

核心提示:今年,是“泰山”品牌新生60年。从1951年10月1日,中央私营企业局局长薛暮桥核准“泰山”注册生产,到2011年即将实现100万箱,“泰山”承载着60年悠悠岁月风雨沧桑,闪耀着60年中国民族卷烟工业艰苦奋斗的光芒,记录着后来者继往开来踵事增华的业绩! 为了培育好“泰山”品牌,山东烟草工商双方认真按照上级领导有关要求,携手深入

“泰山”品牌文化系列寻访之“品牌发展驱动区域经济”

大地劲书“泰山”情

□ 继信 文龙

作为中国东部沿海经济大省,山东是全国最早实施名牌战略的省市之一。特别是近几年,按照“壮大一批支柱产业、发展一批大型企业集团、培育一批知名品牌”的发展思路,全省各地、各行业大力实施品牌战略,许多品牌从无到有、从小到大、从弱到强,不断构建起有着鲜明齐鲁特色的大品牌、名品牌。

有着60年历史的“泰山”品牌,就是在这样一种背景下发展壮大起来的。“泰山人”有着无比崇高的信仰,齐鲁大地有着强大的精神力量。巍巍泰山以坚强之身躯,栉风沐雨;以伟大的情怀,容天下万物。这是一种饱满的情,无私的情,可谓情义泰山,泰山怡情。

众所周知,烟草行业是国民经济和社会发展的一个重要行业,也是一个特殊的行业,在满足市场消费需求、增加财政收入、促进社会就业等方面发挥着特殊重要的作用。“泰山”品牌承载着鲁产高档卷烟的希望和未来,担负着引领山东烟草全面崛起的重任。国家烟草专卖局和省委、省政府对此十分重视。国家烟草专卖局局长姜成康曾经要求山东烟草要“走在全国前列”,两次强调“一定要把泰山烟做好”;省政府也召开专题会议,就搞好零售户致富工程和百县“泰山”联谊活动,促进“泰山”品牌发展,进行了战略部署和安排。

近年来,山东烟草工商双方积极响应党和政府的号召,认真履行社会责任,踊跃参与和谐社会建设。在服务“三农”方面,认真落实“以工补农”政策,实施烟叶生产生态村富民工程,建成烟叶生产生态村1000个,惠及烟农6.5万户,户均种烟收入3.5万元;在促进社会就业方面,全省卷烟零售户达到40多万户,户均收入达到1.5万元;在老龄事业方面,大力推行“文化养老”,大大提升了离退休人员的幸福指数;在慈善和社会公益事业方面,五年累计捐款5.2亿多元,用于扶危济困、助残助学,促进了社会和谐发展。

品牌战略 必先铸品

品牌不仅仅是产品核心价值的体现,更是企业对于消费者的最高承诺,品牌战略,铸品先行。

在“十二五”开局年,社会对烟草给予了高度关注,特别是在做大做强“泰山”品牌上,各级政府和各界十分关注,关注“泰山”,呵护“泰山”,推动了经济和社会进步。按照省委、省政府“全省要把工作着力点放到推动经济结构战略性调整、提高自主创新能力、强化节能减排和环境保护、深化提高自主创新能力、深化改革开放、保障和改善民生上”要求,山东中烟和山东烟草商业系统,携手同心,共同唱响了“我们就是泰山”的主旋律。

领导重视是品牌发展的重要保证,规范管理是品牌泰山先行的基础。济南市烟草专卖局,遵照省局党组和济南市委、市政府的指示精神,把培育“泰山”品牌作为使命和义务,作为职责所在和发展之需,以团购、婚庆、酒店、旅游等重点市场为依托,全面加强“泰山”品牌培育力度,不断提高“泰山”品牌的市场影响力;深入开展百县“泰山”联谊活动,发挥高端消费群体对“泰山”品牌的消费引领作用,让更多消费者更加认识“泰山”品牌,熟悉“泰山”品牌、传播“泰山”品牌、消费“泰山”品牌;选择重点客户以及机场、火车站、汽车站等窗口部位客户,优化卷烟陈列,发放“泰山”品牌宣传彩页,开展终端导购,强化品牌宣传,提高产品动销;推广运用“135”工作法,引导营销人员把“135”工作法应用到“泰山”品牌培育中,并召开“泰山”品牌专题培训会,强化品牌认知,提高营销人员的品牌培育能力。

品牌责任牢记心,齐心同铸泰山魂。青岛市局(公司)为加强“泰山”品牌建设,相继开展了一系列推动泰山品牌成长活动,设立了“党员责任区”,争创“青年示范岗”,组织开展了月度先进评选活动,根据“泰山”指标完成情况,每月评出泰山品牌营销能手,颁发集体“流动红旗”,营造了“比学赶超”的浓厚氛围,科学有效地推动了“泰山”品牌的运营和发展。

潍坊市局(公司)作为山东烟草商业系统的

重要一员,认真贯彻省局(公司)党组书记、局长、总经理孙公准对潍坊提出的“中部率先崛起”的发展要求,积极争取市委、市政府领导的支持,在泰山品牌培育上出新招、拓新路、立新标。他们把“泰山”崛起和“中部率先崛起”紧密联系在一起,使“泰山”崛起与潍坊烟草“中部率先崛起”互相促进、互相推动。潍坊烟草牢固树立为工业企业服务的理念,加强卷烟市场调研,充分把握消费者消费趋势和“泰山”品牌的市场表现情况,及时反馈相关信息,确保为营销策略的制定、完善和调整提供更加有利的依据。从战略层面和科学角度与山东中烟加强研究、深入研讨,协同制定“泰山”发展的规划、计划与方案,不断提高培育品牌的针对性和实效性。与此同时,潍坊作为传统烟叶产区,按照省局(公司)“立足实、争取强、注重精、要特色”的烟叶工作思路,进一步密切与山东中烟在基地单元建设方面的沟通协作,以“烟叶机械化、合作社建设、有机烟叶开发”为突破,以打造“中式浓香”品牌为主攻方向,加快推进原料供应基地化、烟叶品质特色化、生产方式现代化,切实增强原料保障能力,为“泰山”品牌源源不断地提供优质原料。

在革命老区临沂市,市、县(区、市)各级党委政府从区域战略发展的高度,去认识泰山品牌培育的必要性和重要性,他们强化措施,狠抓落实,努力为“泰山”品牌在临沂成为主导品牌营造更加优越的市场环境。市局(公司)在市委、市政府的坚强领导下,根据当地实际,制定措施,出台政策,强化倾斜,针对不同价位的“泰山”品牌实施不同的营销策略,采取精细培育、精心营销、精准投放的“三精”举措,积极推进零售户致富工程,增强零售户的忠诚度。另外,他们突出抓好对零售户的培训与指导,着力提升零售户品牌推介和消费引导能力;强化品牌宣传和舆论引导,营造热爱和支持鲁产产品品牌的良好氛围;深入开展知名品牌建功立业、高端泰山销量翻番等活动,努力提升“泰山”品牌的销量与销售结构,提高“泰山”品牌在临沂市场的占有率。

“零售客户信贷帮扶”是临沂市局(公司)为经营头脑灵活和有发展潜力的中小客户协调信贷资金、提高赢利水平而实施的一项工程,这一工程在平邑县启动试点以来,共有588户零售客户踊跃参与,实现销售收入增加和盈利能力的大幅度增强。



政府帮扶畅远景,以利惠民铸“泰山”。日照烟草在当地政府的大力支持下,在各级各有关部门的积极支持配合下,将泰山品牌培育注入日照烟草“朝阳”文化内容,又将“泰山”精神注入到他们的“暖”服务品牌之中,用“厚德载业、创新兴企”核心理念统领品牌发展,书写出“我为泰山献力量”的动人篇章。目前,全市各级各有关部门对开展零售户致富工程和百县“泰山”联谊活动的重要意义认识到位,实现了两个“统一”。一是切实把思想认识统一到市委、市政府的部署要求上来;二是切实把行动统一到转方式、调结构、惠民生的具体工作要求上来。充分认识到开展“两项工作”是贯彻落实科学发展观和以人为本、执政为民理念的具体行动,是落实省政府实施名牌战略、提升经济综合竞争力的重要举措,是一项保障和改善民生的惠民工程、民心工程,是一项保证税源、持续发展的亮点工



程。因此,他们对泰山品牌的市场培育,采取了“引导、扶持、考核、激励”等举措,支持零售户致富工程开展,支持鲁产卷烟品牌发展。

制胜方略 以情为魂

情感具有打开人们心灵之锁、拆除心灵沟通“路障”的功能;真情敬业,善待品牌是山东烟草人的传统美德。近年来,山东烟草在情义文化的感召下,在真情服务的实践中,创造了山东烟草历史上“领导最重视、社会最支持、环境最融洽、品牌最有为”的盛况,“我们就是泰山”的主旋律,不仅唱响了“工商一家亲”的情怀,也唱出了“工、商、零一家人”的和谐环境。真乃是:品牌之魂,泰山之情。

巍巍泰山之下,处处动人之歌。泰安市委、市政府高度重视“泰山”品牌培育工作,市政府分管副市长亲自出席百县“泰山”联

据介绍,这样的活动,他们以后将每年举行一次。在一次大会上,莱芜市副市长张作平对近年来全市烟草工作给予了充分肯定。认为实施零售户致富工程和“泰山”联谊活动,是转方式、调结构的一个很好的切入点和有益探索。关于如何扎实推进全市零售户致富工程和百县“泰山”联谊活动,张作平要求,各级各有关部门要充分认真开展两项活动的重要意义,积极主动地做好各项工作,积极支持,主动配合,促进零售户致富工程和百县“泰山”联谊活动有效开展,推进全市烟草事业更好更快发展。

威海市局(公司)以“三讲”教育为抓手,不断加强对零售户致富工程的组织、领导。把实施卷烟零售户致富工程作为“一把手”工程,主要领导亲自谋划、亲自部署、亲自推动、带头结对,分管领导扑下身子靠上抓,掌握发展动态和工作进度,积极解决工作中遇到的问题,切实做到“想抓”、“真抓”、“善抓”。相关部门按照分工原则,细致研究,不断加强对基层单位的指导、监督,积极推进致富工程的各项具体工作。始终明确致富工程思路,加强创新,有效突破工作难点。认真学习借鉴青岛市局(公司)先进经验,坚持“输血+造血”的工作方法,围绕“店面、货源、技术、服务、管理”等“致富元素”,结合威海的实际情况,从体制、机制、投入、保障等方面入手,突出工作机制与工作方法创新,多措并举,探索建立帮扶机制,完善制度体系,规范零售价格,拓宽零售户致富渠道,进一步提升零售客户盈利水平。

烟台市局在省局和市委、市政府的正确领导下,积极培育泰山品牌,得到了国家局的高度评价。近年来,烟台烟草始终从山东烟草的大局出发,大力实施“品牌战略”,在“泰山”品牌的培育管理上倾注了大量人力、物力,为“泰山”品牌的成长壮大搭好台、铺好路,在工商协同营销、培育品牌上取得了显著成效,“泰山”品牌在烟台市场呈现良好的发展态势,市场认知度越来越高,受到了更多零售户和消费者的青睐。整个“十一五”时期,“泰山”品牌销售年均增长112%;2011年上半年销售同比增长830%。

东营烟草以精准营销为支撑,为“泰山”品牌培育提供准确的市场信息和导向。牢牢把握“泰山”品牌的市场需求现状及未来销售走势,以精准营销为支撑,加强市场信息的采集和利用,切实抓好消费者和零售户两大信息终端,真实反映和准确把握消费者对“泰山”品牌的需求。深入开展“知名品牌建功立业”等活动,从战略、目标、措施等方面,强化客我互动,共同培育品牌,确保实现全年销售“泰山”目标。以“零售户致富”工程为纽带,为“泰山”品牌培育提供坚实的终端支撑。今年,东营市局(公司)深入研究,积极探索实践,争取有所突破。计划到今年年末,建设品牌“旗舰店”5个,加盟“标准店”200个,农村和城镇中小食杂店的店面建设达到1000个。与此同时,他们把全市“精装点”、“标准店”、“旗舰店”等终端形象店作为“泰山”品牌文化宣传窗口,以提高“泰山”品牌上柜率为手段,深入挖掘品牌自身的文化内涵和卖点,把“泰山”品牌的产品陈列做成零售终端的亮点;针对不同业态的零售客户,加强对销售“泰山”品牌卷烟的经营指导,确保零售户的合理库存,提升“泰山”卷烟盈利水平,提升零售户的整体盈利水平。以“两个推广”为促进,为“泰山”品牌培育提供有利的市场环境。继续按照“打牢基础、创新营销、规范环境、充满活力”的要求,以推广“135工作法”和网上订货为助力,全面提升网络建设水平,发挥好网络“服务客户、培育品牌、控制市场、科学管理”的功能,实现工业企业、零售户、消费者“三个满意”。

做优做强 文化推进

文化是一种价值观,文化是一种品牌精神。如何以文化推动品牌,以品牌弘扬文化,

这是“文化营销”这一创新模式的核心问题。许多商业公司为使“泰山”品牌在本区域内健康快速成长,大胆实施了“文化营销”工程,取得了良好的效果。

滨州市委、市人大、市政府、市政协高度重视“泰山”品牌培育工作,不但多次出席烟草部门关于“泰山”品牌培育的专题会议,为“泰山”品牌培育能手颁奖等,还在每年“冬至节”、“梨花节”等大型节庆活动中,为社会各界灌输“爱国、爱鲁、爱家”理念,使滨州烟草的“泰山”情节更加牢固。他们将培育“泰山”品牌作为滨州烟草实现“十二五”规划目标的主要途径和推进“卷烟上水平”的具体举措。基于“泰山”品牌的丰厚底蕴,近年来,滨州烟草以打造“益之缘”服务品牌为载体,深入挖掘“泰山”品牌文化内涵,形成了一系列朗朗上口的品牌文化宣传用语,实现了“泰山”品牌文化和滨州地域民俗文化的充分对接。春节期间,他们利用“益之缘”短信平台为全市客户发送带有卷烟品牌的祝福短信,并为每名客户发放了印有泰山品牌的对联,并多次开展有针对性的助销和理念宣传活动。转变了广大消费者的消费观念。在视觉文化上,他们本着视觉冲击和理念渗透的原则,一是从视觉、听觉和感觉三方面搭建品牌培育平台,为卷烟零售户配备统一“泰山”卷烟展示货柜,货架,统一装修风格,统一终端服务标准,统一服装和胸牌,统一诚信公约,有效提升了诚信店硬件水平和店面形象。设立“益之缘”品吸吧,制作宣传板,让消费者了解“泰山”品牌的文化和历史。二是部分营销部试点成立“益之缘”放映队,在为农村观众放映电影时,播放最新卷烟消费潮流宣传片,宣传泰山的品牌文化。三是注重发挥婚庆、集团消费、宾馆酒店等专项市场在消费引导方面的引领作用。

在德州烟草,“连环拳”让笔者惊“艳”,浓郁的“泰山”氛围,让你融入了“泰山”的天下。从挖掘泰山品牌文化内涵入手,不断加强宣传培训,以品牌加盟店建设为切入点,打出品牌营销的“连环拳”。对德州地方民俗中的烟文化进行分析,结合泰山品牌的文化内涵,广泛发动全员征集泰山品牌宣传用语,制定实施有针对性的营销方案。以品牌加盟店建设为切入点,大力开展泰山品牌的宣传助销。积极开展泰山品牌形象宣传推介活动,重点利用大型社会文体活动舞台,提升泰山品牌的知名度,树立博大精深的品牌文化形象;强化培训,着力提升营销人员及零售客户的经营能力和水平。充分发挥内部培训师的作用,对客户经理进行“泰山品牌营销策略和品牌文化”、“泰山品牌宣传策略”专题培训。

“三篇文章”促发展,工商携手育“泰山”。聊城烟草为确保“鲁烟振兴”、“泰山”崛起”,创新者述了三篇文章。一是做好统一思想文章,让全员认识到,培育好、发展好“泰山”品牌,这不仅省、市政府和省局(公司)安排的重点工作,也是推动聊城烟草持续健康发展的重要渠道。二是做好活动文章,他们以开展“百县泰山联谊”活动为契机,积极向重点客户做好推介,并以点带面,进一步增强消费者对“泰山”品牌的认知和好感。三是做好一线服务文章,充分发挥零售户在品牌培育中的“前沿阵地”作用,增强宣传推介“泰山”品牌的自觉性,做好消费引导工作。四是做好精准营销文章,积极开展市场调查工作,加强消费者研究分析,准确把握需求信息,挖掘消费热点。五是做好激励机制文章,在严格规范的前提下,制定科学合理的激励机制,提高营销人员培育“泰山”品牌的积极性和主动性。

文化齐鲁舞长风,万里山河万里情。愿“泰山”品牌载着全省人民的期望,向着灿烂的未来,远航,远航!

山东烟草“企业文化”系列寻访

主持人:尹继信 电话:(0531) 88886168 Email:yjx666@126.com

