

# 厂商携手同创跨越赶超发展新纪元

前三”取得阶段性胜利……所有这一切,都将永远镌刻在泸州老窖发展的里程碑上,载入史册并荣耀后世!而这一切,都和我们的经销商客户“十四五”战略规划新的指引下,广大经销商始终保持着对泸州老窖的绝对信任和绝对信心,矢志与泸州老窖携手并肩、荣耀共存,向着浓



## 同舟共进 20 年,我与泸州老窖一路同行

——富顺县东城酒业经营部总经理 易平

文/李蕴峰

易平,1960年生人,1981年从部队退伍后,便涉足日用百货领域的销售工作,多年来,在销售市场的摸爬滚打,使他积累了丰沛的营销经验。1998年,易平开始从事酒水营销工作,起步之初就与泸州老窖合作,成为了最早一批与泸州老窖建立合作关系的个体经营户。公司五大战略单品的销售业务他都先后接手,五大单品的历史荣光他也是一见证。

从2010年开始,易平成为了泸州老窖特曲经销商,专注于富顺县特曲类产品的经营,十年来取得了销售额稳定而持续高增长的态势,谈及取得如此骄人业绩的原因,易平从泸州老窖公司层面及自身层面进行了分析。

首先在公司层面,易平认为,泸州老窖特曲类产品“浓香正宗”根深蒂固的概念很早以前就在富顺消费者人群中深入人心,潜在消费者相对比较固定。特别是2019年第十代特曲的更新换代更是引领了产品销量新一轮猛增的热潮。

1915年,泸州老窖酒传统酿制技艺第十五代传承人温筱泉携陶罐装的温永盛“三百年泸州大曲酒”(泸州老窖特曲前身)远赴旧金山,一举夺得巴拿马太平洋万国博览会金奖。自此,泸州老窖特曲带着“唯一蝉联五届‘中国名酒’称号的浓香型白酒”的金色荣耀,历经“豫记/筱记、白塔牌、工农牌、泸州牌”品牌变迁,“陶罐装、圆柱瓶、陶瓷瓶、白方瓶、刀币瓶”瓶型变化一路走来,在变化的时代中永葆不变的品质。

而今,为了适应时代需要,为了满足消费者的需求,泸州老窖特曲第十代产品对体验、品质、防伪进行了三重升级。在体验方面——瓶盒开启方式升级:力度适中、操作简单;礼盒尺寸升级:单手即握、携带方便;产品外观升级:档次提升、送礼适宜。在防伪方面——采用行业领先科技孔粒防伪,杜绝假货仿冒;一体化礼盒,破坏式开启结构,无法还原;身份唯一,手机扫码,图片对比,立辨真伪;构建多级关联,实现安全屏障。在品质方面——泸州老窖特曲由历经690余年、23代传承人的泸州老窖酒传统酿制技艺酿造而成,具有纯正浓香口感,第

十代产品严选原酒,酒体更加醇和、清冽、甘爽,品质更优,口感更舒适。

可以说,全新升级的第十代泸州老窖特曲,以人为先,优化设计,为消费者带来了更好的消费体验。

在经销商自身建设方面,易平谈道,近些年来取得如此高的销量很重要的原因在于实现了控盘分利的权利下放。前些年,东城酒业经营部下属有20余个散落在县城、乡镇、村落的比较大的分销客户,受分销客户点多面散、距离县城较远等不利因素的影响,原有“集中控盘”模式的弊端愈发凸显,近些年来,通过变革分销模式,将控盘分利的权利下放给各分销客户,让他们自主操控、管理,而自己则主要做好后勤保障和客勤维护工作。这一经营模式的变革极大地提升了分销客户经营的自主权。这是取得高销售业绩的内在原因!

今年虽受新冠疫情影响,但在公司团购和宴席政策的支持下,市场逐渐回暖。同舟共进20年,几度风雨、几度春秋?风霜雪雨搏激流!我们期待易平和他的团队一道携手泸州老窖坚定不移地走下去,“厂商连心、其利断金”,共创新的伟大奇迹!



## 做酒如做人,稳扎稳打,厚积薄发

——河北邢台恒谷商贸有限公司总经理 毛金果

文/赵明利

邢台恒谷商贸有限公司的董事长韩平、总经理毛金果是两位巾帼女将,她们与泸州老窖结缘多年,在其带动下,国窖1573销量实现破亿,百年泸州老窖窖龄酒系列逐年稳步增长,本文有幸采访到邢台恒谷商贸有限公司总经理毛金果,讲述她与泸州老窖的情缘,以及在白酒经营方面的心得。

1978年,毛金果考上邢台本地有名的财贸学校。毕业后,向往商务工作的她被分配到了商务局系统,在这个体系内,毛金果逐渐对酒类品牌有了些了解。

“泸州老窖是老牌四大名酒,那时我就知道它的实力和名气”,对泸州老窖的好印象在毛金果脑海中深深扎下了根,以至于30年后的2012年,在白酒品牌如云的市场环境中,她毫不犹豫地选择经营泸州老窖的产品。

邢台恒谷商贸有限公司的董事长韩平早在2009年就开始经营国窖1573,为进一步提升国窖1573在邢台市场的份额,2015年,在泸州老窖公司的推动下,韩平与毛金果两位巾帼女将一拍即合,整合资源,强强联合,成立了邢台恒谷商贸有限公

司,专注经营国窖1573和百年泸州老窖窖龄酒系列产品。

那时国窖1573在邢台市场的销量停滞不前,很难突破瓶颈,韩平和毛金果充分探讨,重新出发。针对高端品牌国窖1573,韩平在运营和管理上经验丰富,是老行家。而毛金果则充分发挥自己的人脉资源优势做好圈层打造,特别为国窖1573培育了一批当地的消费意见领袖。成果立竿见影,仅通过一年多的努力,国窖1573的销量便实现翻番。

2016年,泸州老窖与经销商伙伴开启“厂商1+1”模式,实现了更加专业化、力度更大的管理和经营。“我和韩总集中精力做好团购拉动、圈层打造以及市场氛围的培育,而厂家专业团队则做好渠道建设和管理”,这让国窖1573的销量在邢台市场有了突飞猛进的增长。

“前提还是基于国窖1573自身的品牌实力”,这也是毛金果坚定选择与泸州老窖同行的原因。对于市场问题较复杂的百年泸州老窖窖龄酒系列产品,韩平和毛金果则采取了更为稳健的市场策略。

对厂家团队信任授权,由其进行市场推进,把市场上的窖龄酒低价货全部收回,稳定市场价格;以经销商自营为核心,有重点、有目标地开展团购

渠道的开拓,充分利用多年积累下来的企业圈层、政务圈层、地产圈层等资源,带动圈层对窖龄酒消费营造和口碑传播;通过短途游、精英俱乐部、品鉴会、消费者赠饮等活动,与消费者积极互动,精心培育消费意见领袖;同时,充分利用宴席拉动,在邢台高端酒店,借助婚宴、寿宴等,实现大范围的带动效应。

厂商同心,没有攻不下的难题。百年泸州老窖窖龄酒在邢台市场的销量从2016年至2019年创下新高,保持了稳健的良性增长态势。

“不能急于求成,基础打好了,销量一步一步就上来了”,这正如窖龄酒本身的品质——时间会给人以回报,一年更比一年好。

2020年是特殊的一年,在疫情之下,泸州老窖心系合作伙伴和消费者,为全国广大客户送去了防疫物资,始终与合作伙伴共进退。

“国窖1573已破百亿,我相信进入200亿阶段也不在话下”;“做酒如做人,我们有把握把窖龄酒做好,循序渐进、踏踏实实、厚积薄发”……

这是泸州老窖优秀经销商代表邢台恒谷商贸有限公司的心声,这也是泸州老窖广大经销商朋友的信念所在!