



金徽 彰显品牌力量

金徽酒业2009年十大瞩目营销事件

盘点2009年的金徽酒业，值得瞩目的事件不胜枚举。多年的积淀，使金徽酒业在过去的这一年里有了长足的发展。作为甘肃省内规模最大、历史最久、产量第一的大型白酒生产企业，打造成酒发展基地，在甘肃白酒行业内树立了一座又一座值得铭记的丰碑。

2009年，金徽的发展书写了一个个传奇，改写了陇酒发展历史，谱写了一篇篇具有里程碑的字迹。我们从精心挑选了10大影响事件。

特约通讯员 叶明
本报记者 李庆芳



和 国建国60 金徽之旅·华东行

1 “金徽”品牌 喜获“中国驰名商标”

“中国驰名商标”是品牌认定的最高荣誉，2008年底，金徽酒业被认定为“中国驰名商标”，而这一殊荣不但对金徽酒业来说是一件喜事，更是对金徽酒业多年来孜孜不倦、精耕细作、辛勤耕耘的回报。同时，也是我省第四个、省内白酒行业第一个获得该认定的企业。自此，标志着金徽酒从誉满陇原，走向驰名中国。

2 学企联姻 塑造一流营销团队

经过2年的学习，金徽酒业与上海交大第一期EMBA培训班学员毕业了。这标志着，金徽酒业的所有中、高

3 层管理人员全面拥有研究生同等学历

这在甘肃白酒行业是首家，在全国也是绝无仅有。为了适应现代化企业运营、管理、发展的需要，公司高层审时度势，与中国著名学府——上海交通大学成立了“上海交大——金徽酒业EMBA培训班”，聘请国内一流营销专家、教授为公司中高层培训，从理论、实践中提高全体营销人员的素质。而这一举措，迅速使金徽酒业在市场中得到提升，先进的理念加之先进的文化，还有每个金徽人忘我奉献的精神和深厚的企业文化底蕴，孕育出金徽酒非凡的营销团队，为金徽酒的成长奠定了人才基础。

4 金徽之旅 万人见证生态酿酒奇迹

金徽之旅，是金徽酒业在甘肃首创的“仁志仁业旅游”模式，是第一家敢于把普通消费者请到企业，见证企业高品质产品生产过程、体验生态酿酒环境。历时6个月的活动，有近万普通消费者走进金徽酒业生态酿酒产业园，经过亲身生态酿酒环境，酒友们真正认识到——只有好的酿酒环境，才能酿出高品质的白酒，而在甘肃只有金徽酒业的生态环境最适合酿酒。而全生态、全过程监督原料采购、储藏、发酵、储酒、灌装过程，更让所有亲历者对金徽酒的品质赞叹不绝。正是金徽酒业有不可比拟的生态环境、制造工艺、文化底蕴，才敢向社会公众毫无保留地展示自己，这也是另一种对社会责任的承担、对消费者的承诺。

5 布局华东 进军全国市场显锋芒

上世纪七八十年代，金徽酒可謂享誉神坛，除了全国大部分地区外，足踏还遍华东东南业。经过全体金徽人不懈的努力，在当今全国白酒市场风起云涌的竞争态势下，金徽酒率先代表甘肃白酒企业走出陇原，迈向全国，承担起甘肃白酒走出陇原的历史重任。此次在华东市场，金徽酒瞄准了中原与晋鲁豫最为激烈的区域，以品质、服务、文化、营销贯穿始终。在短短的3个月时间内，顺利实现了挖渠、入市、专卖店开设、实现销售。在那些林立的市场中迅速开拓了市场，在华东市场中被誉为“西部传奇”。而金徽绝不是昙花一现，依

6 跨越海峡 金徽缔造陇酒传奇

“金徽酒、海峡情”，这是2009年第二届港台经贸论坛中，最为瞩目的明星。金徽酒业经过与港台经贸论坛组委会的长期联络，最终将论坛的主题定在，成为这次论坛的最大主条。这次论坛，金徽酒业改变以往论坛的多、做少的格局，将台湾经济专家直接请到企业、深入市场，让经济专家为企业分析市场，研究市场、把握市场，出谋划策，并为企业的管理人员和经销商代表亲授先进的市场营销经验，使金徽酒业和经销商网络建设同步达到学习共进、经验分享、市场共赢的格局。同时，通过这次论坛由台湾企业家签订了产品销售协议，年内将完成首批赴台产品的准备及在台设立销售、形象机构的描述，并规划2010年在台实现销售过亿的目标。与此同时，金徽酒业在原有海外销售公司的基础上，结合母公司亚特投资在海外的优势网络，设立了金徽酒业新加坡、泰国等地区的销售机构，并成立了“EM酒坊（金徽）”国际连锁机构。金徽酒业的海外发展战略，是金徽酒业大市场开拓的重要步骤，也代表金徽酒跻身中国大酒行列，而其卓越品质和全程生态酿造过程，也是让全国、全世界消费者认可的不争事实。

7 回报社会 坚持发展公益事业

震惊世人的“5.12”大地震，使金徽酒业接受了高达1亿元以上的巨大的损失。然而金徽酒业没有被困难压倒，在巨震受创后，恢复重建的时候还向灾区捐款捐

8 多元发展 开拓甘肃白酒企业新发展

有着千余个世纪历史的金徽酒业，是我省规模最大、环境优雅、历史悠久、产量最大的白酒生产企业。以白酒生产销售为主的金徽酒业，在新工业、新市场、新格局、新思维的引领

9 生态酒园 记忆历史的酒文化博物馆

生态环境和悠久的历史是金徽酒业的骄傲。得天独厚的地理位置和甘肃唯一适合酿酒的生态环境，孕育出闻名数百年的好酒。去过金徽酒业的人都知道，那是一座花园般的工厂，厂区内流水潺潺、青草依依，奇珍植物争芳斗艳，周围山峦叠嶂、云雾缭绕，莆田环廊、厂区四周，犹如江南水乡。2009年，金徽酒业再次对周边生态环境进行优化，同时开辟了生态原料种植基地，将优质的原料种植进行全生态管理，从耕种、采收、贮藏，进行全程生态管控，以保证原料的生态质量。通过这种办法，金徽酒在原料方面也实现了全程生态管理，在甘肃白酒生产企业中率先实现了全程生态管理，与全国名酒站在了同一行列。



10 业绩喜人 跻身全国名酒行列

在甘肃白酒的销售业绩中，过亿元的销售额是大多数白酒企业追求的目标。而金徽酒业在竞争如此激烈的市场中屡创佳绩，书写了一个又一个销售传奇：2006年率先实现了销售过亿元，超过了甘肃白酒企业的亿元大关。在势头迅猛的金徽酒业再接再厉，在2008年实现销售2.4亿，又成为甘肃白酒企业的销售龙头。而2009年10月，金徽酒业超额完成了当年销售任务，突破3亿元大关。全年实现销售3.5亿元，比上年增长59.5%，上缴利润0.68亿元，比上年增长58%。又一次站在了甘肃白酒销售的巅峰。骄人的业绩是和消费者的信赖、支持分不开的，金徽酒业今天的业绩归功于消费者多年来对金徽酒品牌的信任，这是消费者对金徽人最大的赞赏，也激励全体金徽人继续“用心做好酒”，用做好品质的产品回报消费者。

11 作为地产白酒品牌的金徽酒业

从不满足于现在的成就，在甘肃被誉为冬牌、冬酒，并不能代表金徽酒的明天。而这一系列的业绩和外部市场的开拓、成长，也使金徽酒一跃成为全国区域性冬酒，代表甘肃白酒走出了陇原大地，真正演绎了从誉满陇原到驰名全国的白酒传奇。

最新要点链接

虎年开门红，市场频频 各地经销商库存告罄

2010年伊始，金徽酒业在短短一个月内实现年度开门红。各级市场出乎意料地发生“井喷”式增长，增长幅度均超过往年40%，个别地区的增长幅度高达200%。2009年度，金徽酒全年增长幅度明显。12月份，各地经销商为了应对2010年的迅猛增长，已普遍加大了库存。但没有想到的是2010年元月过后，预期的增长变成了现实的井喷，很多经销商的库存几乎是一夜之间被抽空，更在经销商的发还还没进库，就被各个经销商一抢而空。

很多经销商多年的经销商又喜又急，对记了感慨地说：2009年金徽酒比2008年销售增加了80%，今年我们多做了准备，比2009年又增加了80%的春节库存准备，没想到又卖完了。

今年一月份，在经销商普遍增长40%库存基础上，兰州市当月又出现缺口120000余件、临洮缺口12000余件、白银市出现缺口3000余件、临夏出现缺口7000余件、定西缺口10000余件、天水缺口14000余件……据不完全统计，全省一月份销售新增平均达55%，超过金徽酒业和各级经销商的增长预期。

针对这一情况金徽酒业加大了物流以保口市场供应，本地的物流车辆不够，就从陕西、四川、宁夏调车。目前，在金徽酒业的统筹物流下，各市场的缺口已基本得到缓解，同时为预防春节期间的白酒销售再度爆发力，还专门提前做好了应急准备，而各级经销商也普遍再次加大了储备，全力保证消费者在春节期间对金徽酒的消费需求。

