

白酒须靠全面创新推进动能转换

白酒是传统产业,有着五千多年甚至更漫长的生存与发展史,这几乎与中华民族的发展进步史是等长的,白酒与历史人文及现代社会有着千丝万缕的联系,所以,白酒产业是一个需要不断自我革新,自我优化,自我发展的永恒经济。站在新旧动能转换的角度,白酒产业全面升级改造至少应包括四个创新。

文化创新用新理念改造旧观念增强思想新动能

思路决定出路,一个企业的生存与否及发展优劣,从根源上取决于它的企业文化。作为传统的白酒产业,我们始终认为白酒是旧动能产业类型中最沉稳也是最活跃的产业,它具有诸多产业无可比拟的生存弹性,因为它有特殊的不可替代性,只要持续地做适应时代特征的自

我革新与优化,白酒确实永不消亡。我们古贝春集团,纵然发展的经验非常丰富,但根源就是我们不断创新着、发展着古贝春特有的企业文化。从七十年代初单一追求产品的生产,到此后的品牌意识觉醒后的“古贝春”创牌;从1996年起的“质量第一”到新世纪的“名牌战略”;

从最初产品的单一层面,逐步延伸到今天我们追求的质量效益、品牌效益、人本效益、社会效益及“做最受人尊敬的白酒企业”的企业愿景,我们已经形成并践行着涵盖企业精神、企业宗旨、企业方向、企业愿景在内的一系列核心文化,不断用新理念改造旧观念,增强着自我的思想动能。



古贝春集团董事长周晓峰

产品创新用新标准升级旧产品提升产品新动能

对于白酒产业来讲,供给侧结构性改革,简单说就是优化产品品系,提升产品性价比。自2013年开始,我们的主要办法就是“依靠科技,创新产品,凸显价值,品系瘦身”。一是不断加大研发投入,创新规范产品标准,依托自身的全国博士

后科研工作站、院士工作站、省级企业技术中心等平台,通过工艺改革、标准修订、检测升级、文化植入、个性订制等手段,赋予产品更高的消费综合体验价值;二是不断缩减产品品类,凸显品牌价值,仅最近三年削减的子副品牌产品品种就

多达120多个,使产品的品系更加清晰,各层级代表性产品品牌形象和价值更加突出,品牌诉求力更强。古贝春系列产品的白板酒、百年系列、星级系列与精品系列,古贝元酱香系列,以及国蕴高端系列等,市场走势持续向好。

营销创新用新模式替代旧措施打造市场新动能

传统产业的改造升级在销售端的创新表现同样至关重要。随着经济新常态的持续,消费多元化与购买网络化的趋势日渐鲜明,同时消费群体也正发生着裂变与重组,旧有的政务用酒、商务

用酒、宴会用酒等的划分标准已不适用,所以相对应的白酒营销传统的旧有模式必须进行自我革新。为此,近年来,我们主动在订制渠道、商务团购、终端动销、电商渠道等方面发力,宣传促

销也在重点市场、终端市场上倾斜,重点在重点区域市场的做熟做透上下功夫,改变过去“广种薄收”的模式,向“亩均收益”战略转变,起到“做熟一个点,辐射一大片”的效果。

管理创新用新考核

改造旧制度提升管理新动能

多元资本涌入,一线品牌谋局全国,白酒产业洗牌重组的节奏加快,同时,直接成本上涨,进一步挤压企业生存空间。传统产业的白酒企业必须改变传统化、粗放式的管理模式以求得脱胎换骨式重生,特别是面临移动互联时代的新形势,企业管理模式的创新与提升不可不重视,不可不作为。几年来,我们在这一方面持续改进。比如,人员的结构

性精简与素质能力提升、工作行为的信息化管控、工作业绩的精准考核、生产成本的科学控制、薪酬体系的规划重建、价值平台建设、激励机制建设、沟通机制建设等,最大限度发挥了员工的能动性与创造性,将企业不断建成全体员工的舒心之家、放心之家、爱心之家,保持待遇留人、价值留人、感情留人、愿景留人优势,提升了管理新动能。(古宣)

低度典范 高度舒适

古贝春



扫描二维码 关注古贝春



古贝春集团有限公司 销售热线: 18865705758