

# 航天、航空、高铁一样都不能少 携手“三高”，泰山酒业再起航

2016年12月26日，“泰山酒业2017年营销年会暨航天、航空、高铁战略合作新闻发布会”隆重召开，标志着泰山酒业集团携手航天、航空及高铁，向着新高度再次跨出了具有历史意义的一大步，同时，也离张铭新董事长提出的“打造百年幸福泰酒”的企业愿景更近了一步。

会上，面对着来自全国各地的几百家经销商代表，公司董事长兼总经理张铭新展示了泰山酒业的营销业绩：2016年实现销售收入16亿元。泰山酒业集团销售收入和利税双双再创新高，继续领军鲁酒企业。



△中国航天基金会秘书长张长玉江(左)与泰山酒业董事长张铭新(右)签约



△山东航空新之航传媒负责人(左)与泰山酒业董事长张铭新(右)签约



△永达高铁传媒负责人(左)与泰山酒业董事长张铭新(右)签约



## 走“稳健发展”之路 实现销售收入16亿元

12月26日，泰山酒业集团股份有限公司2017年营销年会在万达嘉华酒店拉开帷幕。在白酒行业深度调整的复杂形势下，泰山酒业集团取得了逆势而上的辉煌业绩。

在年会现场，来自全国各地的泰山酒业经销商齐聚一堂，欢声笑语中流露出这一年来与其他白酒品牌经销商不同的心情。江苏经销商刘先生呵呵地笑着说，“有幸做了泰山酒业的经销商，这一年多了不好说，至少盈利50万元。”在酒桌上，大家互相聊起了2016年的销售情况，无不笑颜逐开。

在复杂的经济形势和行业形势下，在白酒行业深度调整中，过去扩容式增长转变为挤压式增长，增量竞争变为存量竞争，行业分化日益加剧，尽管如此，这一年泰山酒业集团交出了一份令人满意的答卷。按可比口径计算，截至2016年12月20日，公司实现销售收入16亿元，超额完成了2016年的各项任务目标。这不仅仅给公司带来了漂亮的业绩，更给无数跟随泰山酒业的人带去了实实在在的美好生活希望。

“做企业是一场马拉松，拼的是耐力。泰山酒业坚持‘稳健发展’这一主基调不动摇，走可持续发展之路。”泰山酒业集团董事长、党委书记马西元在致辞中表示，

“稳健”已经成为泰酒发展的代名词，这与中央提出的稳中求进总基调是相吻合的。稳定是发展的基石，行稳是致远的前提。

泰山酒业集团董事长兼总经理张铭新在年会上表示，今后白酒行业市场不会扩张，甚至还会下降。在这种形势下，品牌集中度进一步提高，中小企业日子更不好过。加上当前原材料大幅涨价，都考验着每个酒企的盈利能力。谁的资金链健康和抗风险能力强，谁就能在新一轮的竞争中胜出，毫无疑问，泰山酒业做到了这一点。目前，泰山牌系列酒遍布全国大部分省区市，尤其畅销华北、华东、华南等经济发达地区，并远销港、澳、韩国，创造了业内独树一帜的“泰山现象”。

## 五大竞争优势 坐稳行业头把交椅

如此严峻的行业形势下，泰山酒业集团为何能够逆势而上，不仅保持着鲁酒“领头羊”地位，还引领着白酒行业的风向？张铭新给出了这样的答案。

张铭新说，泰山酒业之所以能够适应行业的“新常态”，并实现逆势增长，这主要得益于公司多年来形成的“五大竞争优势”，即战略优势、品牌优势、品质优势、市场优势、资金优势。

第一大优势——战略优势。泰山酒业多年来始终坚持稳健发展战略，成功打造出了“一体两翼”的发展模式。以泰山特曲和五岳独尊为主体的双品牌运作，资本及相关产业的两翼运作，延长了产业链，实现了主业带动副业、副业反哺主业的健康发展格局。2016年初，张铭新着眼于企业的长远发展，提出了“打造百年幸福泰酒”的

企业愿景，并提出“五大发展理念”作为企业长远发展的指导思想，即以效益为中心、以市场为导向、以品牌为核心、以质量为本、以管理为保障。他作了一个形象的比喻，如果把企业比作是一棵大树，那么效益就是“果”，市场就是“枝”，品牌就是“干”，质量就是“根”，管理就是“栽培”，包括“浇水”、“施肥”、“剪枝”等在内的全过程管理行为。

第二大优势——品牌优势。泰山酒业深度挖掘泰山文化，明晰品牌定位，提升泰山品牌的影响力和美誉度。“泰山酒传统酿造技艺”项目还入选了“山东省非物质文化遗产名录”，更进一步提升了泰山品牌的文化内涵。

第三大优势——品质优势。“没有质量就没有市场，没有市场就没有一切”，这是泰山人一贯坚持的质量观。企业拥有一支包含中国白酒工艺大师一人、国家级白酒评委6人、省级评委10余人的技术队伍；最大的“纯粮固态发酵酿酒生产车间”，更让小窖品质更胜一筹。2011年泰山酒业将传统酿酒工艺与航天科技结合，将泰山酿酒菌种搭载在神舟八号上进行太空育种，铸就了泰山酒坚实的品质。

第四大优势——市场优势。泰山酒业依托良好的省内外市场基础，获得越来越高的消费者认知度。通过大客户制、战略联盟、办事处模式等多元化的合作模式，获得良好的市场适应。完整的产品结构、稳定可靠的经销商队伍，都让泰山酒业稳定了客户群体。

第五大优势——资金优势。通过大力实施“一体两翼”的发展模式，无论是主业还是副业，都保持了健康发展。现在的泰山酒业，既有产品经营，又有资本运营；既无外债，又无内债，企业的资产质量和资金流在山东白酒行业是绝无仅有的。

## “三高”比肩巨人 泰山品牌站上新高度

营销年会上的重头戏，也是泰山酒业比肩巨人的底气所在，即牵手航天、航空及高铁，达成战略合作。

自2010年携手中国航天以来，泰山酒业先后见证了神八、神九、神十与天宫一号的成功对接，嫦娥三号、长征五号、长征七号的成功发射，神舟十一号与天宫二号载人飞行任务的圆满成功。当天，泰山酒业与中国航天第三次续约，并升级为“中国航天事业战略合作伙伴”，为今后全方位地深度合作拉开了序幕。将通过开展经销商、消费者的“航天游”等形式，把泰山品牌与“航天梦”结合起来，进一步提升公司的品牌高度。

借助与山东航空的全面战略合作，在山航100多架飞机上通过语音广播、电视、杂志等形式，集中展现高端品牌五岳独尊，推动了泰山品牌向全国迈进的步伐。

为了更好地利用高铁平台，进一步提升泰山品牌的知名度和美誉度，2017年泰山酒业将新增两列品牌专列，冠名“泰山酒业号”，全方位体现企业和品牌形象，实现泰山品牌广度与深度的有机结合。

## 新年新目标 “五大突破”变新动力

张铭新表示，2017年将是泰山酒业的突破提升年，公司层层签订了经营目标责任书，力争在新的一年里实现“五大突破”，即任务目标的突破、营销模式的突破、品牌建设的突破、

产品质量的突破和管理信息化的突破。

2017年，泰山酒业将扩大试点，在山东各区域甚至省外市场设立办事处，选好目标市场，聚焦人力与资源，做好产品规划和市场策略，力求实现重点突破。继续推进战略联盟运作，优化联盟客户的质量，同时将更多适合的产品纳入联盟体内进行运作，实现互利共赢。

张铭新表示，要顺应国家当下供给侧结构性改革的趋势，从产品数量向产品质量转变，向满足消费者需求转变，向提高产品的竞争力转变；优化产品结构，打造战略单品，2017年重点打造金泰山等有影响力的长线大单品，提升品牌价值。同时，继续构建线上线下深度融合的微营销系统，扩大品牌传播及产品销售，满足消费需求。

还有一项与消费者息息相关的，就是泰山酒业将要上马的互联网3D定制，已经规划了多种瓶型、多种度数、多种容量，适应婚宴、生日宴、升学宴、同学聚会、企业年会等不同需求的200多个模板，满足消费者彰显个性的心理需求，一瓶就可以定制。



## 无理由退房

# 恒大·御峰

# 青岛路旁 临湖美宅

建面约164-167m<sup>2</sup> 四室大房

带装修交付 悦享舒适生活



样板间效果示意图

## 恒大集团

世界500强

# VIP LINE 5568 9888

0531-

营销中心：青岛路与腊山河东路交会处  
开发商：济南御峰置业有限公司 营销代理：景源恒 广告推广：俊奇高斐

## 中国海南海花岛

Ocean Flower Island

# 三期新品循众加推

约4.8米层高酒店式公寓  
带装修家具家电

山东展厅电话：0531-55689888

\*本广告为要约邀请，买卖双方权利义务以双方签订的《商品房买卖合同》为准。相关内容如有更新，请以最新资料内容为准。预售证号码：鲁建房售字第2016-38/2016-53/2016-54号