

茅台白金酒创造营销神话

成2010年春季全国糖酒会最大亮点

2010年3月的焦点注定属于成都，又是一届春季糖酒会将在这里隆重举行。茅台白金酒凭借茅台品牌、国酒品质、优雅品位、调养理念成为消费者越来越喜爱的健康新星，并在2010年春季糖酒会上成为全场最大亮点。

茅台白金酒创造营销神话

2009年8月9日，茅台白金酒上市新闻发布会在人民大会堂成功举行，第二天，茅台股票便上升了5个百分点，市值增加100多个亿。不到半年的时间，茅台白金酒以河南为样板市场，迅速拓展河北、天津、山东、山西、陕西、辽宁、江苏、内蒙、安徽等10多个省市并一炮而红，平均动销率达67.5%，最高达90%！短短几个月时间取得的成就如此之大，这在业内是绝无仅有的。茅台白金酒被认为是营销行业的传奇，被酒行业专家誉为：“营销神话”。为此，笔者就茅台白金酒的营销案例进行了深入调查。

中国保健酒市场预期突破1690亿元人民币

不久前中国酿酒工业协会发布数据，2009年我国酿酒工业整体增长约20%，茅台集团副总经理戴传典表示：国酒茅台2009年销售收入近130亿元，超额完成发展计划，依然保持中国第一高价股、中国酒业第一利税大户和中国酒全利润最高第二个第一。现在保健酒行业每年正以30%的速度高速增长，2009年市场总额突破130亿人民币，继续保持高速增长势头。尽管如此，同世界保健酒人均消费7.5升相比，我国只有0.5升，按国际同等水平计算，当我国人均保健酒消费达到7.5升时，市场总额将突破1690亿元人民币，差距之大折射出我国保健酒行业仍然具有巨大发展潜力。茅台集团适时进入，可以说是千载难逢的重大战略机遇。

茅台白金酒抢占先机步步为营

2009年8月9日，茅台集团白金酒上市新闻发布会在北京人民大会堂举行，19日河南样板市场的招商峰会受到了经销商热捧。国庆中秋期间白金酒最高日销量突破5000瓶，10月11日全国秋季糖酒会（郑州）上，接待各地经销商逾10000余人、签约2个多亿、首批进货超1个亿，成为糖酒会

最大的亮点。

此后茅台白金酒迅速进军各战略市场，10月底进驻苏皖，在江苏市场很快就超过了主要竞品销售额，11月河北招商会，200多经销商冒着石家庄54年来最大的雪参加盛会，同日，山东招商会上白金酒更是得到了战略伙伴的热情响应，首次进货突破3500万，2个月山东销售突破6000万元，涌现出茅台白金酒第一个地方级千万级经销商，同样远远超过主要竞品；此外，内蒙、陕西、山西、辽宁、天津、宁夏招商工作同样取得较大成功。

茅台白金酒礼品保健酒市场一炮而红

对于酒水行业，春节是整个行业的最大销售旺季，茅台白金酒自然不能错过这一白金季节。年关临近，白酒行业各大品牌酒类均出现涨价现象，然而在2009年12月茅台白金酒媒体答谢会上，茅台集团保健酒业有限公司董事长张城宣布：“茅台白金酒，春节不涨价”！这个好消息无疑给茅台白金酒的新春劲销带来更大的动力。

2010年1月23日开始，茅台白金酒在所有战略市场统一执行“新春大礼包”动销活动，全面拉动销售。最终以全国平均动销率达67.5%以上，最高达90%的销售业绩领跑整个春节酒水市场。市场终端除35度单支外，其它品种全部脱销，茅台白金酒一炮而红！

随后，茅台白金酒凭借共同酒品质、优雅口感及其科学的营销模式一举荣获“中国保健酒行业消费者最喜爱首选品牌”、“中国保健酒行业最具影响力品牌”、“中国保健酒行业品牌建设年度人物”、“中国酒业十大潜力新品”、“最受商旅精英欢迎的保健酒品牌”及2010“第二届中国酒业营销金鹰奖之中国酒业潜力新品”和“中国酒业创新竞争力品牌”七项荣誉大奖。这预示着茅台白金酒的未来将更加辉煌！

茅台白金酒——商业模式的成功

2010年3月5日，历经春节的胜利战役之后，茅台集团保健酒业有限公司举行了茅台白金酒经销商嘉年华和全国营销大会。总结经验，展望未来，同时表彰了许多优秀的经销商并

对2010年的发展方向制定了长期规划。茅台集团保健酒业有限公司董事长张城表示：“2009年，茅台白金酒除河南样板市场外，山东、河北、天津、江苏、安徽、辽宁、陕西、山西、内蒙、江西九江等市场，都是在接近年底的时候才正式铺货进行市场建设，就是在这短短的两个月中，我们完成了广告投放、渠道拓展、人员培训、制度建设等一系列战前准备工作，并在最短的时间内策划、执行了茅台白金酒新春大礼包促销活动，获得了经销商朋友的欢迎，也获得了消费者的欢迎。有评论认为茅台白金酒创造了中国酒类营销的奇迹，短短几个月动销率就超过67.5%，这不仅有力的证明了茅台白金酒商业模式的成功，同时也证明了具有1000亿潜力的中国保健酒市场‘钱’景无限。”

4.5亿广告全力出击2010全国保健酒市场

2010年第82届春季糖酒会上，去年8月高调亮相郑州糖酒会的茅台白金酒此番又有新举动：它借亮相蓉城的机会，拉开进军全国市场的帷幕，正式宣布全面进军中国中高端保健酒市场。对此，清华大学EMBA工商管理硕士、美国哥伦比亚大学经济学博士、茅台集团高级营销顾问秦芳新表示：“茅台白金酒要深化战术，强化执行，规范管理，打造中国中高端保健酒领军品牌；打造中国最具影响力的营销团队；打造中国中高端保健酒最大营销网络；打造中国健康礼品最大连锁。”并承诺“茅台酒厂又增加了两条生产线用于白金酒的生产，我们在进军全国市场的同时依然要保证四点，即让消费者喝到茅台酿造的健康美酒，让经销商赚钱，让企业得到发展，让我们的员工也分享到财富。我们将在两年内建立20万个终端，在三年内建立600个白金酒礼行！”

据悉茅台白金酒从2010年3月到2011年2月将继续投入4.5亿元广告，通过央视、卫视、地方频道的持续投放，新开发市场将按河南、山东等样板市场的投放力度，选择当地报纸、广播、网络、户外等多种形式广告的科学组合，结合体验式营销及多种促销方式系统化整合营销，全力将茅台白金酒打造成为中国保健酒行业的领军品牌！



贵州茅台集团

茅台集团 诚聘

企业简介：

中国贵州茅台酒厂有限责任公司是集国家一级企业、国家特大型企业、国家优秀企业（金马奖）、全国质量效益型先进企业于一身的白酒生产企业，并被评为中国“2009年度信誉企业”。

贵州茅台酒厂（集团）保健酒业有限公司，隶属贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司，与茅台共享得天独厚的水源、气候、土壤等自然条件。优越的自然环境，为公司的发展创造了有利条件。经过近30年建设与发展，公司已成为集保健酒、白酒生产于一体的专业酿酒公司。

2009年，贵州茅台酒厂（集团）保健酒业有限公司强势推出为中国人调养健康的保健酒——白金酒，此举是茅台集团全面进军具有1000亿元潜力的中国保健酒市场并立志打造行业领军品牌的标志。2009年8月9日，茅台集团白金酒上市新闻发布会在北京人民大会堂隆重举行。8月中旬，全面启动样板市场河南，并取得了巨大成功。2009年全国秋季糖酒会（郑州），白金酒成为最大亮点。全国各地经销商表现出对白金酒的浓厚兴趣和极大投资热情。在2009年度公司以河南、山东、江苏、安徽、河北、辽宁、北京、天津、贵州、内蒙古、陕西、山西为第一梯队的基基础上，再次加强招聘力度，扩大招聘方向，为此，公司计划于2010年度，将以北京、山东、河南、河北为人才选拔中心，为开发全国市场进一步储备人才。为加强营销与管理工作，现面向社会诚聘如下人才：

地级经理 (15名)

- 1、专科以上学历，35岁以下；
- 2、从事快消品行业销售管理工作3年以上；
- 3、熟悉本地区KA渠道、传统渠道、OTC渠道、中高档酒店、团购渠道的开发和管理；
- 4、适应高强度及巨量级工作，可长期驻外。

推广经理 (1名)

- 1、大专以上学历，40岁以下；
- 2、3年以上同岗位工作经验；
- 3、具备较强的语言表达能力，同时具有敏锐把握市场动态、市场方向的能力。

销售助理 (1名)

- 1、从事大中型酒水饮料类或食品行业销售管理工作3年以上；
- 2、正场开拓，组织协调，客户管理能力相对突出；
- 3、具有现代渠道操作经验，执行力较强；
- 4、大专以上学历，年龄35岁以下，形象气质佳。

KA经理 (1名)

- 1、专科以上学历，35岁以下；
- 2、从事快消品行业销售管理工作3年以上；

- 3、熟悉本地区KA渠道、传统渠道、OTC渠道、中高档酒店、团购渠道的开发和管理；
- 4、适应高强度及巨量级工作，可长期驻外。

促销主管 (2名)

- 1、大专以上学历，2年以上同等职位工作经验；
- 2、具备良好的客户意识及业务拓展能力；
- 3、独立工作能力较强，有一定领导能力，良好的团队合作精神。

平面设计师 (1名)

- 1、大专以上学历，35岁以下；
- 2、具有较高的平面设计表现力和创意能力；有全面精通Photoshop、Illustrator、CorelDraw等软件的能力；
- 3、熟练操作包装设计、平面pop设计、报纸广告编排等工作。

行政助理 (4名)

- 1、大专以上学历，形象好、气质佳、女性为主，30岁以下；
- 2、2年以上工作经验；熟悉人事、行政管理、商务管理工作；

- 3、熟悉人事薪酬福利、社保、招聘模块的操作、沟通能力强、责任心强；
- 4、普通话好能接听各类咨询电话，熟练使用各种办公软件，能够分析各类数据。

业务代表 (50名)

- 1、从事过美食快消品行业业务工作2年以上；
- 2、熟悉本地区KA渠道、传统渠道、OTC渠道、中高档酒店渠道、团购渠道，开发经验丰富；
- 3、大专以上学历，30岁以下，形象好、气质佳、普通话标准。

400电话专员 (1名)

- 1、中专以上学历，两年以上相关工作经验，有呼叫中心客服人员工作经验者优先；
- 2、普通话标准，口音清楚，声音甜美，优秀的语言表达能力和沟通能力；
- 3、较强的应变能力、协调能力，能独立处理紧急问题；
- 4、良好的服务意识、耐心和责任心，工作积极主动。