘明峰)

## 建筑垃圾利用与处理培训暨中环协建筑垃圾管理与投资化工作年会举行 陕汽新型环保渣土车成唯一推荐展示产品



陕汽新型环保渣土车现场展示

不久前2015建筑垃圾资源化利用与处理培训班暨中环协建筑垃圾管理与投资化工作委员会年会在西安曲江盛大开幕。全国人大常委会委员、外事委员会副主任、民革中央专职副主席修福金,建筑垃圾管理与资源化工作委员会主任李维平,常务副主任陈家琰,西安市政府领导,陕汽控股集团党委副书记刘金平以及国家住建部、工信部、陕西省住建厅、西安市市容园林局等部门有关领导,以及来自全国20多个省(市、区)的主管部门和相关企业代表300余人出席此次会议。

此次培训旨在推动城市建筑垃圾处理理念的转变,使其由单纯的“管理”,逐步向“资源化”转移,推动循环经济,节约土地资源,对我国建筑垃圾管理与资源化工作具有

十分重要的意义。

### 城市建设日益加快 资源化利用再出新招

建筑垃圾管理与资源化工作委员会主任李维平在发言中表示:全国每年产生的建筑垃圾超过15亿吨,越来越多的城市陷入建筑垃圾“围城”的困境。目前,我国建筑垃圾大多采用简单填埋或露天堆放处理,既污染环境,又浪费资源,全国资源化率不足5%。这种简单的处理方式,造成建筑垃圾侵占越来越多的土地;另外,建筑垃圾中的高分子聚合物、有害重金属元素给土壤和地下水带来污染。

西安市市容园林局领导详细介绍西安市建筑垃圾管理工作。随着西安城市化进程日益加快,旧城改造、基础设施建设等产生大量建筑垃圾。城市基础设施建设、房地产建设、城中村改造,预计未来西安建筑垃圾的产量仍将呈增加态势。西安市已有部分企业尝试建筑垃圾资源化利用并初显成效。

在全社会倡导生态文明建设和可持续发展的环境下,“先污染,后治理”的观念已经落后,人们渐渐意识到,“城市建设是刚需,产生建筑垃圾就无法避免,那么妥善处理建筑垃圾,使其得到资源化利用也是刚需。”其中,陕汽新型环保智能渣土车在建筑垃圾清运方面,抛弃老式渣土车的“抛、洒、遗、漏”的缺点,成功开发出了天行健渣土车智能管理系统,重新定义了城市渣土车新标准。

### 陕汽新型环保渣土车 护航城市生态环境

会上,陕汽控股集团党委副书记刘金平向与会领导、嘉宾介绍了陕汽新型环保智能渣土车的功能以及为客户提供整体解决方案。在绿色环保方面,车辆采用全新结构的U型大箱+电控伸缩式环保顶盖结构,同时后门加装橡胶密封条,具有箱体表面光滑不挂

土、车箱内部光滑无积土、顶盖闭合不抛洒的特点,解决了车辆抛洒遗漏的问题。在安全舒适方面,车辆装配有盲区监控系统,在车辆周围安装有六路监控摄像头和左右两路测距雷达,方便驾驶员实时了解车辆周围情况,在车辆转弯时,可自动切换至该方向监控摄像头并且伴有语音信号提醒周围车辆和行人,确保整车360度无盲区,大大提升了车辆的安全性。在智能可靠方面,由陕汽开发的“天行健”智能管理平台可以通过车载终端实现对车辆的分区限速报警、偏线报警、违规倾倒报警、顶盖未闭合限速报警等,实时记录驾驶员的违规行为,满足管理部门对渣土车监督管理和事后追责的需求,帮助管理部门解决渣土车的诸多社会问题。同时,陕汽还为客户提供了定制化的产品方案、全生命周期的服务方案、个性化的金融方案、差异化的二手车置换方案等多种增值服务综合解决方案。

陕汽环保型渣土车的推广使用不仅减少了城市污染,提升城市环保指数,同时也开启了城市新型渣土车的新篇章。据陕汽销售公司副总经理刘翔介绍,陕汽新型环保渣土车在国内多个城市取得优异的业绩:在西安,新型渣土车成功应用到以高新天翔为标杆的主要渣土公司,助力西安市渣土管理提升;在上海,陕汽累计销售近500台,市

场占有率第一;在北京,首批通过行业地标,累计销售近400台;在杭州,与渣土车协会签订战略合作协议,市场占有率70%以上;在绍兴,陕汽协助政府成功搭建渣土车智能管理平台,拿下首批80台全部订单;在兰州参与制定渣土车管理地方标准,全国2014年新增5000辆新型环保渣土车市场,陕汽销售新型智能环保渣土车达3000多辆,销量居行业首位,已经成为北京、上海、浙江、湖南、甘肃、安徽等省市多个区域的首选车型。

会议结束后,与会领导及嘉宾来到室外展示场,在陕汽黄焕项目工作组工作人员的360°绕车讲解下,详细了解了陕汽新型环保渣土车的优异性能。在零距离感受了陕汽产品的魅力后,与会来宾纷纷拿出手机与陕汽新型环保渣土车合影留念,并转发朋友圈,向更多关心环境保护事业的朋友们带去陕汽的决心与诚意。

未来智慧城市和智能交通的多维融合将是城市管理发展的趋势,作为陕西装备制造业的龙头企业,中国智能渣土车行业的领航者,陕汽将充分利用在车联网技术方面的优势,充分发挥智能渣土车的平台优势,保持与全国各省市渣土主管部门的保持沟通和密切合作,为全国城市管理的提升,为建设美丽家园、做出自己应有的贡献。(陈燕)