

泰山酒业集团2017年营销年会圆满举行

泰山酒业携手航天、航空、高铁再启航



2016年12月26日,“泰山酒业2017年营销年会暨航天、航空、高铁战略合作新闻发布会”顺利召开,标志着泰山酒业集团再次跨出了具有历史意义的一大步,为百年幸福泰酒的宏伟蓝图再添新篇章。中国航天、山东航空、永达高铁传媒等相关领导出席了年会。

文/片 本报记者 赵兴超

逆势而上铸辉煌
年销售收入16亿

12月26日,泰山酒业集团股份有限公司2017年营销年会在万达嘉华酒店拉开帷幕。在白酒行业深度调整的复杂形势下,泰山酒业集团取得了逆势而上的辉煌业绩。

在年会现场,来自全国各地的泰山酒业经销商齐聚一堂,欢声笑语中流露出这一年来与其他白酒品牌经销商不同的心情。江苏经销商刘先生乐呵呵地笑着说,“有幸做了泰山酒业的经销商,这一年多了不好说,至少盈利50万。”在酒桌上,大家互相聊起了2016年的销售情况,无不笑逐颜开。

在复杂的经济形势和行业形势下,在白酒行业深度调整中,过去扩容式增长转变为挤压式增长,增量竞争变为存量竞争,行业分化日益加剧,尽管如此,这一年泰山酒业集团交出了一份令人满意的答卷。按可比口径计算,截至2016年12月20日,公司实现销售收入16亿元,超额完成了2016年的各项任务目标。这不仅给公司带来了漂亮的业绩,更给无数跟随泰山酒业的人带去了实实在在的美好生活希望。

泰山酒业集团董事局主席、公司党委书记马西元在致辞中表示,“稳健”已经成为泰酒发展的代名词,这与近期中央经济工作会议提出的“稳中求进”的发展基调是相吻合的。稳定是发展的基石,行稳是致远的前提。泰山酒业继续坚持“稳健发展”这一主基调不动摇,走可持续发展之路。

泰山酒业集团董事长兼总经理张铭新在年会上表示,今后白酒行业市场不会扩张,甚至还会下降。在这种形势下,品牌集中度进一步提高,中小企业日子更不好过。加上当前原材料大幅涨价,都考验着每个酒企的盈利能力。看谁的资金链健康和抗风险能力强,谁就能在新一轮的竞争中胜出,毫无疑问,泰山酒业做到了这一点。目前,泰山牌系列酒遍布全国大部分省市,尤其畅销华北、华东、华南等经济发达地区,并远销港澳、韩国,创造了业内独树一帜的“泰山现象”。

鲁酒领头羊再发力
同业竞争优势凸显

如此严峻的行业形势下,泰山酒业集团为何能够逆势而上,不仅保持着鲁酒的头把交椅,还引领着白酒行业的风向?张铭新给出了这样的答案。

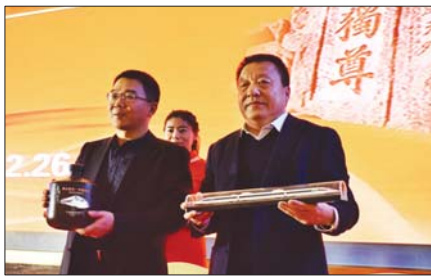
张铭新说,泰山酒业之所以能够适应行业的“新常态”,并实现逆势增长,这主要得益于公司多年来形成的“五大竞争优势”,即战略优势、品牌优势、品质优势、市场优势、资金优势。



中国航天基金会秘书长张玉江少将(左)与泰山酒业张铭新董事长(右)签约。



山东航空新之航传媒鞠总(左)与泰山酒业张铭新董事长(右)签约。



永达高铁传媒汤总(左)与泰山酒业张铭新董事长(右)签约。

第一大优势——战略优势。泰山酒业多年来始终坚持稳健发展战略,成功打造出了“一体两翼”的发展模式。以泰山特曲和五岳独尊为主体的双品牌运作,资本及相关产业的两翼运作,延长了产业链,实现了主业带动副业,副业反哺主业的健康发展格局。2016年初,张铭新着眼于企业的长远发展,提出了“打造百年幸福泰酒”的企业愿景,并提出“五大发展理念”作为企业长远发展的指导思想,即以效益为中心、以市场为导向、以品牌为核心、以质量为根本、以管理为保障。他做了一个形象的比喻,如果把企业比作是一棵大树,那么效益就是“果”,市场就是“枝”,品牌就是“干”,质量就是“根”,管理就是“栽培”,包括“浇水”、“施肥”、“剪枝”等在内的全过程管理行为。

第二大优势——品牌优势。泰山酒业深度挖掘泰山文化,明晰品牌定位,提升泰山品牌的影响力和美誉度。“泰山酒传统酿造技艺”项目还入选了“山东省非物质文化遗产名录”,更进一步提升了泰山品牌的文化内涵。

第三大优势——品质优势。“没有质量就没有市场,没有市场就没有一切”,这是泰酒人一贯坚持的质量观。企业拥有一支包含中国白酒工艺大师一人、国家级白酒评委六人、省级评委十余人的技术队伍;最大的“纯粮固态发酵酿酒生产车间”,更让小窖品质更胜一筹。从2011年泰山酒业将传统酿酒工艺与航天科技结合,将泰山酿

酒菌种搭载在神舟八号上进行太空育种,铸就了泰山酒坚实的品质。

第四大优势——市场优势。泰山酒业依托良好的省内外市场基础,获得越来越高的消费者认知度。通过大客户制、战略联盟、办事处模式等多元化的合作模式,获得良好的市场适应。完整的产品结构,稳定可靠的经销商队伍,都让泰山酒业稳定了客户群体。

第五大优势——资金优势。通过大力实施“一体两翼”的发展模式,无论是主业还是副业,都保持了健康发展。现在的泰山酒业,既有产品经营,又有资本运营;既无外债,又无内债,企业的资产质量和资金流在山东白酒行业是绝无仅有的。

品牌站上巨人肩膀
携手航天、航空、高铁

营销年会上的重头戏,也是泰山酒业比肩巨人的底气所在,即牵手航天、航空及高铁,达成战略合作。

自2010年携手中国航天以来,泰山酒业先后见证了神八、神九、神十与天宫一号的成功对接,嫦娥三号、长征五号、长征七号的成功发射,神舟十一号与天宫二号载人飞行任务的圆满成功。当天,泰山酒业与中国航天第三次续约,并升级为“中国航天事业战略合作伙伴”,为今后全方位地深度合作拉开了序幕。通过开展经销商、消费者的“航天游”等形式,把泰山品牌与“航天梦”结合起来,进一步提升公司的品牌高度。

借助与山东航空的全面战略合作,在山航100多架飞机上通过语音广播、电视、杂志等形式,集中展现高端品牌五岳独尊,推动了泰山品牌向全国迈进的步伐。

为了更好地利用高铁平台,进一步提升泰山品牌的知名度和美誉度,2017年泰山酒业将在目前京沪线LED广告的基础上,新增两列

品牌专列,冠名“泰山酒业号”,全方位体现企业和品牌形象,实现泰山品牌广度与深度的有机结合。

2017年突破提升
战略互赢优化结构

张铭新表示,2017年将是泰山酒业的突破提升年,公司层层签订了经营目标责任书,力争在新的一年里实现“五大突破”,即任务目标的突破、营销模式的突破、品牌建设的突破、产品质量的突破和管理信息化的突破。

2017年,泰山酒业将扩大试点,在山东各区域甚至省外市场设立办事处,选好目标市场,聚焦人力与资源,做好产品规划和市场策略,力求实现重点突破。继续推进战略联盟运作,优化联盟客户的质量,同时将更多适合的产品纳入联盟体内进行运作,实现互利共赢。

张铭新指出,要顺应国家当下供给侧结构性改革的趋势,从产品数量向产品质量转变,向满足消费者需求转变,向提高产品的竞争力转变;优化产品结构,打造战略单品,2017年重点打造金泰山等有影响力的长线大单品,提升品牌价值。同时,继续构建线上线下深度融合的微营销系统,扩大品牌传播及产品销售,满足消费需求。

还有一项与消费者息息相关的,就是泰山酒业将要上马的互联网3D定制,已经规划了多种瓶型、多种度数、多种容量,适应婚宴、生日宴、升学宴、同学聚会、企业年会等不同需求的200多个模板,满足消费者彰显个性的心理需求,一瓶就可以定制。

泰山居五岳而独尊,泰山美酒携航天航空高铁而昂首天外纵横四海,新的一年新的征程,泰山酒业集团作为鲁酒响当当品牌代表,必将交出一份令世人更为刮目相看的答卷。在这条百年名企之路上,泰酒人意气风发脚步坚定,为消费者做好酒做美酒一往无前。

