

迈“千亿泸州老窖”新征程

泸州老窖国窖公司浙江片区

战略引领定航向 精耕细作拓市场

文/肖桂兰



上有天堂，下有苏杭，浙江作为地处长三角地区的经济强省，当地有黄酒和红酒品牌，由于经济发达包容性强，各名酒品牌都将其视为产品全国布局的重点市场之一，竞争开放且异常激烈。

早在2017年，国窖1573就已提出“东进南图”的战略方针及“长三角”发展线路，将江浙沪作为核心，于华东进行板块化突破。

浙江作为华东的战略要地，是销售突围的重点区域。面对激烈的市场竞争局面，国窖浙江片区携手经销商合作伙伴，抢抓机遇，乘势而上，以深耕渠道和消费者建设的“双124工程”为抓手，不断增强渠道推荐力和消费者拉力，用优质品牌活动和高品质服务，提升了消费者对于国窖品牌的满意度、美誉度和忠诚度。

2021年，国窖浙江片区销售额实现同比增长60%+，终端门店等合作伙伴数量同比增长30%+，核心消费者数量同比增长超过100%，增长速度显著，

实现了国窖1573在浙江市场上的新突破，杭州、宁波、温州、绍兴等重点市场发展势头良好……

谈及国窖浙江片区取得的系列成绩，泸州老窖国窖酒类销售股份有限公司浙江省区经理马龙俊谈到，这些主要得益于公司整体战略和策略的指引，同时依靠片区团队坚定执行，在市场推进、资源匹配和活动落地过程中，群策群力集众智，积极听取客户反馈，在坚守公司底线的前提下，结合区域差异性和个性化情况因地制宜，对症下药。

地处东部沿海的浙江，民营经济发达，经商氛围浓厚，根据不同的区域情况，国窖浙江片区综合采用多种合作模式以适应市场发展，如在杭州等城市，采用国窖1573品牌专营公司模式，以品牌方和渠道合作伙伴为支点，充分发挥各自具备的优势资源和影响力，实现相互赋能，达到1+1大于2的效果。

而无论采取什么样的合作模式，都需要销售区域上有一支能打硬仗、高效执行的队伍。在浙江片

区，国窖营销团队有将近百人，平均年龄约31岁，年轻而富有活力。对于如何做好团队管理，赋能营销，国窖浙江省区经理马龙俊用“积极向上，严肃活泼”这简短精炼的八个字进行总结。

“积极向上”，是要求片区团队对公司战略理解到位，群策群力，统一目标，在具体执行过程中，积极主动作为，强化责任心，提高执行力；而“严肃活泼”，则是需要团队既有底线思维、红线意识，在业务层面，对产品的价格、物流、费用等进行严格管控，坚守底线、不碰红线，同时，在市场开拓上，又要能随机应变，积极进取，多向客户学习，全面提高团队的活力和素质，以适应市场的动态变化与调整。

尤其在2020年突如其来的疫情形势下，销售市场面临严峻挑战，国窖浙江片区在这场“抗疫攻坚战”中迅速反应，鼓足勇气和信心，开展几十家企业慰问活动，为抗击疫情雪中送炭，以实际行动支持疫情防控工作，赢得了合作伙伴和广大消费者对国窖1573品牌和团队的认可与信赖。

品牌，是一种态度，而团队，则是一种力量。在市场竞争关系中，国窖浙江片区坚持以务实的工作作风，承接执行公司品牌发展战略，上下同欲做好自己，在团队人才培养上，充分发挥成员的优势长处，以结果为导向，做好过程管理，紧跟公司发展节奏，撸起袖子加油干，好的结果自然能够水到渠成。

雄关漫道，再启征程。未来，相信国窖浙江片区团队将继续以迎接挑战的底气与实力，再攀高峰的自信与勇气，开创新局的韧劲和闯劲，深耕市场再启新篇，在国窖1573迈向新百亿的征程中砥砺前行！

泸州老窖特曲公司闽南片区

咬定青山不放松，爱拼才会赢

文/谢若兰



这里是宋元时期“海上丝绸之路的起点”，用一艘艘鼓满风帆的大船满载瓷器运往国外；这里是“世界宗教博物馆”，吸收融合着欧洲、印度、南洋等世界各地的文化；这里是清代五口通商口岸，以兼容并包海纳百川的气势打造出古代世界著名通商大港。自古恶劣的环境练就了他们勇于进取、积极开拓敢于冒险的精神，“三分天注定，七分靠打拼”“爱拼才会赢”是他们生动的写照；远离乡土向海谋生的生活方式塑造了他们重乡崇祖、追溯历史沿袭习俗的乡土观念。

闽南，一个兼容并蓄又特立独行的地方。

作为一个与海外有着密切联系的区域，因疫情原因，2021年的特曲闽南片区面临着更大的挑战。面对挑战，特曲闽南片区上下一心，通过大量的市场调研，详细分析闽南地域文化、消费差异化，制定了“团购第一、宴席第二”的产品定位。对于市场，团队制定了极为详细的方案：核心市场精耕，分级打造细化区域，对于待突破市场，通过打造“样板”市场，招徕合作经销商，分级管理培育客户；对于消费者，通过“国标鉴赏会”“中秋国庆浪潮计划”等活动，扩大品牌影响力，借助开展宴席活动，2021年培育消费者近37万余人。最终以“咬定青山不放松”迎难而上而

上的坚韧劲，在市场竞争激烈的闽南片区，走出一条血路，2021年特曲闽南片区销售净收入同比增长104.8%，产品单价提升26.8%，被评为2021年泸州老窖销售相关的核心合作伙伴先进片区之一。

作为特曲闽南片区的片区经理，多年来在销售一线的千锤百炼，吕德龙积累了丰富的营销实战经验。同时作为市场营销专业的营销战士，加上公司“狼三期”、“特曲公司指挥者”等相关培训，吕德龙营销结构化知识体系也逐步完备，营销实践与理论的完美结合，充分体现在其带领团队“攻城拔寨”中。

针对闽南地区浓厚的宗亲文化、宴席需求量大大的特点，闽南团队制定出“宴席、团购双轮驱动”的营销策略，通过赞助各地宗族委员会换届选举、体育赛事等事件营销，2021年共开展宴席2045场，差异化竞争策略得到完美印证。

泸州老窖特曲，百年经典，十代传承：从1915年美国旧金山“巴拿马太平洋万国博览会”荣耀世界，再到新中国成立后蝉联历届“中国名酒”称号，从“浓香鼻祖”到中国酒界“黄埔军校”，泸州老窖特曲映照了中国白酒酿制技艺深厚的文化底蕴，与闽南地区独特悠久的闽南文化、勇于进取的精神气质相得益彰。

2022年是公司“十四五”规划的第三年，也是十代特曲上市福建的第三年，三年磨一剑，对于接下来的工作，特曲闽南片区团队信心满满，早已制定了科学详实的市场规划，今日长缨在手，只为放手一搏！