

中国酒鬼酒

酒鬼魅力 品牌赢销



——聚焦“酒鬼酒”荣获2010年度中国酒业品牌影响力奖

2011年3月23日，在成都城市名人酒店举行的“资本影响力——第二届中国酒业高峰论坛暨年度颁奖盛典”大会上，酒鬼酒股份有限公司荣膺“2010年度中国酒业品牌影响力奖”。这不仅是对行业内对于“酒鬼酒”品牌及其所蕴含的巨大品牌价值的积极肯定，同时也是对“酒鬼酒”市场份额不断扩大、资本凝聚力不断加强的充分认可。同时获得这一奖项的还有贵州茅台酒股份有限公司等12家企业。作为特邀嘉宾，酒鬼酒股份有限公司副总经理郝刚还为获得“2010年度中国酒业品牌影响力奖”的部分经销商代表颁奖，其中两位酒鬼酒经销商获此殊荣。此次大会因其规格高、涉及广、影响大而备受各界人士关注，总计有100多家酒企领导、40多家投资机构和200多家经销商代表参加了颁奖盛典，来自全国各地的行业精英们聚首一堂，共论“资本影响力”。中国酿酒工业协会理事长王延才在论坛上发布了主题为《资本影响酒业》的行业报告，著名经济学家、国务院发展研究中心金融研究所副所长巴曙松发表了题为《资本影响未来》的主题演讲。郝总作为五位企业演讲嘉宾之一，应邀在论坛上围绕“资本影响企业”发表了精彩的即席演讲。

“给资本找一个家，这个世界才安宁。”郝总的演讲引起了在场企业家强烈的共鸣，“资本需要实业，实业更需要资本，当资本认真把实业做好的时候，才能开出绚丽的花朵。我希望我们眼前到处鲜花烂漫。”给力的演讲贯穿全场，叫好声不绝于耳，掌声经久不息……



无限河山俊，荣耀酒鬼人

细数近年来酒鬼酒股份有限公司的发展历程和辉煌业绩，点点滴滴都为行业所瞩目，其优异的市场表现，也得到了业界内外的认同，“酒鬼酒”今天能够获此殊荣，亦是当之无愧！在2010年，酒鬼酒股份有限公司开始全面实施“销售服务年”，紧紧围绕“以质量为本、以产品为重点、以销售为龙头、以管理为基础、以企业文化为动力、争创中国酒业一流品牌”的经营思路。在此指导下，公司的经营业绩得以大幅度增长，并创出了公司历史上的最高纪录，成为湘西州重点骨干企业和第一纳税大户。尤为值得骄傲的是，2010年3月，酒鬼酒封坛年份酒获得第二届“中国酒业金爵奖”之“中国酒业潜力新品奖”；同年10月，在上海世博园国际信息发展网馆举行的“中国酒类优秀企业荣誉日”活动中，酒鬼酒荣获了联合国授予的“千年金奖”殊荣，成为中国酒业瞩目的焦点；11月，在“华梅杯”第二届中国酒类品牌价值评议活动中，“酒鬼”的品牌价值再创历史新高，同比提升了10亿元，与茅台、五粮液等同获“中华白酒十大全球代表性品牌”，同时公司被授予“中国白酒申请国家暨世界非物质文化遗产发起人”荣誉称号。这些骄人的成绩是对酒鬼酒全体员工价值创造的肯定，这其中更离不开各级领导的关怀和支持，根据各级领导指示，公司不断整合品牌、突出主打产品，整合各方力量、加大销售力度，准确进行市场定位、突出高端产品，加快企业发展速度、尽力做大做强。在湖南省企业文化论坛大会上，公司荣获了“优秀成果奖”；在湖南省职工技术协会第五次代表大会上，公司职工技协被评为“先进集体”。在公司整体团队获得社会各界肯定的同时，质量管理部经理叶力同志在北京第二届全国白酒品酒职业技能竞赛决赛上，从207名选手中脱颖而出，成为继张勇同志之后第二个获国家级白酒评委资格的员工。同时，在省、州等上级有关部门组织的“争优创先”活动中，公司的多名人员和集体被省总工会授予“湖南省劳动模范”、“五一先锋”、“湖南省工人先锋”等荣誉称号，实现了“不同岗位共荣誉”的公司文化。

精耕细作，品牌制胜

2010年1月，公司以“品酒鬼、看中国、相信品质的力量”为主题的品牌广告，正式在中央电视台《焦点访谈》提要后的第一时段精彩亮相，这是公司有史以来首次以大气势、大视野、大品牌的姿态登陆央视媒体，标志着公司拉开复兴全国市场的序幕。随着公司的资源配置、广告宣传、资金投入进一步向主导、标杆品牌倾斜，向央视、湖南卫视等主流媒体投放，公司品牌形象亦随之得到了极大提升。酒鬼公司近年来一直以国家法律法规为准绳，进一步完善了企业治理制度；以加强内部控制制度建设为主线，进一步完善了内部控制制度；以加强人力资源管理为根本，进一步完善了薪酬考核体系；以加强预算管理为基础，进一步提高了财务管理效能。在如此精耕细作的内部整合条件下，公司党委更加积极地组织各项劳动竞赛，在公司上下掀起了争优创先、争当优秀员工、争当先锋集体的高潮；公司所创办的《天下酒鬼报》成为消费者、经销商、投资者、企业员工的情感纽带；公司酒文化陈列馆、张家界土家风情园“酒鬼酒文化体验馆”成为展示企业和品牌形象的窗口。同时，公司还开展了丰富多彩的文化体育活动，举办了文化艺术节，成立了酒鬼篮球俱乐部、



酒鬼摄影协会、酒鬼合唱队、公司员工电声乐队、锣鼓队和苗鼓队，谱写了企业歌曲，公司员工演艺队伍初具规模，极大增强了企业的凝聚力。公司所取得的一系列辉煌业绩和荣誉，更大力度地叫响了酒鬼酒的名号，在当今酒类市场的品牌竞争中，酒鬼酒必将以其独有的品牌魅力出奇制胜，独占鳌头。

醉后的笔墨：资本是一把双刃剑

在郝总“资本影响企业”的演讲中，他以酒鬼酒的成长历程为案例现身说法，从公司1956年建厂到上世纪80年代酒鬼、湘泉异军突起，从1997年“湘酒鬼”成功上市到后来因资本运作不当和盲目扩张给公司带来损失，从公司前大股东刘虹抽逃资金到中粮集团倾注资本力挽狂澜，从四年前的营业额低值且巨额亏损到现在营业额、净利润巨幅增长……在铿锵有力而饱含激情的字句中，郝总用酒鬼酒的切身经历和极富个性色彩的语言阐述了这样一个道理：资本是一把双刃剑，运用得当，可以让实业走向强大；运用得不好，则会让实业遭受重创。

资本创造品牌，品牌积累资本。酒鬼酒在经过深谋远虑之后，开始了面向全国市场的新布局，不仅在北方建立了营销中心，并且更加着重于加大对营销团队执行力的提升。酒鬼酒展开了一套与科学发展观和消费市场相适应的全新思路，在中国白酒市场高端化所创造的机遇下，酒鬼酒已经为自己开列出了全盘而长远的发展计划。



酒鬼酒股份有限公司
JIUGUI LIQUOR CO., LTD.

地址：湖南省吉首市摆武营酒鬼湘泉城
电话：0743-8312232 传真：0743-8312179
北京办事处电话：010-68330629
联系人：宋先生：13503117993