

# 前三 | 战略进攻关键战役打响



访大同中钰酒业有限责任公司董事长 雷雁芳

## 谁敢横刀立马，唯我巾帼英雄

文/温佳璐

古人语“三十而立”。1994年，30多岁的雷雁芳因为遭受不平，毅然辞去大同供电局中层干部

的职位。在周围人惊讶的目光中，雷雁芳踏上经商之路。雷雁芳一开始从经营本地啤酒品牌开始，后来主营产品逐步扩大至牛奶、软饮等。直到2004年，机缘巧合之下试水开拓白酒业务，而这初次合作便选择了国窖1573。

彼时，国窖1573上市未久，市场亟待破冰。回忆起结缘往事，或许是因为雷雁芳本身有经营高端啤酒的经验，当地的片区经理找到了她，邀请她去到泸州参与名酒节（酒博会前身）。在这个被称作“酒城”的浓香型白酒原产地，雷雁芳切身感受到国宝窖池独一无二的酿造魅力，当场拍板签订了合同，用她的话来说：“毕竟是女性，我就是感性觉得这个酒好、特别好。”

第一批货是2004年8月运送到大同，可是问题也伴随而来。大同当地人认为泸州老窖是曲酒，一时难以接受，但是天才永远都不会被埋没！“国窖1573的外包装金光璀璨，当地没有同类竞品，所以我们抓住这点营销策略，加上酒质好、口感好，同时不断向消费者科普曲酒和高粱酒并不冲突的白酒知识，慢慢撬动了当地市场”，雷雁芳回忆道。

雷雁芳自经营白酒业务起，一直都只与泸州老窖合作，“因为国窖做成功了，大大小小的酒企都跑来找我，但我一概不接，就是要全力以赴把国窖做成当地任何高端酒都超越不了的品牌。”

2013年，白酒行业面临颠覆性调整，市场持续低迷。为扶持合作伙伴，泸州老窖总公司制定了2012年后的货物按原出厂价回收的政策。为了进一步缓解终端库存，顶着压力，雷雁芳给下游的客户制定了按出厂价回收2011年后货物的政策。正因如此，一炮打响了伟鹏酒业（其注册商标为“伟鹏酒业”，中钰公司是泸州老窖品牌专营公司）在当地的知名度。敢于下这样的决策，也是因为雷雁芳认可泸州老窖的品质，知晓白酒储存没有时间限制，反而年份越长越好的特质。

女性天生被赋予了无穷的创造力，对直觉更加敏感。对于商业女性而言，升华的自我认识让她们睁开慧眼，燃烧着比男性更加专诚如一的熊熊烈火。所以雷雁芳总是将国窖形容为自己养育的小孩。即使身处逆境，雷雁芳也表示从未想过放弃，“毕竟是一手带大的孩子，让我放弃？我不愿意”。直到2015年，行业渐渐好转，许多人事后反问她们成功的秘诀，雷雁芳总是回答：“我老说成功不是你比别人多聪明，而是你比别人多坚持了一下。”

创立至今，雷雁芳交出了出彩的答卷——先后荣获中国酒类流通协会授予的“诚信企业”、山西省的“守合同重信用单位”“酒类行业批发50强”

等称号。

“我之前没做过白酒，但是通过经营国窖，让我学会了更多”。让国窖产品在当地市场从0起步，2020年，国窖1573单品年销售额超1亿，2021年增幅60%，因此，泸州老窖总公司授予中钰公司“2021年度战略功勋奖”称号，这尤其令不少在清香型白酒大本营的北方酒企感到不可思议。现在人们一谈起国窖，会知道大同有个雷雁芳，“我做成了国窖，国窖成全了我。”

对于获得“战略功勋奖”，雷雁芳诚恳地表示，“这个荣誉是公司对我们付出的认可，所以这会让我们更加鞭策自己，要做得更好。”

在男性一直处于主导地位的商界，一位精英女士把事业干到这个地步，有人会觉得是雷雁芳命好，但其实30岁敢出来闯的人没几个，都说性格决定命运。“我一生的幸福都放在卖酒里面，把我所有的青春和梦想，幸福都融人在里边。”

谈到未来计划，雷雁芳表示，将进一步扩大股权激励范围，给中层干部施展的平台；扩大零售店规模和数量，3年之内突破百家；线上线下业务融合新模式，多元化经营拥抱新零售。

领导人的性格特征，落实到企业精神上便成为了“不抛弃、不放弃，永不言败”。在经历了商场征战和生活的多年历练后，她用自己的经历告诉年轻人：不被利益诱惑所左右，不被艰难困苦所阻吓，忠于自我。



访德州市旭日副食品有限公司总经理 姜文涛

## 风雨同行三十年，我与泸州老窖同在

文/李蕴峰

“三十功名尘与土，八千里路云和月。”一路同行，愿有岁月可回首，且以深情共白头。

姜文涛，从1985年开始便涉足食品批发领域的工作，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。1992年，他就与泸州老窖合作，主营特曲、头曲、二曲类产品，成为了最早一批与泸州老窖建立合作关系的糖酒站。提及当初毅然选择泸州老窖的原因，姜文涛说道：“泸州老窖的品牌历史悠久、源远流长，‘中国名酒’的称号从很早以前就在消费者、经销商的心中留下了深深的烙印，加之公司营销团队优良的政策支持、健全的管理体制能够永续保障经销商的核心利益，这也是选择泸州老窖的根本原因。”

1998年，姜文涛联合其他几位股东，成立了德

州市旭日副食品有限公司，专注于德州酒类产品的销售，二十多年来取得了销售额稳定而持续高增长的态势，其公司售卖的泸州老窖产品中，特曲类产品销量最高。

谈及取得如此骄人业绩的原因，姜文涛认为：泸州老窖特曲类产品“浓香正宗”的概念很早以前就在德州消费人群中深入人心，潜在消费者相对比较固定。旭日公司持之以恒地通过每月好几场团购品鉴会、免费品尝活动、买赠活动，品牌文化落地宣传不断培养和壮大消费者群体。这些亲民化的市场动作唤醒了德州热土上广大白酒爱好者对泸州老窖特曲类产品的集体归属感和认同感，从而达到了营造良好市场氛围的目的。其次，泸州老窖特曲的品质有绝对的保障，且口感绝佳，能够满足广大消费者对高品质白酒的味蕾需求。特别是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。

再者，他认为：泸州老窖作为一家国有骨干酿酒

企业，始终坚持厂商协同发展，始终坚持“依靠客户、信任客户、服务客户、成就客户”的基本原则，牢固树立“客户就是团队”的理念，一直把切实维护经销商客户的利益放在关键位置。在“富商、扶商、护商”三商计划的引领下，督促各级团队进一步强化客户利润管理，强化产品价格体系和渠道利润空间的整体设计和规划，坚决实现顺价溢价，常态化开展经销商和终端客户利润指标监测、评估和考核，坚决保障并持续提升客户利润水平。这些“客户至上”的方针政策最大限度切实维护了经销商的切身利益。“我们愿意与泸州老窖一道而行。”

同舟共进三十年，初心不改、矢志不渝、峥嵘岁月、何惧风流！“桃李春风一杯酒，江湖夜雨十年灯。”我们期待姜文涛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”，创造财富、收获效益，把握新的历史机遇，共创新的伟大奇迹！