

2015年第3期(总293期)

今日三井

三井是舟
她承载着我们共同的事业
共同的利益
共同的追求
三井给我机会、舞台、希望
我以敬业、创新、合作、奉献反哺
三井载我搏风击浪
我与三井风雨同舟

——祁建发

2015年3月4日 星期三 Http://www.3jing.com E-mail:jinrisanjing2010@163.com 河北三井酒业股份有限公司办公室主办 内部资料 免费交流

我公司在泰安市召开工作研讨会

祁建发董事长与干部共商三井发展大计



本报讯 1月30日,我公司2015财年工作研讨会在美丽的泰山脚下召开。公司高层领导和相关部门主管20人参加会议。董事长祁建发主持会议,与大家济济一堂,梳理、规划工作,共同商讨三井酒业发展大计。

会议当天,董事长与各位高管开展座谈。主要是总结各部门2014财年工作成绩与不足。高管们对公司未来的发展,开诚布公地提出了观点和看法,为企业发展出谋献策。

座谈结束后,董事长连夜组织召开总结会议。做了关于《2015财年工作策略》的报告。报告从认知经营、业务模块、工作思考以及企业文化四个方面展开。

董事长说,企业经营是从认知开始的,表面看企业经营的是产品,但是选不选择你的产品,权利在顾客手里,所以企业实际上经营的是顾客的心智。品牌诉求就是要给顾客选择你的理由,企业的一切经营动作都要指向品牌诉求,即品牌定

位。如何进入顾客心智并长期占有顾客心智是企业当下的课题。这个课题不仅仅是营销系统面临的问题,也是全公司所有部门共同面临的问题,是需要各个部门高效协同配合才能解决的。

董事长对明年公司组织框架设计做出构想,并进行了简要说明。他说,业务模块规划从集团公司的总体战略出发,以实现部门职能清晰为基本要求;以完善财务单独核算为基本原则。

最后祁总结合企业文化,提出了对未来工作方向的几点思考。

他说,确立十里香在沧州区域不可动摇的领先地位仍然是我们2015财年的主要任务和目标。营销系统要根据各个市场的不同现状,合理制定出相应的战略规划,要从产品活化、公关活动设计、品牌传播方面等改进工作入手,做到防御战要守得住,进攻战要打得狠。财务系统要发挥服务、核算、监督的三重功能,两

头负责,服务和监管并重。薪酬考核体系要增加透明度,对有经济指标和没有经济指标的岗位要区别考核,设定不同的考核比例和指标,最大化提升员工的工作热情。同时对非股东业务骨干考虑设定“影子”股份,从进人、用人、留人方面进行创新。祁总提出总经理要权利下放,谁的事务谁负责,各部门主管行使权利的同时要肩负起同等的责任。倡导管理人员要深入一线,了解一线。

谈到企业文化,祁总指出,作为国企改制企业,我们面临诸多“老企业病”问题,比如组织结构不清晰,交叉职能多,部门之间责任不明,工作相互推诿;高管团队年龄老化、知识老化、制度僵化;考核对应薪酬不透明等等,导致企业凝聚力下降。

过去的动作导致了今天的结果,今天的行为也必定成为明天结果的原因。意识到这些的不足,我们要加快脚步改善、扭转不足。企业中高层的管理者要带好头传播正能量、鼓励正能量。我们要明确办企业的目的就是为全体员工创造幸福生活。要把“打造幸福企业、提升员工的幸福感、成就感和自豪感”作为我们工作的首要任务和为之奋斗的目标。幸福生活等于精神愉快加财富自由。要提升员工的幸福感,就要平等对待每一个员工,帮助他们解决困难,特别是家庭生活困难。合力打造“家”文化,争取不让一名员工掉队。提高员工的福利和薪酬待遇。建立透明、公平、公正的竞争机制。作为老企业,虽然我们存在着很多不足,但同时也存在很多优秀的传统,要继承优良传统,剔除糟粕,把我们的优势彰显出来。

2月1日,各部门总监分别做了2014财年工作汇报和2015财年工作设想。会议在务实、创新、进取的气氛中圆满结束。

田丽

本报讯 农历腊月26日下午,三井公司小礼堂内暖意融融,充满祥和的节日气氛。来自公司的干部、员工满怀热情,喜气洋洋地来到这里,期待公司名为“感恩2014年、拥抱2015年”的大型迎新春联欢会召开。

人们回首2014年三井公司的辉煌,憧憬2015年美好的未来,员工们群情振奋,欢心鼓舞,洋溢出一种作为三井员工的骄傲与自豪。

4时许,员工期待已久的联欢会拉开序幕。董事长祁建发在热烈的掌声中讲话。

他说,三井公司发展到今天,成为河北著名的白酒企业,是全社会关注和各级政府及广大人民群众大力支持的结果。我们三井员工要有感恩的心,感谢社会的关注,感谢各级政府和广大消费者的支持。他强调,工作在一线的员工很辛苦,他们兢兢业业,为公司发展做出了宝贵贡献,要求广大干部要感恩员工们的努力。他说,没有一线员工刻苦的工作和拼搏,就不会有三井今天。十里香作为浓香型白酒已经成为河北省最好的酒,是我们的骄傲,是三井员工“酿一品酒,做一品人,永远追求一流品质”的结果。实践证明,我们的一品理念是正确的。在谈到2015年公司的发展时,董事长说,2015年全国白酒下滑还会继续,形势还会严峻。他要求广大干部职工要有充分的思想准备,采取合适措施,迎接新的挑战。用更好的成效拥抱市场,拥抱2015年。最后,他代表公司董事会,给广大员工家属拜年。祝福大家在新的一年里越来越好。

董事长的讲话赢得员工热烈掌声。

在为时近两个小时的文艺联欢中,精彩的独唱、舞蹈和乐奏不断把联欢推向高潮。

这次联欢活动共设置三个抽奖环节,公司副总经理杨宝成、工会主席杨金辉以及“羊宝宝”刘展卓分别作为每轮的抽奖嘉宾抽奖。此外,杨金辉主席还在联欢会现场泼墨送福,将新年福运与新春奖品一并送给大家。

这次联欢活动,邀请了泊头文化馆副馆长郭生、泊头师范学院金海洋老师、泊头师范学院石婷婷老师、泊头市知名青年歌手姜志超、泊头市自由落体乐队以及少年鼓手刘展卓作为主演嘉宾,给联欢带了精彩。

歌曲《众人划开大船》又一次将联欢推向高潮,引起观众合唱,联欢在热烈的气氛中结束。

晚宴,员工们共饮十里香,喜迎新春到来。郭丽莹

好歌唱罢舞登场 晚宴开启十里香

好歌唱罢舞登场 晚宴开启十里香

“小刀”酒事业部举行2015年新春家宴

董事长祁建发出席发表热情洋溢致辞

本报讯 为更好地让“刀嫂”们体会“家”的温暖,积极搭建“刀哥”、“刀嫂”的交流平台,2015年2月13日下午,小刀事业部举办了以“刀嫂,您辛苦了!”为主题的员工家属联谊会。董事长祁建发、副总杨宝成、小刀事业部总监左金胜等领导,小刀事业部全体员工及家属等200人参加活动。

期间,董事长祁建发表热情洋溢致辞。他说,在即将送别2014年迎来2015年之际,我们在三井举行联欢会,对大家的到来表示欢迎。对大家这一年来的辛苦、抛家舍业,为三井做出的

贡献表示感谢。

他指出,面对白酒激烈的竞争环境,小刀不畏强手,逐渐调整自己的市场和产品,取得了2014年的可喜成绩,为2015年打下了基础。三井作为大家庭,承载着共同的希望,是我们的生活依据、园地和表演舞台。每个同事、家人为大家庭增砖添瓦,家人承担着家庭重担,照顾着老人、孩子,支持前方的工作。三井能有今天的成绩,立于现在的市场,与大家的努力分不开,我们更要认清今后的竞争环境,白酒正处于低潮期,酒业的冬天未过,面临更加严峻的环境。

他说,2015年,我们要更有战斗力,冲劲,狼性。要塑造小刀品牌,打造旗舰产品。我们现在已经制定了2015年的策略,也准备好了物质基础。让我们与家人共同努力,拥抱2015年。他代表公司董事会对家人表示衷心祝福,祝新的一年取得好成绩。

这次联谊会活动愉快温馨,趣味性十足,竞技性强,参与度高。共分浪漫红地毯、拔河比赛、《让爱回家》观影、原浆探秘之旅及新春家宴五个部分,其中小刀事业部自制短片《让爱回家》以全新的角度让“刀嫂”了解了“刀哥”每天的工作环境和性质,也让“刀哥”听到了“刀嫂”们发

自内心的声音。正如观影前,集团董事长祁建发致辞里讲的,“三井作为大家庭,承载着共同的希望,每个成员为大家庭增砖添瓦。三井能有今天的成就,与大家的努力分不开,希望在2015年,我们以更加崭新的姿态,打造旗舰产品,塑造小刀品牌!”

观影后,一名“刀嫂”感动地说,“以前只知道他每天很忙,但一直不知道在忙些什么,通过这个短片,我看到了他的辛苦,以后一定会更加支持他!”

晚上的新春家宴让所有员工家属欢聚一堂,举杯同庆。席间不但有员工精彩的才艺表演,更有“争分夺秒”、“心有灵犀”、“小刀蹲”等令人捧腹大笑的游戏穿插其中。全体员工及家属热情高涨,个个以饱满的精神投入其中,使得现场一片欢声笑语,让大家提前感受到了节日的欢乐气氛。

相聚虽短,但集聚正能量的意义长远,希望在三井这个大舞台上,伴着家属的理解与支持,“刀哥”驰骋行万里,“刀嫂”同心创辉煌!

商津津

本报祝三井员工和十里香消费者元宵节快乐

为了活跃节日气氛,丰富员工文化生活,本报邀请张鸣和先生创作了《组字画》、《成语填空》、《图谜》、《谜语》、《谜语故事》、《填空谜》六部作品。请员工们试猜,并将答案发至沧州办公室尚志伟邮箱 (szw@3jing.com)。按发来答案时间对猜对其中一部或猜对三个人名的前 30 名,奖励 8 年十里香一瓶,最多者不超过两瓶。答案及获奖名单在四月份《今日三井》四版公布。请员工积极参与。

编者

组字画(A)



张鸣和 作

以上是一副“组字画”,请根据图中示意组成一句 12 字语。

成语填空

在空格里填上适当的字,纵向组成 14 字的祝福语,横向组成成语。

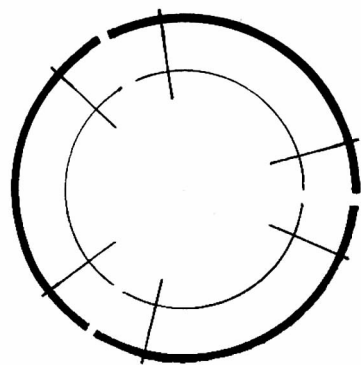
馨	香	祷			
				番	五
				井	有
大	快		心		条
				肠	鸟
人	寿		丰		道
				紫	千
				红	
	万		大	吉	
				鱼	得
				水	
	防		如	城	
	真		实	意	
冥	思	苦			
	好		多	磨	
众	志		城		

谜语故事

夏季假日的一天,爱好灯谜的甲乙二人结伴开车到吴桥杂技城去旅游。返程时,甲开着车很快已过南霞口,前面即将到达泊头。突然,顺风飘来一股好闻的气味,令人心旷神怡。乙即兴出谜面“早上日出在东方,鲤鱼跃出人大江,好闻气味扑面来,鸡食浴谷在故乡”。让甲猜出一个驰名品牌的产品来,甲深思了片刻,便准确地猜出了产品名称来。甲又给乙出谜面:“三人离开家,四面大开发”让乙猜出一家著名企业的名称。乙说,这可难不过我,这家企业实现了跨越式发展,已连续多年产销量创高,便脱口说出该企业的名称。甲点头称道:答对了!请说出甲乙二人各猜到的是什么名称。

图谜(A)

右幅图案中隐含着我市著名企业的名称。请猜猜看



谜语

西汉水畔一独山, 创立酒业开新篇; 做强做大展宏图, 梦圆三井天地宽; (打三字人名)

朱前韩后姓氏中, 珍贵物品藏在宫; 诚实无言才智高, 前程似锦事业兴; (打三字人名)

姓氏家族在朱前, 韩姓与其紧相连; 才能出众多谋略, 幸福安康日子甜; (打二字人名)

天上没有一丝白云, 出嫁的女儿离开家; 几年后已是儿女双全。 (打三字问候语)

七十二小时(打一字)

琵琶领奏(打一军事用语)

亚丁湾行不规(称谓)

旅游路上妊娠(打一称谓)

理发整容(成语)

张潮(成语)

越洗越脏(打一物质)

生命不息(打一花卉)

落潮(成语)

有林可燃烧, 有人可结伴; 有禾在三季, 有火非常热;(打一字)

取得胜利的一片热土(打一沧州地名)

初春(打我国名镇)

1500 米(打一穴位)

十冬腊月光膀子(打一节气名)

山林中之村(打我国城市名)

管道缠石棉并刷漆(打一政治名词)

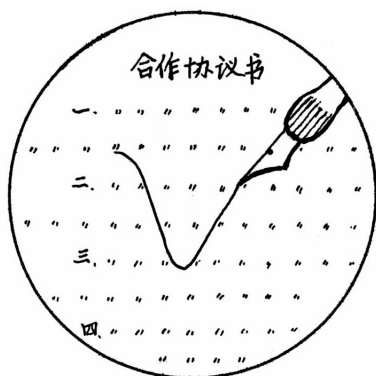
滔滔不绝话不停(打一气象用语)

填空谜

谜面:漳□□州

谜目:在空格里填上我国福建省的一个地名,使前面两个字仍打福建省的一个地名,后两个字为浙江省的一个地名。

图谜(B)



上幅图案里隐含有一个成语,请猜猜看。

组字画(B)



上幅图案由十三个汉字组成,请猜猜看。

作者简介:张鸣和,原运河区政府办公室副主任,沧州啤酒厂工会主席。长期从事文字工作,曾在沧州日报、沧州晚报发表作品多篇,为《东塑人》、《华北商厦》、《商城》等市内企业报纸特约撰稿人。

适应消费者节前消费需求

生产部多举措保障春节期间白酒供应

本报讯 春节临近,又到了白酒销售旺季。为了满足销售 and 市场需求,我公司生产各部门适应消费者节前消费心理,下大力度用多种举措保障春节期间白酒供应,收到明显成效。

一是成品提前备货。在充分考虑历年经验基础上,生产部经过认真研究,确定了逐月增加常规产品的库存量,提前为春节备货的方针,常规产品库存量由11月初的6.1万箱提高到12月末的10.8万箱。

二是增加包装物料准备。采购部经过认真测算,并与市场、销售等部门进

行了充分沟通,采取提高常规物料备货量进而缩短供货周期的方式以满足灌装旺季的需求。

三是提高单班生产能力,针对由于“八年”、“红古酒”等铁盖系列产品的销售需求量大,导致生产任务不均衡的状况,车间组织班组长共同商讨对策,打破原来班组长定员,集中人力生产铁盒系列产品,让有限的铁盒生产设备资源发挥了最大的生产效率,每天根据次日生产任务,调度各班组人员,使得生产效率提高了30%,按时完成了生产任务。

四是及时出货,为了保证成品及时送达市场,成品库保持与各市场的信息沟通不间断,生产总监多次调度成品库、运输方及搬运工,通过增加运输车辆、延时加班装车压载、节假日加班出货等手段,使销售需求物料及时送达市场,较好地满足了市场需求。

五是增强调度频次。把以往的周灌装滚动计划改为3天滚动计划,在满足销售需求的同时,提高了采购和包装等部门的应变能力,使白酒生产充分满足了春节需求。

生产部总监 宁明理

立足专业工作,把握市场需求

研究所为酒水质量保驾护航收到好成效

本报讯 十里香销售旺季到来。为了保证销售旺季的产品供应,保证产品品质,保证产品生产过程有条不紊,研究所立足专业工作,把握市场需求,做了大量有益工作,收到好的成效。

重新梳理了我公司年份原浆酒的生产及存储流程。细化原浆酒的分类储存。通过对原浆酒的不同生产日期、不同品级、不同生产工艺原理等多方面的细致分类,将所生产的原浆酒合理安置在不同坛区、储存罐区、不同酒库中,为今后年份原浆酒的成品生产包装打下坚实的原酒储备基础,使今后生产的年份原浆酒在查询时简便,清晰明了。

保证酒水生产。1月份中旬,研究所组织半成品酒生产及技术人员对半成品酒的生产过程进行了细化的检验督导,检查了产品由储存到期的原浆酒到半成品酒转变过程中的多道程

序,包括了前期的净化、除杂、短期储存,促进酒体协调到后期的成熟半成品出库检验、品评、技术讨论等多道程序,细致地分析了生产流程中的每个环节的必要性及重要意义,以确保生产过程中不会出现意外问题,保证生产过程中半成品酒供应的数量与品质。

开发酒水升级。基于现阶段市场需求及我公司产品特点,为了应对未来的挑战,研究所技术人员进行了长期的各种酒水数据监测、品质变化跟踪研究,以及产品升级研发及样品积累,各种升级产品的调试、调查等。储备了一系列的升级产品样本。为未来的市场需求提前做好足准备。

对泊头市区酒水市场进行了调研。1月下旬,研究所技术人员对泊头市区酒水市场开展了调研。

这次调研以零售终端及消费者为

调查对象,以口感质量反馈、酒水风格适应程度、零售终端及消费者意见为调研内容。调研结果显示,我厂生产的白酒在口感质量、酒水风格方面得到了广泛认可,相对同类其他产品有很强的竞争力。

进行了一系列技术攻关活动。近年,我国白酒市场受到了来自多方面的不利影响,存在鱼龙混杂、品牌混乱、年份酒年份不足及价格虚高等方面的问题,给中国白酒企业带来了较大冲击。针对这些情况,研究所对白酒市场进行了详细分析研究,做了一系列有效工作,通过对市场上出现的各类问题的详细统计及分析,查找了白酒行业各种技术弊端;针对我厂产品的固有点,总结出了一系列应对办法、确定了一系列科研课题,减弱、消除了因为行业出现的问题对我厂产品带来的不利影响。

李志强

展示三井品牌文化的『代言人』

记泊头办公室接待组

泊头办

目前,泊头办公室接待小组有两名成员。一个是25岁活力青春的黄楠楠,另一个是28岁聪明伶俐的赵琳,笔直的西装、直挺的腰杆让青春活力的她们又多了一股子干练与成熟。她们对工作认真负责,积极进取。

三井工业游项目自2013年开展以来,已两年有余,累计接待人数达到3万余人。作为讲解员的黄楠楠和赵琳,都拥有自己的一套独特的工作方法和讲解风格,她们在讲解中亦有幽默风趣,亦有术语专业。在接待中,二人配合默契,是彼此工作中的黄金搭档,熟练的工作技巧使她们在工作中显现得很轻松。

有一句话叫“台上一分钟,台下十年功”,对于并非导游专业出身的黄楠楠和赵琳来讲,今天的接待讲解轻松和游刃有余也不是一朝一夕就能做到的。刚来到这个岗位时,她们也曾委屈过。面对个别刁钻的游客,她们初始显得那么的弱小和无助,经常被气的哭鼻子。但她们的接待技能,她们自觉寻找视频和讲座,努力学习导游知识和接待礼仪,二人还经常结伴走进生产一线学习酿酒、品评等知识,亲身体验,谦虚请教,经常是满鞋底子的酒胚子,满身的酒气和曲虫子。慢慢地,她们在实践中学习成长了,接待



水平有了大幅提高。到今天,已能够像专业讲解员一样流利讲解游刃有余地处理接待过程中遇到的各种问题,清晰、准确地把企业文化、酿酒技艺等知识点传递给来参观的每位游客。

2014财年,在公司领导的关注和支持下,泊头办接待组还承接起了泊头公司工业旅游景区的创建工作。通过与国家AAA景区标准进行对标,查找本公司景区建设的不足,并积极进行改造,投入资金近100万元,完善了残疾人厕位,景区停车场及标识系统,增设和改造了医务室、游客中心等项目,并建成“三园规划”大型全景沙盘等等。目前,泊头公司景区建设已基本达到创建要求,正在积极申报国家

AAA景区验收。

我们有理由相信,一个拥有“非物质文化遗产”“中华老字号”和“中国驰名商标”等诸多品牌荣誉的三井,在景区申报和工业游项目的助力下,一定会把三井“酿一品酒,做一丽人”的企业文化和悠久历史,传播到沧州、河北,乃至更远……

新的一年到了,进步不停止,成长无止境。黄楠楠和赵琳对2015年新的工作充满了信心。新起点、新步伐、新目标,泊头办公室接待工作一定会再创佳绩。



本报讯 在沧州,有这样一群人,他们陶醉于陈年老酒的醇香,痴迷老酒的收藏和品鉴,同时在白酒品评上也达到了很高的造诣,并乐于以酒会友,广交天下朋友,他们是沧州的“民间品酒师”。

1月22日上午,他们一行20人来到十里香白酒发酵基地,与十里香的品酒师、酿酒师共同感受入选国家级非物质文化遗产的十里香百年酿酒工艺,共同品鉴老酒陈香。

品鉴会由研究所所长、国家级品酒师侯延臣主持,宁总参与了讨论。前来参加品酒会的老酒收藏爱好者拿出了近20瓶自家珍藏的老酒,我公司也提供了3年、5年、7年、30年老酒供大家共同品鉴。“十里香老酒,以30年为代表,具有色泽清亮微黄、窖香浓郁、陈味明显、绵柔爽净、回味悠长的突出特点”,一位老酒收藏爱好者品鉴之后如是说。“能闻不品,能品不咽”、“老酒会泛黄,但黄色并不一定是老酒,还要看其澄明程度”、“有的老酒陈放多年,酒体散发独特妖艳之香”……在品评中大家各抒己见,各述风味,沧州的“民间品酒师”与十里香专家级品酒师,共聚一堂,共同交流了品酒的心得和经验。

参观期间,十里香资深酿酒师、大曲班长王会议在窖池旁和曲房,为各位老酒爱好者实地介绍了十里香百年传承并入选国家级非物质文化遗产的白酒酿造工艺和古老制曲工艺,老酒收藏爱好者们对于窖池内部机理、酿酒过程及制取工艺展现了浓厚的兴趣,并与王班长做了深度的沟通。

触摸百年传承酿酒工艺 共品珍藏老酒岁月沉香 沧州民间品酒师赴我公司『煮酒论英雄』

十里香春节订货亮点多

销售部总监 崔猛

春节是白酒的黄金旺销阶段,各品牌白酒为了销量目标不惜一切代价进行促销,十里香作为沧州区域的白酒领导品牌,其做法有很多的闪光之处。

在价格信任方面,采取了保价措施:主要是对所有市场都保持政策一致性;缩小不同客户因订货数量大小之间的力度差距;大客户采取两级模糊抽奖,无法计算单件投放力度,而且抽奖后置到春节后进行;对大客户订货数量设置上限,也就是控制终端店的合理库存,保持均衡性;严格执行“432公约”规定的价格,为了维护终端客户的利益,对低价销售的客户坚决采取取消陈列,以至停止供货的措施。

在提升销量方面,十里香在营销操作层面上做了跟进措施:主要是先胜而后求战,做活动之前各办事处先要对市场进行周密计划,根据各个终端客户前三个季度的销量计划出每个客户春节活动的订货量,然后进行内部分工,按计划去达成;制定活动标准话术,找出春节活动能给终端客户和顾客带来哪些核心价值,制定出标准话术,业务人员进行演练,熟记于心,见到客户信心十足地先讲出来,做到先入为主;先小后大,增加网点,坚决杜绝选点放大户的传统做法,十里香作为区域的主导品牌,要按照亲民便民的原则开展金网工程,大、中、小户编织在一起,各有各的价值,各有各的空间;乡镇下沉,厚积薄发,乡镇是白酒销量的重要增长点,因为白酒的销量和人口成正比,而且随着乡镇消费升级的加快,我们已经进行了先期培育,乡镇按照“3+2”,村级按照“一村一店”完成了布局。

在“先保价后增量”的方向引导下,十里香白酒在寒冬中一枝独秀,春节订货大获全胜,超额完成了1月和2月的销售预算,让竞品可望而不可及,更加巩固了十里香作为沧州第一品牌的领导地位,使其连续六年沧州销量遥遥领先。

工作火花

“十里香”陪沧州老百姓过大年

『十里香』在寒冬中绽放

本报讯 腊月二十三是传统节日里的“小年”。从腊月二十三开始，由十里香酒支持赞助的文庙送春联、敬香、祈福、送“吉”蛋活动拉开序幕。

沧州文庙是沧州市民春节期间人群聚集的地方。一大早，众多书法爱好者就早早来到文庙，义务为全市人民书写春联、福字，送上新春祝福，为即将到来的新春佳节营造了浓厚的节日气氛。十里香酒业已连续两年与沧州文庙合作，开展“新春送‘福’送春联活动”。今年前来索取春联的人特别多。不少人喜气洋洋，带着对春节期盼而来。这次活动，原计划从上午九点开始，到十一点结束。由于人们兴致特别高，迟迟不愿离去，所以活动就推迟到12点。这期间，书写春联的人挥毫泼墨，或写出了对新年的期盼，或写出了对马年的眷恋，或写出了对事业发展的渴望，或写出了对人类美好的憧憬。中午时分，数千幅春联全部送到人们手中。居民们意犹未尽地拿着自己选中的春联高兴地回家。结束时尚有部分市民不愿离去，市民们都说这种为老百姓办实事的活动让他们感觉心里热乎乎的。和全家人一起特意赶过来的杨女士拿着刚刚晾好的春联说，“看到这个写春联、送春联的热闹场面，我已经感受到春节喜气洋洋的气氛了。”在活动现



场，群众对写满祝福和美好憧憬的春联表示满意，并建议多举行这种有利于拉近与群众关系的迎春活动。当天，共发放印有十里香logo春联、福字5000余套，现场书写春联、福字3000余套。

此外，文庙今年新增加的敬香祈福、许愿牌祈福和“吉”蛋送福活动也受到市民的热情追捧。活动刚开始半个多小时，当天的祈福香及许愿牌等已被领完，很多父母及老人都当场打起电话，为没有到场的儿女及孙子、孙女写下新年愿望，希望自己在新的一年身体健康，希望后辈在新的一年里学业有成，工作顺利。昨天到场的小朋友则每人手持“吉

蛋，欢呼雀跃。伴着昨日晴好的天气，冬日的暖阳洒在人们喜笑颜开的脸上，给即将到来的春节增添了几许喜庆、祥和的氛围，也将文庙和十里香酒对沧州父老的心关怀送到每家每户。

本次活动不仅使大家感受到原创春联及书法艺术的魅力，弘扬了春联这种中国特色的传统文化，增进了市民对春节传统祈福活动的认识，增加了大家对中国传统习俗及文化的热爱，也使市民更进一步了解沧州文庙，更乐于融入今后的系列庙会活动中来，为今后各项活动的开展扩大了影响力度及宣传力度。

高云广

2014年，随着白酒整体增速的持续减缓和行业大环境的日渐严峻，白酒行业整体进入“寒冬”。恶劣的生存环境使一部分企业就此销声匿迹，同时也使一部分企业找到了绝地反击的机会，获得了重生。作为十里香的一名经销商来说，“十里香”品牌在这一年之中带给我更多的是信心与希望。尤其是进入2014年下半年以来，公司在沧州市市场餐饮渠道的操作思路让我感触颇深。

首先是，解决了经销商的库存问题。近两年来，受大环境影响，以前没有爆发出来的库存问题开始浮出水面，成为各级经销商不得不面对的一个巨大问题。十里香公司针对这个问题，及时根据市场销售进度，从源头上重新测定了我们的合理库存，根据库存情况，调整进货任务，有效减少库存量，确保资金的良性周转。而十里香公司也将我们各级经销商的库存纳入到了相应区域销售人员的考核体系中，整个销售团队将主要工作精力放到了市场运作上，快速地让产品深入到渠道各个环节中，通过终端、消费者活动使产品真正被市场消费掉。

其次是，转移“阵地”和扩充“武器”。受大环境影响，市区高端餐饮店销量整体下滑，消费者消费层次下移，十里香顺势将市区渠道下沉到中、小型餐饮店，并着力开辟乡镇市场。自9月份开始至今，沧州市场已开发19个乡镇，在原有市区餐饮渠道的基础上进行了区域深耕与延伸；同时，根据终端特点，增加了十里香“窖藏八年”和“柔和”两个单品，补强了中低端价位段，丰富了整个产品体系结构。

三是，全面实施终端动销策略。“终端”竞争，流行一句话“你能把竞争对手挤出陈列，你就能把他赶出市场”。十里香对生动化陈列的深入理解与执行，使得产品在新市场迅速站稳了脚跟。同时，销售人员标准化及高频次的终端拜访及服务提高了客户的满意度，增进了客情，为十里香产品的销量增长注入了内在动力。

2015年，我们坚信“十里香”品牌可以做得更好，走得更远，我们也坚信在公司的引领与指导下，经销商与公司的深入合作必将收获“双赢”效果。

阚国香

2014财年初，董事长提出了“定位做基础，聚焦重实战”的方针，公司各部门都应该围绕此方针开展工作。“聚焦”是定位理论的核心法则，具有以下优势：

1、更容易被顾客识别。十里香曾经是多系列，多产品交叉重叠，每个价位段有多款产品供顾客选择，结果却是哪个都能卖，哪个也卖不多，顾客无法识别，处于选择困境，无法归类记忆。所以到2014年，我们把产品按照价位作为划分标准，产品聚焦为：“二十年”、“五星”、“黑盒”、“八年”四款。2014年分别在白酒主流价位做成了品类第一，关键是更容易被顾客识别，形成了指牌购买。

2、拥有专家认知优势。产品聚焦让价格形象得到充分展示，让顾客由多产品时模糊的价格印象，变成价格标准形象，价格刚性一致化又让顾客对十里香品牌形成价格信任，顾客认知的十里香是高品质而且可以保值的家乡好酒。

3、吸引更多顾客。建立了产品的清晰认知又让顾客得到了价格信任，就会吸引更多顾客来消费十里香产品。更多的顾客消费通过口碑影响，形成了十里香的热销氛围，销量的提升进一步夯实了十里香的领导地位。

4、业务简化，运营效益提升。产品聚焦简化了业务流程。以前一到旺季就为产销协调头痛，要么断货，要么滞存，到处救火，怎么费力都很难理顺。产品聚焦后就四款产品，销量大且稳定，生产安排轻松自如，包装、成品库存下降，滞存物资减少，生产效益大幅度提升。到销售环节的一品一商，流通环节更加顺畅，实现了产、供、销协调，管理成本下降，运营效益提升。

5、资源投入更有效。资源永远是有限

的，产品聚焦使资源投入由分散变为集中，在品牌传播和市场费用投入上形成了“兵力”优势，让十里香的防御市场更加稳固，进攻市场型市场压制竞品，迅速提升市场占有率。

聚焦具备多重优势，道理看似简单，但真正实施聚焦却面临诸多挑战：一是，诱惑。聚焦有悖于人性，人性是贪心的，是多元的，主流认为不应该把鸡蛋放在一个篮子里，东方不亮西方亮，但从顾客认知理解，当下顾客身处选择的困境，而且心智容量有限，顾客看到他看到的，所以只有聚焦到一个尽量狭窄的领域并成为品类代表，先入为主，顾客的心智才能接受。二是，膨胀。短期的成功容易使企业滋生盲目乐观的心态，而忽视了竞争因素，产生企业无所不能的想法，心态的膨胀导致企业不再坚守聚焦，走向多元，但结果一般都会变得平庸。三是，压力。在聚焦过程中，舍弃了很多产品会造成销量短期下滑，销售团队面临压力巨大，又会回到企业产品是为了满足顾客需求的传统错误观念中去，多数会放弃对聚焦的坚持。四是，质疑。当下中国企业主流是多元的，在这种大背景下人们会质疑聚焦能否做大做强。当下的主流结果是由企业过去做了什么造成的，但对于未来会是什么结果是靠企业今天选择做什么决定的。企业创造出顾客的潜在需求，刚开始一定会受到大众质疑，这要看企业能不能坚持走下去。

聚焦是中小企业生存乃至走向强大的唯一出路，聚焦必须成为企业家教般的信仰，才能战胜自身的欲望，让品牌走的更远，更强。

销售部总监 崔猛

『聚焦实践』心得



葛义栋：沧州市政协原副主席、现为中华民族文化促进会会员、中国市长书画艺术中心常务理事、中国榜书协会常务理事、沧州市摄影家协会名誉主席。曾有多部书法作品发表。

本报讯 日前，由全国36家白酒企业共同参与的“中国白酒3C计划”已经启动。我公司参与了此项计划，相关工作正在积极落实中。据悉，这项计划是在全国白酒产业经济发展出现下行趋势，白酒行业热点频发形式下，由中国酒业协会发起的。

该“3C计划”的主要内容，是围绕中国白酒“品质诚实、服务诚心、产业诚信”三方面内容开展，旨在坚持品质诚实，以质量为主导，争取更多公众对白酒品质诚实的关注和信任，从源头上解决白酒行业的诚信危机；切实关注白酒产品消费者，诚心为消费者提供诚信的、高品质、高品位的服务；通过科技进步和管理进步，建立具体可行、公开透明的质量评价体系，完善中国白

酒质量检测项目、升级白酒检测标准和手段，推进诚信管理体系建设。该项计划的目标是通过计划的实施，构建和谐的公众关系，树立良好的行业形象。加快白酒产业结构调整，适应白酒消费需求。

目前，我公司对这项计划的落实工作正在进行中。据了解，已经完成了食品企业诚信管理体系的材料组织和申报，同时派检验人员参加了中国酒业协会3C计划举办的“关于原粮和白酒中农药残留检测技术应用”和“酿酒原料分析方法”的培训。为下一步有效监督原粮中农药残留和通过对酿酒原料质量的检验打下良好基础，从源头上解决白酒行业的诚信危机。

白雪

我公司相关工作正在落实中

『中国白酒3C计划』已经启动

