



# 口碑营销,成就白云边历史性跨越

访湖北白云边酒业股份公司董事长兼总经理梅林

## 营销:选择口碑营销

“有一则调查统计资料说:100人看电视广告,其中受广告影响的只有8人,而培养1名忠实的消费者,则会影响到8个人。100:8与1:8,比例悬殊。金杯银杯不如消费者的口碑。”一见面,梅林就打开了话匣子。白云边在口碑营销上有两个经典案例可圈可点。“2002年,白云边与湖北日报联合开展‘我与白云边’征文活动,一下子收到来稿5000多篇。活动结束后的很长一段时间内,仍有大量稿件源源不断地寄来。”梅林说,当时广大消费者心里憋得慌,就在找一个渠道诉说对白云边的情感,不甘心白云边走向衰弱。通过这次征文活动,白云边与广大消费者进行了亲密的感情沟通,拉近了双方的距离。企业效益好了一点后,账上有了3000多万元钱时,梅林又做了一件事。他说服厂里、说服市里,积极退还了2700万元的私募基金,赢得了社会的广泛赞誉,树立起了一个负责任的企业形象。品牌的美誉度、消费者的忠诚度、社会的满意度在白云边的口碑营销中建立起来。

## 品牌:成功实现全国性跨越

“白云边”品牌历史悠久,文化底蕴丰富,极具立体感和个性魅力。据梅林介绍,“白云边”源于我国素有“诗仙”、“酒仙”之称的李白的一首诗。“南湖秋水夜无烟,耐可乘流直上天,且就洞庭赊月色,将船买酒白云边。”这是1243年前的一个秋夜,诗人李白携友畅游洞庭湖后,夜泊湖口(今湖北松滋市境内),把酒临风时吟下的千古绝句。“往事越千年,陈酿白云边”,“白云边”是一首诗、一幅画、一个故事……让人心旷神怡,回味无穷。白云边视品牌为企业最高荣誉,倾注心

血、投入巨资进行品牌的培育和维护,“白云边”品牌价值不断提升。梅林告诉记者:“1991年、1996年、2000年、2002年、2005年,‘白云边’注册商标连续5次被省工商行政管理局认定为‘湖北省著名商标’。‘白云边’品牌的市值不断上升,2004年5月,‘白云边’注册商标的公允价值被大信资产评估有限公司评定为16561万元。2008年5月28日,‘白云边’注册商标被司法认定为中国驰名商标,连续18年的湖北省著名商标在这一天实现了质的飞跃。”与品牌的美誉度、知名度相伴上升的是顾客的满意度和忠诚度。

## 市场:坚持“走出湖北”战略

梅林长期负责企业的销售工作,有着丰富的市场营销经验,他在经营上坚持实践“顾客至上,诚信经营”理念,以顾客转输于中国酒业新闻网价值为核心价值,实施“走出湖北”的销售战略和“推高推新”的产品政策,销售实现效益性、战略性增长。

梅林说:“该战略决策实施4年来,通过精耕细作,白云边省内市场增长强劲,省外市场稳步拓展。省内核心市场——武汉销售额已突破了5亿元大关。省外战略市场——河南,2008年销售额也突破了亿元大关。省内、省外两个市场共发展了5个过亿元的片区。以湖北为根据地,面向周边河南、江西、湖南、广东等省份辐射扩张的市场布局日趋合理。”谈及白云边下一步的发展目标,梅林的脸上露出了淡淡的微笑,他表示下一步将是省内省外两个市场销售额比例实现对半开,拓展省外的巨大市场空间。

眼下,白云边酒正以它特有的品质,决胜千里,年产销总量双超历史,实现了新的崛起。



白云边的二次崛起曾一度成为业界、坊间热议的焦点,在大家给予高度评价的同时,也留下了一个让人疑惑不解的问号。白云边如何从一个濒临倒闭的企业起死回生,以年均30%以上的增幅迅速成长为一个销售过10亿元、纳税近2亿元的大企业?白云边如何重获消费者认可,并实现了向全国性品牌的蝶变?十年间,公司董事长兼总经理梅林率领全体白云边人开拓创新,协力进取,不断创新,实现由量变到质变的发展飞跃。近日,我们走进了白云边,走近了白云边的掌门人梅林。

晚报记者 谢宽



往事越千年 陈酿白云边

白云边

中国驰名商标 浓酱兼香型白酒代表

郑州办事处电话:0371-65639868

