勇毅前行新跨越

携手谱写高质量发展新篇章

整理/董洪良

打赢“十四五”攻坚战？刘淼强调，泸州老窖要强化乐观、拼抢、创新、团结的“四种精神”，牢牢把握乘势而上的历史机遇，全面推进“七大行动”。

一是全面推进流量赋能行动。泸州老窖坚定不移全面以消费者为中心，深入推进“消费者124”工程，构建圈层、拼抢流量、制胜未来。积极构建新媒体矩阵，广辟线上流量入口，将在三年内汇聚起巨大当量的消费者数据；继续深挖线下流量，尤其要帮助广大合作伙伴拓展好、维护好消费者资源，使之转化成泸州老窖销售增长的坚实力量。

二是全面推进公关赋能行动。构建公司总部级、销售公司级、销售单元级立体公关体系，形成既各负其责又相互协同的公关工作新格局；将首先从公司级公关体系开始，在集团和股份整合部门、整合人员、整合资源，将公关体系建设成为一支引领销售、支撑销售的强大作战部队；将建立有效平台和抓手，大力加强各类共建活动，增强与消费意见领袖的互动，形成极核扩散传导效应。

三是全面推进渠道赋能行动。将全面深化市场分类，全力拼抢高地市场，形成全国性高地市场、城市群高地市场和区域性高地市场联动发展的格局，形成不同梯次的影响力中心。全面加强价盘管控，尤其要发挥市场督查、费用稽核和数智手段等作用，以保持价格刚性、物流良性。同时，全面深化客户分级、全面提升渠道利润，不断创新商业模式，构建泸州老窖与广大合作伙伴的命运共同体。

四是全面推进文化赋能行动。紧紧围绕打造“世界白酒朝圣之地”，加快形成酒城泸州和泸州老窖“窖洞园坊，江舟山港”的特色文化旅游名片。重点以澳网、冰雪运动等重大国际赛事增强泸州老窖的曝光量，以文化IP活动来抢占标志性点位。同时，要增强企业文化、品牌资源、产品话术等梳理和第一性、唯一性、故事性强调，形成更具吸引力、更有竞争性的品牌文化。

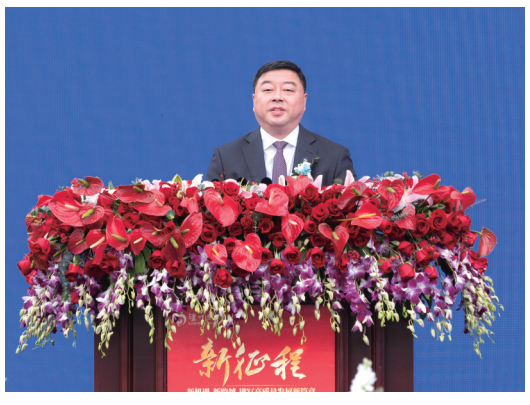
五是全面推进数智赋能行动。泸州老窖全面推进“一设五化五通工程”，做好数智化顶层架构规划设计，构建起战略承接、战术落地、全面协同的数智管理体系。推进产品数字化、消费者数字化、渠道客户数字化、员工和组织数字化、财业务数字化等升级，实现营销、生产、管理的全面数智化改造。推进订单流、资金流、信息流、物流和行政流的“五流贯通”整合工作，形成高效畅通的跨体系、跨部门、跨单位协同机制。通过“数智泸州老窖”建设，构建起围绕销售、支撑销售、赋能销售的全链条驱动体系。

六是全面推进人才赋能行动。泸州老窖将系统、持久、深入地推进人才体系建设，加快销售体系营销人才、公关人才、品推人才、数智人才、海外人才等各职族体系人才队伍建设和知识体系建设，形成陆、空、天、海“四军协同”的良好人才势能，为销售扩张、区域裂变、模式复制、战术推广形成强有力支撑。

七是全面推进总部赋能行动。“优势叠加、协同发展”，集团及股份公司班子成员要实行分区负责制，主动响应销售及公关需求，经常深入销售一线，广泛开展消费建设、联系客户、激励团队、调查研究等工作；要大力实施管理改革和创新，以提升工作效能为中心向一线授权赋能，形成总部与基层、后端与前端高效沟通和无缝对接的响应机制。

刘淼表示，未来三年，泸州老窖将继续锚定“十四五”战略目标，在良性发展基础上能跑多快跑多快，全面完成“十四五”战略规划。

“八个坚持”助力高质量发展



2023年是泸州老窖的战略机遇期，也是高质量发展之年。会上，泸州老窖股份有限公司党委副书记、总经理林锋提出以“八个坚持”全面推动高质量营销，全力提供高质量服务。

第一，坚持更上台阶的全过程质量管理，坚持扩充公司优质产能。货架期管理进一步延伸到头曲品牌；坚定恪守纯粮酿造，所有主序列大单品都必须纯粮，并且工艺必须是传统浓香白酒。坚持基于全面质量观的全产业链管理，确保从农田到餐桌的质量安全。

第二，坚持提升品牌价值与产品市值，聚焦资源实现协同发力。坚持“双品牌、三品系、大单品”，实施品牌化运作和市值管理。国窖1573保持高端市场“三分天下有其一”，顺势而为再提升。继续拉高泸州老窖品牌地位，用名酒的质量与价格实现定位回归。

第三，坚持走国际化之路和立体传播，打造更年轻更时尚产品。继续整合国际国内顶级传播资源，促进公司品牌与国际品牌理念接轨，举办首届“窖主节”和“浓香中国节”，建设“流动的博物馆”，让公司品牌与消费者形成互动。塑造与国际烈酒文化融合、符合全球主流审美标准的新式白酒，提升传统白酒的外在颜值，让年轻消费者喝到想要喝、愿意喝的酒。

第四，坚持年轻人为年轻人服务战略，以年轻的营销公司班子为中心，推动全国人才队伍建设。鼓励各体系青年员工走上前线，促进思想、知识与技能的迭代，培养更多将帅之才与兵王骨干。

第五，新增经销商客户分级考核，优化客户盈利与控盘能力。把与消费者共赢、与客户共赢、与终端共赢、与团队共赢作为标准，明确经销商的权责利，与客户做好分工、实现互利。

第六，坚持以消费者实际需求为导向，靠高质量服务创造价值。执行“消费者满意”战略，将各地营销服务中心升级为区域品牌服务中心。持续推进消费者“124工程”，直面消费者、服务消费者，让消费者在文化体验、精神体验中加深“品牌记忆”。

第七，坚持推动数字转型与管理赋能，在消费者精细运营中提升效率、减化流程。坚决开展知识产权保护和市场秩序维护，对销售团队实施约束性绩效考核，切实维护客户和消费者的合法权益。

第八，坚持构建和谐共生的商业生态，维护白酒市场良性健康。继续深化与全国商会、商帮交流合作，不断扩大跨界合作广度、深度。开展“名企对话、举杯共赢”全国名企交流活动，推动国窖荟、群英荟、精英荟等会员俱乐部的建设运营，不断提升泸州老窖生态圈质量。

>>>

踔厉奋发新征程，勇毅前行新跨越。站在新的历史起点上，泸州老窖已经具备了决胜“十四五”、再攀新高峰的雄厚实力。展望未来，泸州老窖将自信自强，牢牢把握机遇、锐意进取，用实际行动奋力书写赶超跨越、突破发展的华丽新篇章。