

6 品牌营销 Mrand Marketing

稻花香:创新发展的磅礴力量



【编者按】创新未有穷期，发展任重道远，击楫扬帆正当时。立足“十三五”发展新起点，以“四新”战略为引领，以质量效益为核心，着眼新目标，实施新举措，全面贯彻管理转型纲要，扎实推进“百市千县万镇”活动，稻花香人金戈铁马，众志成城，正在全国掀起新风暴、塑造新形象、树立新信心、创造新辉煌！

战略引领：“四新”驱动新征程

2016 年是“十三五”发展开局之年，是白酒行业调整的关键之年，是稳增长、调结构的重要之年。

新年伊始，稻花香集团党委书记、董事长蔡宏柱提出：在全国掀起稻花香新风暴、塑造稻花香新形象、树立稻花香新信心、创造稻花香新辉煌。

以“四新”战略亮剑“十三五”，稻花香勇立潮头，纵览风云，经略未来，击楫扬帆，又一个全新发展的五年正式起航。

2016 年，稻花香集团将全面实施“四新”战略，全面落实“管理转型纲要”，以白酒主业为核心，进一步加快产业转型升级步伐，以“百市千县万镇”活动为载体，着力提升市场竞争能力；以提高发展质量和效益为中心，全力提升企业核心竞争力，促进白酒主业增长 30%以上，配套产业质量和效益稳步提升，物流产业线上线下融合发展，文化旅游产业项目全面营业，确保 2016 年实现“551”目标，即完成 500 亿产值，做大做强五大产业，争创利税 10 亿元，为“十三五”时期实现千亿稻花香梦打下坚实基础。

顶层设计：机制一活气象新

揭秘内衣苦练“内功”打造知名品牌

作为全球重要的消费品制造基地和消费市场，中国已有 200 多个消费品类，产品产量居世界前列。但不可否认的是，中国制造业虽发达，但是在内衣产品等消费行业中，中国还没能形成有世界级影响力的品牌。揭秘内衣作为本土内衣行业里的佼佼者，自创立以来一直坚持“最好内衣给最美女人”的品牌理念，专注于产品品质“内功”，致力于打造中国品牌航母，带领本土品牌走上世界舞台。

“创”字右边是个“卩”，许多企业家都笑称“想要创品牌，首先刀山上走一遭”，对于揭秘内衣这个中国本土品牌来说，这个“创”字更是体会深刻。2000 年，揭秘内衣品牌创立，当时国内内衣市场被外资内衣品牌所占据，揭秘品牌与其他本土内衣品牌一样，成为了市场上的“wallflower”。为了改善这一情况，揭秘内衣品牌从产品品质抓起，一改本土品牌的山寨路线，组建内衣设计团队，采集中国女性身材数据，将人体工程学原理与内衣产品设计结合在一起，为消费者带来舒适贴身的内衣产品。同时，揭秘内衣还自建工厂，设立上百道质检程序，每一件揭秘内衣在出厂前都需要经过严格审测，方可呈现在揭秘内衣实体店店铺中供消费者选择。通过这样的方式，揭秘内衣品牌渐渐被消费者所认可，在消费者群体中建立了良好的口碑，成为了内地内衣市场上的一匹黑马。

突破了外资内衣品牌的垄断防线还不够，揭秘内衣想要做的是中国最佳品牌、国际顶尖品牌。为了进一步提升内衣品牌在消费者心中的地位，揭秘内衣以“用户体验”为核心，对内衣产品的内里材质进行革新，通过对上百种纤维的甄选，揭秘内衣最终选择以植物纤维作为新型内衣产品的主材料。植物纤维源自大自然，亲肤性佳，以它为主材料的揭秘内衣透气性也随着大幅提升，为女性消费者带来全天候不间断的舒适体验。

好产品终将被消费者发现，好品牌终将被市场认可，经过十六年的发展，揭秘内衣从名不见经传的小品牌变成了如今家喻户晓的知名内衣品牌，在全国范围内拥有上千家实体店店铺和众多忠实消费粉丝。

(大 洋)



2 月份以来，稻花香集团旗下各成员企业相继召开股东大会，总结过去取得的成绩，选举产生新一届董事会和监事会，确立新的经营班子成员，以更明确的思路、更精准的举措、超常规的力度，科学制定“十三五”及 2016 年发展规划，进一步释放改革之力、创新之力、竞进之力，撰写新的发展画卷。

在稻花香酒业公司召开的第十一次股东大会上，稻花香集团常务副董事长、总经理蔡开云被任命为稻花香酒业公司总经理，新一届经营班子组建成立；确定开展“百市千县万镇”活动，推动“红色海洋”行动，确保公司 2016 年主要经济指标、市场份额及产品覆盖区域稳定增长，销售回款在 2015 年基础上递增 30%。

三峡物流园以创新服务为中心，以整合资源、抢占市场为重点，做大做强农贸城，做专做广物流产业，做优做活电子商务，着力将三峡物流园打造成鄂西渝东最大、华中一流、影响全国的大型综合性商贸服务智慧物流园。

其他各成员企业也紧紧围绕“四新”发展战略，全面贯彻落实管理转型纲要，以提质增效为主线，拿出新计划、展现新姿态、赶超新目标、实现新突破，为稻花香事业增强新动力。

世界那么大，我们这么近

应海外市场需求，上汽依维柯红岩商用车有限公司有着丰富实战经验的售后“飞行服务小分队”队长蒋友斌于 3 月初奔赴东南亚菲律宾，对当地用户在经济驾驶、维修保养等方面进行了培训，受到用户的好评。

当地经销商对于飞行服务小分队的到来感到非常满意，纷纷称赞蒋友斌的到来为他们提供了切实有效的帮助，是及时雨，对红岩汽车海外市场的拓展增加了活力。

还没来得及停歇，3 月 8 日，飞行服务小分队又马不停蹄地赶往了越南。世界那么大、我们这么近，无论您在何方，只要有需要，零距离的服务就可以来到您的身旁。

(卢 芳)



玉柴：产品创新激发企业发展活力

当前，在我国经济下行压力下，广西玉柴仍交出一份靓丽的成绩单：虽然产销量出现了下滑，但是产销量继续稳居行业榜首，市场份额稳步提升。为什么玉柴拥有如此强的抗市场风险能力？

日前，在采访全国人大代表、广西玉柴机器集团有限公司董事局主席晏平时，他道出了其中奥秘，“企业要度过寒冬，必须要靠技术创新，通过技术创新带动产品创新，为企业在新形势下找到市场突破口，激发企业发展活力。”

“企业要想不被淘汰出局，就得靠技术创新。靠创新才能带来乘数效应、催生化学反应。”晏平说。

眼下许多制造企业面临寒冬，玉柴发动机市场份额却在提升，还搭上国家智能制造的“首趟专列”，靠什么？“咬定创新不放松。”晏平说。前些年发动机“高温开锅”问题悬而未决，玉柴公开“悬赏”，激发全体研发人员攻关，三次改型，终于攻克了这一难题。“谁能想到，一个主力机型，支撑了企业 10 多年的高速发展。”

现如今，随着国内外发动机排放等级的不断提高、国际行业巨头的涌入，我国内燃机行业进入了关键的发展阶段，行业不断洗牌、竞争加剧，不少企业面临被淘汰出局的风险。晏平说，简单的技术创新已经不能保证企业

产业支撑：新常态迸发新活力

新春开工以来，稻花香集团处处升腾着向上的气场，新战略、新目标、新动能，驱动着稻花香人澎湃前行。

稻花香产品销售节节攀升，1 月 1 日至 2 月 24 日已发货近 260 万件。关公坊酒业打响新春第一战，营销人员全力推广“忠義勇”系列产品。三麦酒业苦荞系列产品持续热销，汉川、孝感、远安、宜昌等市场客户争相下单。鄂东酒业、江西酒厂、香溢城酒业等新生白酒力量逐步增强。

包装产业以创新驱动发展，凭科技引领未来。国家高新技术企业综艺公司，全自动塑型盒组装机投入使用，与传统工艺相比，新工艺的运用使生产效率提高 70%。釜锦公司提高科技成果转化率，车间生产率显著提高，3 天时间生产瓶盖高达 75 万个。

现代物流产业顺应“互联网+”发展趋势，三峡物流园转型升级，传统物流与电商紧密融合，园区信息化建设步伐加快，打造一流的物流信息港，智能物流辐射全国。元月份，三峡物流园交易额逾 30 亿元，比去年同期增长 69.3%。

三峡不夜城“龙泉铺”，200 多家商铺正在全面装修，民俗文化演绎中华智慧之光，酒文化博物馆展现“盛势酒城，传奇之旅”；农耕

文化园吸引数千游客；珠宝花海、激情漂流、跑马道、骑行道构建特色生态游……文化旅游产业蓄势勃发。

小微企业创业园依托稻花香雄厚的综合实力及项目区位优势，20 亿投入，2000 亩土地，300 家以上企业，打造孵化大平台，吸引众多科技型、创新型企业入驻。目前，创业园正在进行园区办公大楼选址、规划设计，C 区规划及招商工作已提上日程，首批入驻企业正在加紧项目施工，新的经济增长力量正加速形成。

营销创新：九州劲飘稻花香

新形势，新常态，新征程。“十三五”开局之年，稻花香集团出台一项项市场营销新战略、新举措，在全国开展“红色海洋”、新春客户团拜、“百市千县万镇”等活动，誓要在全中国掀起新一轮市场风暴。

其中，“百市千县万镇”活动是稻花香酒业 2016 年重点开展的活动，是一场全方位研究、多层次布局、大手笔投入的市场攻坚战。稻花香在市场、产品、人员、广告等多方面布局，因地制宜，提高老市场铺市率，加大新市场开发力度，真正实现全国市场大范围覆盖。2 月底，稻花香营销将士斗志昂扬，以必胜的决心和信心开赴市场，正式打响了这场书写稻花香发展新篇的大会战！稻花香“四新”战略也由此拉开序幕。

与此同时，关公坊酒业以效益为核心，着力推动产品结构转型，推进“忠義勇”系列产品，全面布局定制酒营销，推进营销系统全面改造，探索企业发展新思路、新模式，大力发展电子商务。其他白酒企业以“四新”战略为引领，抢抓机遇，创新营销，深耕核心市场、狠抓发展中市场、挖掘潜力市场，为“十三五”精彩开局打下坚实基础。

稻花香集团党委书记、董事长蔡宏柱表示，未来五年，稻花香要无愧于伟大的时代，立足新起点，着眼新目标，以创新为引领，以质量效益为核心，全员戮力同心，狠抓管理转型纲要，狠抓产品创新、市场创新、品牌创新，打一场声势浩大的“市场战争”，形成强大的发展气场，为湖北“建成支点，走在前列”、保持全国第一方阵作出新的更大贡献。

(通讯员 张丽)

新疆旅交会 助旅行社全方位营销

经过 3 年精心打造，今年全新升级的 2016 第四届新疆春季特色旅游国际交易会（简称旅交会）将于 4 月 22 日至 24 日举办。3 月 15 日，记者从旅交会组委会得知，疆内旅行社成为首批参展商，截至目前，已有十余家旅行社表示参加此次旅交会。

新疆中国国际旅行社总经理白亚斌说，此次旅交会升级为国际性的展会，是旅行社对外宣传和形象展示的好机会，公司在积极准备这次旅交会。

新疆楼兰金舟国际旅行社董事长高江辉告诉记者，参加旅交会可以提高旅行社影响力，特别是在展会期间举办首届“大美新疆旅游风云榜”颁奖仪式，这是提升获奖企业知名度的最好平台。

在旅交会期间，旅行社不仅可以现场进行形象展示，还可在展会主席台对旅行社进行现场推介。

据介绍，此次旅交会参展场地、参展区域、参展行业等方面规模扩大，另外，在展会期间，组委会还将举办“丝绸之路旅游合作国际论坛”、“2016 旅游行业发展高峰论坛”等，讨论“一带一路”沿线区域旅游交流、合作和发展；积极谋求“旅游+”融合发展方式，引导旅游跨界交流等。旅交会组委会负责人告诉记者，这对于旅行社展开全方位宣传和推介有很大的影响力，推动本地旅行社线上线下齐头并进。

(刘嘉庆)

瞄准细分市场 勇于科技创新 浙江力普抢占高端粉碎设备领域制高点

中国粉体技术的领航者——浙江力普粉碎设备有限公司勇于科技创新，借力国家重点扶持的新材料、新能源等战略性新兴产业，瞄准纳米碳酸钙、石墨球化粉碎、精制棉粉制备纤维素醚三大细分市场，成功抢占其高端粉碎设备领域制高点，助推产业转型升级。

纳米碳酸钙是一种新型超细固体粉末材料，应用前景非常广阔。浙江力普成功研发的纳米钙粉碎生产线，解决了碳酸钙由粗变细的技术难题，使碳酸钙产业向纳米级转型升级提供了技术装备支撑。目前，该生产线已在上市公司山西兰花集团等多家企业成功使用；能耗低、产量大、细度集中、振实密度好，是进行纳米碳酸钙的活化、分散、粉碎处理的理想设备。

素有“黑金子”美称的石墨是一种战略性资源。浙江力普公司研制出的石墨粉碎球化生产线，技术处于国际领先水平，为国内的粉体行业解决了一大难题。吸引并成了日本、巴西客商的首选。此生产线加工的石墨微粉振实密度高，球形度理想，产品成品率高，粒度集中，外商对此十分满意。

作为中国纤维素行业协会会员单位，浙江力普在消化吸收国外先进粉碎技术的基础上再创新，硕果累累：“医药辅料纤维素醚专用高效剪切粉碎机的研究和产业化项目”获得市本级科技项目经费补助；研发的“GWM-730 纤维素高效剪切磨开发”列入市科技项目；“一种高效纤维素剪切粉碎机”获得国家专利，成功填补了精制棉制备纤维素生产线中纤维素成品粉碎的种种不足，并可实现纤维素醚化反应后的干燥粉碎一步完成。

浙江力普咨询热线：13806745288
13606577969
传真：0575-83152666；
力普网站：www.zjleap.com；
E-mail:zjleap@163.Com

为支撑产品创新，在过去五年，玉柴也投入了大量的经费，每年从销售收入中提取 5% 来支持产品研发，五年间在产品研发方面共投入了总计超过 35 亿元，累计推出的新品超 50 款，涵盖轻中重型发动机，以及新能源动力、船电动力等。巨大的投入保障了企业效益的增长。晏平说，近两年，玉柴的新品收益率均超过 30%，且呈增长之势。

一花独放不是春。晏平认为，当前，我国中国与国际先进企业的差距主要是整个制造业的差距，玉柴要实现更大的突破，民族工业要全面复兴，还是需要国家加大对整个产业的扶持，针对关键技术领域开展攻关，将核心技术掌握在民族工业的手中，才能最终实现整个民族工业的伟大的复兴。

特别是针对国家即将发布机动车国六排放标准，晏平认为，为满足国六排放法规要求，电控燃油喷射系统及尾气后处理系统都要升级，由于国内大部分企业缺乏技术积累和足够的考核验证，预计到国六排放标准实施阶段，国内自主品牌电控燃油喷射系统和尾气后处理系统的供应商的市场空间将越来越小，牵制了民族工业的发展。他建议，政府对汽车行业进行重大产品升级政策性补贴，确保产品创新顺利进行。

(宋永康 杨明泽)