十里香

十里香酒微信公众号

2018年第4期(总330期)

2018年4月30日 星期一 http://www.shilixiang9.com/ E-mail:shilixiangbao@163.com 十里香股份公司办公室主办 内部资料 免费交流

企业愿景
打造幸福企业
享受快乐人生

企业使命
为社会创造价值
为顾客创造需求
为员工创造机会

企业价值观
诚信 包容 共赢 回报
—— 祁建发

公司召开2017财年表彰大会

2018年4月27日下午，公司在十里香大厦19楼报告厅隆重召开2017财年表彰大会，公司行管中高层领导、十里香销售办事处经理以上人员、泊头生产公司班组长人员、小刀办事处经理以上人员及相关受表彰员工参加大会。

阳春四月，春暖花开，会场内外一片春意盎然，下午2点30分，随着主持人的热情开场，表彰会拉开了帷幕。按照公司惯例，公司董事长祁建发首先向大会作2017财年工作报告，回顾、总结公司在17财年取得的成绩，历数了一年来公司的新发展、新变化。

品牌经营，认知先行，祁总指出，2017年是公司深化认知转型、技术人才辈出、项目成果纷呈的一年。这一年，从做销售到做服务，从卖产品到卖价格，全员学习，践行了认知经营理念；认知产品“五星”成功升级上市，赢得沧州父老认可，奠定了我们与国内一线品牌正面竞争的基础；“十里香·沧州情”的品牌诉求凸显了十里香的本土情怀；从渠道销售到源点顾客，66°十里香会员开发与源点顾客拜访模式已初步形成；这一年，生产与质量稳步提升，技术实力持续增强，在拥有三名国家评委的同时，又一次性收获八名省评委，专业技术团队达到省内前列。十里香大厦落成入驻，“大运河畔、十里酒香”将十里香文化在沧州落地生根；项目建设稳步推进，行政与服务双提升，职工餐厅亮点频出，员工幸福指数逐年提升。

在发展的同时总是伴随着不足，祁总指出，针对17年的不足，我们要进行针对性的改革，达成“只有销售创造利润，其它都是成本！”的共识，18年的各项工作以“一切为了销售、服务销售，服务顾客、尤其源点顾客”为出发点，通过组织结构调整，权力下放，把所有工作重心放在服务销售、支援销售上，将所有注意力盯在服务顾客，尤其是源点顾客上！随后，祁总就18年重点工作做了具体部署。

接着，大会进入表彰环节。依次对在2017财年表现优秀、做出突出贡献的优秀员工、优秀班组、优秀部门、优秀干部进行了表彰。期间，优秀代表上台发言，纷纷表示将继续把工作做精做细，专注于自己的工作领域，实现自我价值。

随后，大会颁发了17财年微创新奖及年度项目奖。今年是十里香推行微创新奖的第二年，广大员工积极创新，转化成果，涌现出一大批创新型人才，在公司方方面面助力发展。年度项目奖以表彰超出公司项目目标的管理人员。

此外，今年表彰会特设董事长特别奖，作为本次表彰会最重要的一个奖项，以表彰在公司发展上有杰出贡献的人员。本次董事长特别奖获得者分别为员工餐厅厨师长李新、十里香销售经理李学超、小刀管理团队周焕发、昝二忠、杨桂英。

本次大会设置宣誓环节。以行动践行承诺，在新财年，新起点，让我们带着责任，带着荣誉，带着使命，践行“做好酒，酿好人”的理念，不忘初心，继续开创十里香新的篇章。

最后，主持人宣布表彰会顺利结束，全体优秀员工与公司中高层领导合影留念。

邵竟川

授旗仪式

十里香2017财年表彰会

公司董事长祁建发作2017财年工作报告

项目奖颁奖

宣誓

十里香执行总经理宁明理率领沧州总部中高管宣誓

十里香副总经理崔猛率领泊头公司中高管宣誓

十里香销售副总监寇洪亮率领销售系统宣誓

小刀事业部总监周焕发率领小刀事业部中高管宣誓

优秀干部、部门颁奖

优秀班组颁奖

行管系统优秀员工颁奖

酿酒车间优秀员工颁奖

包装车间优秀员工颁奖

行管系统优秀员工颁奖

十里香销售系统优秀员工颁奖

十里香销售系统优秀员工颁奖

小刀系统优秀员工颁奖

编者按：“微创新奖”旨在鼓励职工在公司生产经营中，围绕着生产技术、经营管理主动提出的改善、改革，并应用实际工作中能持续发挥效益和效果。2017 年是公司推行微创新奖的第二年，微创新申报审批机制更加完善成熟，激发广大员工积极创新的热情，涌现出一批创新性人才。

微创新奖介绍

微创新奖

1、项目名称：设立域外公司，科学筹划税收

项目主导人：张俊丽

创新说明：2017 财年，充分利用国家地域税收优惠政策，科学筹划税收管理，通过优化公司法人纳税结构，成功调整纳税模式，获得政府税收扶持资金 50 万元。

2、项目名称：粉碎入料安装除尘系统

项目主导人：张桂华

创新说明：公司现有的原料除杂设施无法将与原料大小相近的壳帽、包装袋纤维等细小杂物去除，影响粉碎料质量，张桂华针对于这一问题提出安装风力除杂设施，可将 80%以上的细小杂物去除，为进一步提升原酒质量做了保障。

3、项目名称：成品库 PDA 设备替换项目

项目主导人：郑志华

创新说明：鉴于公司成品出库时使用的智能 PDA 使用成本和系统风险高的缺点，提出采用 PDA 手持盘点机＋自编 PC 端软件的替代方案，使系统更易操作和维护，降低维护成本。最终可实现整托扫描入库，提高业务效率。

4、项目名称：小餐厅电子台账的开发与实施

项目主导人：刘洁

创新说明：针对泊头小餐厅运营现状，开发了一套电子台账系统，实现了从原料入库、成本控制、利润核算到透明消费的全过程管控，实现餐厅经营利润核算及时准确的效果。

5、项目名称：战略积分系统

项目主导人：王淑一

创新说明：在公司原有积分制的基础上，开发出十里香销售系统特有的战略积分系统，利用积分授予系统将积分指向五星销售业绩、战略动作落地及正能量的传递；利用消费系统，将积分用于学习消费、体验消费及快乐会议拍卖等方面，在实现公司战略落地执行，助力实现五星增量，提升销售人员业务水平等方面起到推动作用。

6、项目名称：电子发票管理程序

项目主导人：郭娜

创新说明：随着国家电子发票的普及和推广，我公司现有发票管理带来新困难，对此，郭娜提出建立“电子发票管理程序”，将电子发票进行程序化处理，利用程序自动识别新增电子发票票号及代码，有效规避了重复报销的财务风险。

7、项目名称：市场费用发生即时拍照上传 CRM 系统

项目主导人：庞秋生

创新说明：对市场费用的核查，提出“市场费用发生时即时拍照上传 CRM 系统”的措施，让市场陈列费、赠酒、积分兑奖等费用发生时即时拍照上传存档，做到有据可查，一目了然，降低了费用造假的空间。

8、项目名称：五粮专柜、五粮堆头、丝绸堆头

项目主导人：周欣

创新说明：商超作为渠道形象，物料的设计形象是建立顾客认知的最直观体现，商超办以生动化的物料设计，把五粮及高端物料融入专柜、堆头，给顾客建立十里香五粮好酒的认知，达到影响顾客，带动销售的效果。

9、项目名称：酿酒车间利润核算模型

项目主导人：崔德才

创新说明：针对酿酒车间核算问题，遵循“好酒应卖高价”的原理，优化自产原酒利润核算模型，根据原酒级别设置级差转移价格，对比年度预算设定的利润，通过利润额直观反映酿酒车间创造的价值。

10、项目名称：小刀经销商原浆产品进销存管理系统开发与实施

项目主导人：杨桂英

创新说明：针对小刀经销商进销存数据的收集汇总不及时、工作量较大等问题，开发小刀经销商进销存管理系统手机、电脑版各一套，实现了当日数据当日提报，且大大减轻业务员工作量，实现了经销商库存的严格管理。

董事长特别奖

编者按：“董事长特别奖”是今年表彰会最重要的一个奖项也是一个亮点，今年公司首设董事长特别奖，旨在表彰这类在各自工作上做出切切实实的业绩、在公司发展上做出突出贡献的人员，为广大职工树立工作标杆。

十里香员工餐厅厨师长：李新

获奖理由：李新带领泊头大餐厅，不断创新服务形式，开辟为员工服务的新项目，不断开发新菜品及增值服务，推出了下午菜、半成品菜等特色饮食，让员工到家后微加工即可食用，几乎得到全体员工的好评，践行了“将平凡的事情做到不平凡”。

十里香销售经理：李学超

获奖理由：李学超带领团队在一个人口刚过 20 万的小县城，经济总量和消费水平在沧州地区都处于落后位置孟村市场，连续两年实现五星单品和全品销售的双增长，其中，16 财年完成五星销售 210 万，同比增长 76%，全品销售 571.4 万，同比增长 51%；17 财年又获得了五星同比增长 83.7%，全品同比增长 24.5%的好成绩，真正诠释了什么是“小市场大作为”。

小刀管理团队：周焕发、昝二忠、杨桂英

获奖理由：2017 财年，小刀坚持聚焦原浆、聚焦“大河北”，通过精进原浆推广模式、经销商库存管理等工作的开展和富有激情的团队，实现了小刀的持续健康增长，实现销售收入 1.78 亿，预算达成 101%；大河北原浆销售达成 1.27 亿元，同比增长 83%。这其中以周焕发、昝二忠、杨桂英为主的领导团队表现了非凡的管理能力。

光荣榜：2017 财年优秀员工

十里香销售部：卢重庆、吴广腾、徐志东、樊凌松、韩东升、杨正阳、张宁、张永、刘野、贾耀东、王浩、李浩、张会来、齐晓伟

66°新品类部：唐慧、张冲、董思、齐文洪、

业务组：郭双双

市场部：王青春

财务部：郭娜、邵金凤、褚晴晴

审计监察部：葛泊念

运营部：宋涛

生产部：刘卫义、吕国福、张青、李爱民、刘智远、刘建芝、吴海英、于春岩、周艳、陈稳站、段会新、刘永香、樊萍萍、石春春、郭汉兰、宫艳艳、张宏雨、王树江、王会义、许银光、郭广涛、汤树其、郭治帮、郭汉旗、程路、冯志明、刘丙凯、张宝胜

行政部：李新、竺可刚、焦兴瑞、齐乃超、郭丽莹

小刀：蔡洪珍、赵刚、李淑杰、杨四喜、马长城、张伟、邬健、穆林、孙建新

优秀干部：李鹏、张俊丽、郭捍宏、潘树青

优秀部门：营销财务部、仓储部

优秀班组：十里香商超办事处、十里香孟村办事处、十里香献县办事处、包装车间 4 班、酿酒车间 105 班、泊头餐饮组、小刀销售管理组、小刀沧州办事处。

十里香各系统誓词

十里香总部

十里香总部庄严宣誓：
强化总部职能
服务销售为纲
创新薪酬机制
激活团队务实
明晰人才价值
公平赋能竞争
锤炼公司文化
关爱员工幸福
精细单元核算
科学守法经营

十里香销售

新财年，新起点，
十里香销售庄严宣誓：
欣欣向荣，积极向上
赛马机制，贯彻执行
突出五星，聚焦经营
源点开发，抢占先机
全力以赴，挑战自我
团结拼搏，勇争第一
2018，十里香必胜！

十里香泊头公司

十里香泊头公司庄严宣誓：
精选原粮，酿造好酒，争创华北，浓香一流。
智能酿造，达标投产，河北首家，目标在前。
专项资金，研发立项，适应未来，与时向上，
环保达标，安全第一，挖潜增效，看我心齐。
工匠精神，造酒灵魂，典型带路，产品出新。
厂际旅游，抓出亮点，打造客户，全新体验。
旅发大会，借势公关，花园形象，全新展现。
转变观念，服务前线，后勤保障，全年贯穿。
公司事业，无限忠诚，公司利益，在我心中，
公司决策，全力执行，决战一八，立业建功！

小刀军团

小刀军团庄严宣誓：
坚持战略聚焦，
完善市场布局，
精进推广模式，
锤炼销售团队，
创新品牌传播，
持续健康增长，
完成 2 亿目标！

传统营销理念的颠覆与重塑

—— 十里香认知经营述评

文/韩恩纯

自 2011 年起，十里香开始与特劳特（中国）公司合作，引入、消化、吸收定位聚焦理论，开始了全新的产品布局并取得显著效果。2017 年，又开始了认知经营理论的学习和实践。认知经营的成功转型，使十里香认知产品同比增幅达 24%，不仅稳固地占据了沧州地区白酒界龙头老大和河北白酒四强的地位，还成功进入全国白酒企业百强榜。

对认知经营的认知

认知经营的理念是特劳特理念的重要组成部分，其核心内涵是以顾客思维、顾客视角为核心进行产品结构价位设计、渠道规划、拟定传播诉求。按照这一经营理念，公司的经营战略方向将明确指向顾客，公司一切活动将围绕建立顾客认知而展开。

这一理念与传统营销模式相比，有三大重要区隔。其一，变传统的“公司（产品）—渠道（经销商）—顾客”模式为“顾客—渠道（经销商）—公司（产品）”模式。由以公司为中心和出发点转变为以顾客为中心和出发点；其二，由被动地适应、满足顾客需求转变为主动地寻求顾客潜在需求，引领顾客需求、创造顾客需求；其三，由对顾客概念宽泛化转变为细分顾客，划分为非顾客、新顾客、老顾客、源点顾客、跟风顾客和非适宜顾客，并突出“第一个吃螃蟹”的源点顾客的品牌口碑传播作用。认知经营是对传统营销模式的颠覆，是营销领域的一场革命，一场创新，是新营销理念、战略、模式的重塑和再造。

在十里香酒业看来，认知经营的导入并非理论上的刻意求新，并非单纯的顶层设计，而是白酒行业整合分化和市场变化的大趋势使然。**一是，酒界形势在变。**近年来，随着改革开放的深入和发展，经济规模的壮大，白酒界群雄并起，国字号大品牌垄断高端，区域品牌诸侯割据，中小企业在夹缝中求生，区域品牌与域外品牌争夺阻击战胶着，企业求得生存发展只有开辟新的途径。从消费者的角度看，白酒早已从卖方市场转变为买方市场，研究顾客、调动顾客已成为企业直面的课题。**二是，白酒的消费渠道在变。**面临党中央从严治党治政的新形势，公务消费已渐式微，公款支撑白酒消费的繁荣局面已是昨日黄花，白酒消费的主渠道已变为商务、节日、婚假、友情消费，研究新的顾客群体，已迫在眉睫。**三是，顾客的消费心理、消费观念在变。**随着群众消费水平的提高，顾客对品牌追求的冲动更加强烈，首选主导品牌已成为成功的标志、身份的象征、情感的衡量尺度。地域品牌的选择，更体现出对家乡的自豪感。作为白酒企业，不能不研究消费的新潮流、新时尚。**四是，顾客信息收集的渠道在变。**现今网络社会，是信息爆炸的社会，受众信息量呈几何级数增长且信息碎片化，一地鸡毛，充斥杂乱。企业的当务之急不是帮助顾客收集信息，而是帮其屏蔽信息，先入为主地输送企业品牌信息。由是，白酒企业理应转变思维、转变作为，把屁股切实坐到顾客的椅子上去，了解其对品牌的需求，让顾客暖心感动，让非顾客转变为忠实顾客，企业才会有所作为。

认知经营是一个全新理念，旧有模式的根深蒂固，旧思维的惯性，对新模式的陌生、怀疑和畏难，是团队内绕不过去的坎。为深刻领会认知经营的内涵，统一团队的认识和步调，公司开展了“认知战”的大学习、大讨论，开展了以部门为单位的每月集中培训，厂报连续刊发认知经营的体会文章，学习告一段落，公司以沧州、泊头、平原为考点进行全员考试测评，认知经营理念开始在十里香人入心入脑、落地生根。

拿什么样的品牌让顾客认知

顾客对企业的认知可以有多个侧面，归根到底是对企业品牌的认知。顾客对于企业，可以不知其生产流程，不知其营销模式甚至不知其厂址何地，唯一记住的是品牌。对品牌的认知通常经历的是“陌生—接触—感动—选择”的过程。鉴于此，十里香提出，作为区域性的白酒企业，做品牌就要做领导品牌，主导品牌，龙头老大品牌，做就做让顾客印象第一的品牌，消费者首选的品牌。取得顾客认知，他们是有底气的。

底气一：领导品牌当有领导品牌的品质。

“酿一品酒，做一品人”是十里香文化的主诉，内涵丰富，其中就包含了对品牌品质的追求。产品从投料遴选、发酵、蒸馏、摘酒、陈藏、调试到包装上市，自有一套完备的规章、规范的流程和严苛的标准。七十年来坚持自造自酿，是十里香酒业打出来的一面旗帜，使其与众多靠外购勾兑的杂牌厂家做了界限分明的区隔。中国驰名商标、中华老字号、地理标志性产品、非物质文化遗产等荣誉称号更彰显了十里香的非凡品质。沧州地区酒界领导品牌的确立，靠的是十里香酒业的实力，更是沧州地区广大消费者的口碑。

但是他们并没有以此而满足，他们还要砥砺前行，他们追求的是更上一层楼，要的是“会当凌绝顶，一览众山小”的体验。回翻 2017 年的台历，我们会看到：以省工程技术中心为平台，开展多项省市科研项目，其中两项成为沧州市政府和省食品协会获奖项目；实现了白酒生产全过程的检测，达到省内同行业领先水平；在拥有 3 名国家级白酒评委的同时，年内又有 8 人考取省白酒评委，酿酒师已达 24 人，年内技术人员在国省级学术刊物发表论文 9 篇，专业技术团队达省内先进水平；公司年内还开展多项生产试验，改造新增车间设备设施，研发五粮粉碎出料一体化设施等技术创新，对十里香产品的品质稳定和提升都发挥了重要作用。

底气二：领导品牌当有领导品牌的形象。

十里香将以什么样的形象获得顾客认知？笔者在翻阅案上成堆的资料中，逐渐沉淀出六个字：情怀、个性、高端。

情怀。是指十里香品牌的情怀诉求。在品牌诉求上，十里香有过多次变化。最初是“全国唯一获奖的河北白酒”，接下来依次是“十里香，真原浆，酒更香”、“商务宴请，更多沧州人喝十里香”、“十里香，本土情”，一直到“十里香，沧州情”。比较这几款表述，前三款是宣传卖点（获奖、原浆、特殊渠道），是表达企业对顾客的给予和满足，投射具有单向性，是以企业为中心和出发点，而后两款则属于情怀表述。情怀的表述，感情的投入，则充分体现了企业感恩的诚恳和承诺的庄重，真正做到了和顾客面对面、心贴心，真正把顾客还原到“上帝”的位置。本土情和沧州情相比，前者较泛泛，后者更具体、更生动、更暖心。从十里香品牌的诉求变化，可以看出公司由传统营销到认知经营转变的浓重痕迹。

个性。也就是差异性。“万花丛中一点红”，人们往往忽略“万花”而关注“一点红”，这就是讲个性，或叫差异性。品牌的个性（差异性），即是以其独特的设计，与众多同类产品相区隔，以便于顾客的甄别、记忆。十里香的个性（差异性）主要表现在三个方面：其一，包装个性。面对酒类豪华包装的时潮，十里香果断采取精致小包装上市，尤其是 66°新品，2.2 两小壶配小杯，倡导“一人一壶，一口一杯”的健康饮酒理念深受顾客欢迎。新五星包装外观则植入大运河文化，嵌入运河全图，标注“大运河畔，十里酒香”，使以运河而兴的沧州人倍感亲切。其二，酒度个性。饮用高度酒是中国式饮酒的传统习惯，元代蒸馏酒面世后更是如此，对高度酒的偏好，北方人尤甚。只是近年因企业成本、工作节奏等因素，才出现了低度饮风。低度味寡，高度才是好酒，仍给饮者留下深刻印象。恢复高度饮酒传统，应该是迟早的事。当前，高度白酒的代表是衡水老白干，但为清香型，而浓香型高度白酒在我国尚属少见。基于这一判断，十里香率先推出了 66°十里香，成为中国浓香型高度白酒的一个标杆。其三，渠道个性。随着我国公务宴请的衰微，十里香酒业以其新五星为认知产品，提出“商务宴请领导品牌”新概念，以商务宴请为主渠道；66°十里香抛弃零售渠道，采取会员制方式，构建起了全新的销售模式。

高端。白酒的高中低端，主要是以价位区分，以不同的档次价位对应不对层级的消费群体。十里香敢于向高端酒级冲刺，反映了她们对企业历史、文化、技术能力、产品质量、管理水平的自信。十里香推出的 66°新品，酒体摘取陈藏 10 年以上精华原浆调制，包装取典雅的黑色主题，壶形精致陶装，成为十里香酒业的极品，其价位已达 400 元每斤，已跃上国家标准的高端领地。与之配套的“好酒少喝?益健康”的饮酒理念，会员专供专享，更给顾客以高端的感受。其主打产品新五星，虽在价位上仍属中档，但其醇厚的酒度，大运河红白分界的盒体，四羊方尊瓶盖造型，处处透出尊贵、精美、大气，展现出的则是区域高端、平民高端的形象，受到广大消费者的青睐，绝非偶然。

抓住源点顾客，就抓住了认知经营的牛鼻子

认知经营的理念，是把源点顾客作为第一要素。所谓源点顾客，通俗地讲就是指品牌的第一波消费者，范围稍大一些是品牌的早期消费者。认知经营的营销模式，是通过源点顾客的人际关系，口口相传，产生“羊群效应”，从而带动起从众消费、跟风消费，形成消费潮流。按照传统营销模式，其流程为：广告—铺市—促销，是以广告为起点。而时下，由于广告的泛滥、虚假，广告效应江河日下。认知经营否定传统营销，以源点顾客为起点和要素，可以说是另辟蹊径，顺应时势。

如何发现、挖掘和培育源点顾客，从抓源点顾客入手，带动非顾客、潜在顾客？通过一年的探索，十里香已初步建立了一套配套的做法。

身份地位的象征——66°会员制。66°作为十里香的高端标志品牌，市场开拓的先锋品牌，商务宴请的实验品牌，他的源点顾客在哪里？很自然就是沧州地区具有一定规模的企业，就是这些企业的掌门人——沧州企业家。这些人都是业界风云人物、成功人士，知名度高，影响力大，抓住这批业界翘楚，就能执起撬动市场的牛耳。如何将这批人物吸引聚集到 66°旗下？他们从高尔夫的会员制、俱乐部得到启发，选定了会员制。高端品牌应对高层人士，理应会员专享，他们果断的舍弃了零售渠道。在沧州高铁站，他们设置了会员休息室，以体现会员的尊贵，此外还组织会员赴全国各地进行交流联谊活动。到目前，他们已经积累企业档案 6000 余家，已有近 2000 位企业家成为 66°会员。

我是主角——主场化终端。终端店是产品市场的最前线，是顾客与产品交流的现场，是顾客认知品牌的源头，更是同类产品竞争的阵地。十里香酒业在终端店的主打产品是新五星，作为沧州地区的领导品牌，终端店的布置格调应是庄重、大方、亲切中透出一股霸气，陈列面积要大，位置要显要，形象要鲜明，气势要雄浑，要让顾客体验到你是主场、主角，你是老大，唯此才能给顾客以强烈的视觉冲击，最大限度的吸引顾客的关注和认知。按照这一思路，他们推出主场化终端的概念，全力推进主场化工程：以中小型烟酒店为对象，以门头、推拉贴、陈列柜的十里香化为内容，打造金网形象店 133 家；以大型超市为对象，以十里香专柜、推头为内容，打造金网形象柜 126 家；以核心酒店为对象，以厅饰、吧台设计为内容，打造主场化氛围酒店 359 家。在核心酒店，他们还推出婚宴临场贺喜、赠酒活动，进一步拉近了与顾客的关系。

20/80 规则——金银网管理。十里香酒的金银网管理，实质是终端细分，分级管理。他们把所有终端客户，按照业绩销量划分为金、银、普通三个级别，抓住关键少数，人力、物力、销售政策全力向金银网倾斜，使占 20%的金银网完成销售业绩达 80%以上。在金银网的管理上，他们不是一分了之，而是实行动态管理，业绩上则级上，反之亦然，从而调动了终端户的积极性。同时，他们还坚持片区主管、业务人员驻店常态化，每周驻店至少一天，帮终端户理货和销售，零距离接触顾客，了解其需求，听取其意见，收集基层信息，拉近与顾客感情，让十里香最大程度的靠近消费者。

百闻不如一见——四观两体验。为了培植源点顾客，使广大消费者直观感受十里香生产的各个细微环节和浓郁的十里香文化氛围，结合十里香厂区园林化建设，梳理出“四观两体验”流程，持续组织消费者“回厂游”。“四观”包括：窖池、大曲房、全自动化粮仓和 66°黄金酒窖；“两体验”即 66°体验馆和 66°小酒馆。年内，他们对参观流程中的硬件设施进行了首轮改造，添设了导视牌，增设了窖池参观平台及灯光效果，配备了游览车和专职解说员，全年进厂参观体验的顾客已达上万人。“回厂游”活动拉近了顾客与十里香的感情，增强了顾客对十里香品牌的认知，已成为传播十里香品牌和企业文化的一个重要平台和阵地。

感恩顾客——丰富多彩的厂民联谊活动。感恩广大消费者，感恩沧州新老顾客把十里香捧上沧州地区领导品牌的地位，是“沧州情”品牌诉求的重要内涵，为回报沧州父老乡亲的热诚和厚爱，十里香酒业年内连续举办免费赠酒糟绿植、酒匠之夜大型民族音乐会、春节庙会、年夜饭赠酒等厂民联谊活动。以源点顾客群为主，先后举办了盐山钓鱼协会赛、泊头乒协乒乓球赛、沧州影协梨园摄影等活动，提升了品牌形象，巩固扩大了源点顾客群。

2017 财年是十里香实践认知经营转型的第一年，牛刀小试，初露锋芒。下一财年，他们已达成“一切为了销售，服务销售，服务顾客”的共识，通过组织结构调整，权力下放，把工作重心放在服务销售、支援销售上，将所有注意力盯在服务顾客，尤其是源点顾客上。这将是十里香酒业认知经营的再出发、再创新、再深化。“今年花胜去年红，料得明年花更好”，我们期待着他们 2018 年的捷报。

2017 财年表彰大会获奖者感言

微创新奖代表郑志华

尊敬的领导,同事们,大家好:

很荣幸、能站在这里,把我工作中、关于创新的一点心得分享给大家。

我对创新的理解,就是要勇于改善,改善我们的工作效率,改善我们的工作质量,这些就是创新。

在工作中,要能静下心来,沉下身去,到业务部门去多了解、多观察、多交流。对于一个想法的实现,一般都经历:准备—酝酿—豁然开朗—然后是验证这个过程,才能最终实现。无论是别人提出的需求,还是自己发现的改善点,我在工作中,都是按照这个思路做的,我想这个思路也同样适用于他人的创新工作。

在工作之余,还要多阅读、多学习、多开阔眼界,了解其他人的做法,借鉴到自己的工作中来,这样才能不断推陈出新。

做创新要有一颗坚持的心,愚公移山的故事大家都知道,他坚信只要坚持不懈,终有一天能把大山移走。不积硅步,无以至千里,不要怕自己的能力小,只要一点一滴的去改善,终有一天,我们定能改变这个世界。

最后,我想告诉大家,人在父母身旁,感觉有依靠,同样、员工在公司里,也感觉有依靠。作为公司的员工,要怀着感恩的心,静下心来,沉下身去,心无杂念的去努力工作,不断改善,不断提高,公司也会给你更多的依靠。

感谢公司让我依靠!

谢谢大家!

优秀员工代表唐慧

尊敬的祁总,各位领导,各位同事:

大家,下午好!今天很荣幸能够站在这里,回首过去的一年,感谢和我一起并肩作战的团队中所有兄弟姐妹对我的理解和支持;感谢各级领导在工作中给我的帮助和指导;更感谢公司搭建这个平台,让我们有机会发挥自己的价值,并在这个平台上得以成长。荣誉不仅仅属于我一个人,而属于我们 66 度乃至整个十里香团队。

进入 66 度团队三年时间,我见证了 66 度一点一滴的进步,就像是见证一个孩子的成长:从无到有,从没人认可到慢慢被了解、被关注、被喜欢……这个过程漫长且煎熬,也正是这份长久的陪伴和挂念,让我对这个产品充满了感情,对这份工作充满了无限的力量。三年时间,我也见证了自己的成长与坚强:从不会开车、不敢见客户、不知道要如何完成销售任务……到能开车、敢说话,敢于向更高的销售目标发起挑战……而串联起这一切的,是无数个忙碌的日夜,不知道有多少次自己一个人开夜车回家,有多少次被客户不理解和拒绝的离开后一个人掉眼泪,有多少次被孩子抱怨妈妈太忙。我深深的感受到,做一个好的销售人,不容易。做一个好的女销售人,更不容易。但是,正是因为在艰难困苦中走了过来,我才会倍加珍惜现在拥有的一切,才会更懂得感恩,感恩同事、感恩公司、感恩家人、感恩客户,感恩每一个帮助过和支持过我的人。

论年龄,我可能比很多销售上的同事都要大;论资历,我可能又比很多销售上的同事都要短。今天,我能站在这里,我觉得是公司以及大家对我的厚爱,我很荣幸。除了感谢,我更想通过自己的经历与成长告诉销售上的每一个兄弟姐妹,告诉公司的每一位同事:拥抱变化,迎难而上,只要我们心中有希望,未来的路上就会有亮光。也正如我们的誓词所说的,愿我们每一位十里香人全力以赴,挑战自我,团结拼搏,永争第一。我相信 2018 年,十里香必胜,我们的明天必然会更好。

感谢大家!

董事长特别奖代表李新

各位领导、同事们

下午好!

我是泊头公司大餐厅李新。

感谢公司给了我这么高的荣誉,同时感谢祁总对我的支持,感谢宁总、孟总、郭部长对我们大餐厅的工作指导和帮助。感谢我的团队和所有同事们的支持与厚爱。

2017 年,我们餐厅作为公司薪酬改革的试点班组,我们的薪酬由固定工资变革为以服务员工的数量进行核算。在变革初期,我们感到迷茫和不适应,有抵触情绪,改变了已往的工作模式,感觉到变革没有为我们带来好处和收益。多次向领导反应运行的实际情况,在领导的帮扶和指导下,经过四个月的运行,我们初步摸索出其中的规律,在保证餐厅的环境卫生,菜品质量花样的前提下,也及时根据生产任务的变化及时调整餐厅人员和工作内容。薪资也由月度核算精细到每天核算,极大的提高了工作效率和调动了员工的积极性。

在已往的工作中餐厅工作太过于平庸,主管一直在开导、鼓励我们增加工作变革亮点来服务就餐人员,带领我们由被动工作向主动工作转变,为我们指明了一条新的思路——以服务、方便员工的工作生活为主线,及时推出了员工家庭餐饮菜品,都是大家比较喜欢的,如饺子馅,我们把馅调配好,面和好装盒,还有猪蹄、炸藕夹、包粽子、烧牛肉等多种菜品,使员工下班回到家里稍微加工就便于食用,缓解一天的疲劳。在刚实施外卖菜品时,我们也同样遇到了困难,但每当面对困难时公司领导和同事及时帮我们解决和指明思路,我们一点点去探索,边学、边干、边问,我们的工作思路也越来越宽广,餐饮特色、品种也越来越丰富。受到了领导和同事们的认可。

创新、变革的路上总是充满荆棘和坎坷的,但是我们不能退缩,挺过来就是胜利!过去的一年已经成为过去,2018 年才是我们奋发图强的一年,在新的一年我们将面临新形势即充满挑战,更催人奋进,在以后的工作中,我和我的团队将更加严格的要求自己,将这份荣誉化为我们的工作动力,用更加优异的成绩回报公司领导、同事们的关心、支持和厚爱!

谢谢大家!

▲4 月 7 日上午,公司在沧州十里香大厦报告厅召开行政管理人员扩大会议,祁总发表“抓住机遇,不负时代,无愧于人生!”主题讲话,对新财年的工作进行了部署。

▲4 月 20 日上午,泰山管理学院院长马方先生莅临十里香,考察指导十里香工业旅游的发展工作。游览结束后,马方院长表示:十里香的工业旅在一些细节能够让顾客出乎预料,强化了顾客的现场体验感。

图片新闻

▼4 月 14 日上午,办公室组织公司所有驻大厦人员召开《十里香大厦文明公约》宣贯会,旨在规范大厦管理秩序,创造安全、卫生、文明的工作环境。自《公约》发布以来,得到了驻十里香大厦各单位的响应和支持,并分别对各自办公人员进行解读和宣贯。

▼4 月 25 日,《谈博士·认知战》学员一行莅临十里香游学交流。来自全国各地的企业家朋友围绕“品牌建设”、“公关与定位”、十里香“企业战略积分管理系统”等专题进行分享交流。

诗二首

文/韩恩纯

梨园

谁遣春官云碎揉?雪涛二月卷平畴。
虬盘苍干临风醉,蝶吻玉腮含露羞。
银海红裙梅数点,彩屏笑靥影双俦。
武陵果是好留客,诗满行囊不肯收。

暮春

依然莺唱远云浮,绿暗红稀蝶未逐。
无寄东风催旧瓣,有情细雨润新竹。
金樽当是醉留醒,阆苑奈何盛孕枯。
春长春消千古事,潇湘莫倚葬花锄。