

2009年度郑州酒类市场评选活动进行时

# 白酒经销商入围名单出炉

消费者可通过致电67655031参与投票

备受业内关注的“2009年郑州酒类流通市场”评选活动自启动以来,在郑州酒类市场引起强烈反响。过去的一周里,主办单位收到众多消费者的来电来函咨询与投票,也收到许多厂家的荐举与经销商的推荐。在集业界评委专家专业、公正的意见之后,近日评选活动正式进入白热化阶段,从郑州上千家酒类流通行业经销商中,遴选出22家入围经销商并进行公示。

晚报记者 袁瑞清

## 是否入围引经销商关注

“今年经销商入围的名单出来了么?入围名单什么时候公布?请问我们公司还可以参与评选吗?”连日来,郑州酒类市场评选活动评选热线每天都能接到几十个咨询电话,显示了郑州流通市场白酒经销商们对“2009年郑州酒类流通市场”评选活动的关注。

记者从评选组委会了解到,此次评选活动共有三大奖项,分别为年度十大诚信经销商、2009年领军人物、消费者最喜爱的白酒流通行业经销商。目前已经从上千家白酒流通行业经销商中,遴选出河南惠中酒业有限公司、郑州市奔腾酒业有限公司、郑州市创宇酒业商贸有限公司、郑州市中原区绿洲副食商行等22位主流经销商晋级下一阶段评选。与此同时,河南中州皇冠贸易有限公司总经理马文、河南世嘉酒业有限公司总经理万军等22位2009年领军人物候选人也新鲜出炉。

据评选组委会介绍,本次活动入围的主流经销商和领军人物均由消费者投票、评委专家评判产生的。今年评选主要把消费者的意见放在第一位,消费者评分占总评分的40%,其次专家评价占总评分的30%,厂家推荐占总评分的20%,业界评价占总评分的10%。此次晋级的50个主流经销商成绩均在80分以上。

## “标杆”评选入围条件严格

有一批优秀白酒经销商晋级的同时,就有一部分经销商被淘汰。原因在于,经销商是白酒流通市场品牌塑造的终端环节,其直接与品牌受众即白酒消费者接触,经销商服务质量的高低最终会影响到白酒品牌的塑造。

通过本次评选活动收集来自资深业界专家及消费者的致电、网评、信件等,多角度、全方位地对郑州市酒类流通行业进行大规模的专业审视,我们不难发现,经销商的服务水平有高低之分,有的经销商的服务确实已达到让消费者认可的水平,但也有些经销商的服务远在行业规范之下,亟待提高。

据了解,“郑州酒类流通市场”评选活动已经运作2年,评选机制已臻成熟,对参评经销商也越来越严格,只有开业1年以上、经授权的专卖店,无违规行为和重大安全事故、投诉率低于5%的经销商才有资格入围。

对此,郑州市酒类行业协会秘书长薛忠喜介绍:“评选活动的评选标准必须更加严格,促使我们白酒流通领域不断提升诚信、服务水平,只有大家诚信经营、净化酒类流通市场,规范酒类流通秩序,才能让老百姓购买到放心的品牌白酒。”

“2009年度郑州酒类市场评选活动是一面镜子,让我们看到了顾客对经销商服务的满意程度,从而也看到了经销商的真实实力。”采访中其中一家入围经销商道出了评选活动的精髓。

## 十大诚信经销商入围名单

张振锁	河南惠中酒业有限公司
邱全福	郑州市奔腾酒业有限公司
李学军	郑州市创宇酒业商贸有限公司
宋会生	郑州市金水区称心商行
付喜云	惠济区喜云批发部
李玲香	郑州市中原区文阁副食
王军	郑州市中原区绿洲副食商行
陈秀兰	郑州市金水区北环批发
庞建康	郑州市金水区豫太副食经营部
徐沛生	郑州市秋实副食有限公司
沈建林	中原区裕丰副食商行
张建峰	郑州市管城区新建烟酒行
中显信	手拉手百货副食综合店
李国辉	金水区诚实百货店
孙信科	郑州永嘉商贸有限公司
王红圃	金水区庙李小商品批发
张春生	金水区豪族烟酒商贸
张金献	郑州市金水区金丰副食商行
展书义	金水区泰利名酒供应部
朱晓辉	郑州政大酒业

## 十大领军人物入围名单

马文	河南中州皇冠贸易有限公司总经理
万军	河南世嘉酒业有限公司总经理
张常贤	郑州喜洋洋商贸有限公司总经理
宋智祥	河南三睿酒业商贸有限公司总经理
杨爱卿	河南王城酒业有限公司总经理
张明山	郑州鑫东汇酒业总经理
李洪芳	河南省锦江之星商贸有限公司总经理
王义平	省直机关生活服务部3号副食总经理
孙步银	巩义永丰酒业总经理
徐广春	荥阳市广春酒业总经理
韩广喜	郑州大中原商贸有限公司总经理
贾丙森	新密市宏信商贸总经理
贾志辉	郑州上街区辉煌酒业总经理
陈海清	新郑市利达酒业总经理
栗怀信	登封市信誉商贸有限公司总经理
张松峰	郑州金帝酒业有限公司总经理
李小沛	河南凯源商贸有限公司总经理
张绪臣	河南九州商贸有限公司总经理
王根宝	河南华儒实业有限公司总经理
王环	郑州云飞酒业商贸有限公司总经理

资讯快报

## “舍得风尚圣安德鲁斯高尔夫邀请赛”首赛完美落幕

11月26日,由郑州圣安德鲁斯高尔夫俱乐部主办的首届会员杯暨慈善高尔夫邀请赛在位于郑州中牟的圣安德鲁斯高尔夫球场举行,四川舍得酒业有限公司协办了此次邀请赛,河南道合酒业有限公司代表舍得酒厂家到赛场做了相关组织配合工作。

据悉,四川舍得酒业有限公司提供30年典藏至尊舍得为高尔夫4号洞的“一杆进洞奖”的奖品。舍得酒作为国生态酿酒领袖品牌,今年曾被中央电视台央视四套《国宝档案》栏目组重磅报道,是中国首批食品文化遗址保护单位。在河南市场也声名鹊起,连续三年中华黄帝故里拜祖大典贵宾用酒,得到了河南越来越多消费者的认可。

## 世界顶级名表巡展今日登陆郑州

爱彼、宝珀、宝玑、法兰穆勒、格拉苏蒂……这些世界顶级名表品牌,是否总让你怦然心动,但却总是难得一见?现在机会来了,12月11日~13日,由新宇亨得利举办的“时间之旅”瑞士顶级名表巡展首次登陆郑州,消费者可凭邀请函前往位于大上海城一层的新宇三宝名表专业店参观。此次参展的品牌包括爱彼

(Audemars Piguet)、宝珀(Blancpain)、宝玑(Breguet)、法兰穆勒(Franck Muller)、格拉苏蒂(Glashuette Original)、积家(Jaeger-LeCoultre)、雅克德罗(Jaquet Droz)、沛纳海(Panerai)、豪雅(Tagheuer)、真力时(Zenith)等顶级钟表品牌,将带领爱表人士一起体验一次腕表的奢华之旅。

晚报记者 袁瑞清

## 伊利集团董事长潘刚 荣膺“2009年度华人经济领袖”

12月8日,北京嘉里中心灯火辉煌,来自社会各界的华人精英齐聚一堂,共襄首届年度华人经济领袖盛典。来自地产、IT、快消等各经济领域的百余名华人精英在民意推举中产生。最终,伊利集团董事长潘刚与大连万达集团董事长王健林、百度公司董事长李彦宏、威盛集团董事长王雪红等人一起荣膺“2009年度十大华人经济领袖”殊荣。

据了解,“2009年度华人经济领袖”由《21世纪经济报道》、《凤凰网》、《中央人民广播电台经济之声》共同主办,以“巨变时代的经济领袖价值”为主题,在权威媒体主编、国内顶尖EMBA/MBA学府学员、广大社会公众的多层多阶段评审下,最终诞生十强。

“潘刚能够荣列十大‘2009年度华人经济领袖’,实至名归。”一位担任评审的北京大学EMBA教授表示,“领袖”的定义区别于“管理者”。他的价值更多体现于在变革时代中找准航向,在行业发展中树立典范标杆。“作为伊利集团董事长,潘刚在过去的一年中让人们看到

了什么是转危为机的领袖能力,什么是秉承公心的‘竞合共赢’。他用一个企业的努力挽回了整个行业的声誉,以持续不断的执著让国际乳业看齐中国版的‘世博标准’。他是中国经济界名副其实的‘危机管理第一人!’”

据了解,去年行业风波之后,乳品企业受损巨大,在相当长一段时间内萎靡不前。但在风波中同样受到波及影响的伊利集团却在众多同行尚在蛰伏修复的2009年第一季度即领衔复苏,成为乳业第一集团军中唯一一家销售额和利润同时全面超越去年同期水平的企业。而在接下来的2009年中报和三季度的“复苏竞赛”中,伊利更一马当先,以强大的领先优势稳居大众乳品选购的消费榜首。

近日,在潘刚的带领下,伊利集团30余名高管前往多家世界500强企业交流“充电”。“练内功,是企业延续不竭的生命力,是成长壮大的无穷宝藏,潘刚显然深谙其道。他拥有一位经济领袖应有的一切风范。对于中国乳业未来的良好发展,我们只需拭目以待。”一位资深经济学者这样评述。

林丽

## 长垣县烹饪协会成立十周年 表彰名厨世家和厨师创业精英

2009年12月8日,为弘扬长垣千年的烹饪传统,在中国厨师之乡长垣县烹饪协会成立十周年之际,对五代(三代家庭出现名厨大师)厨师世家和厨师创业成功的精英以及为烹饪业发展作出特殊贡献者予以表彰,来自全国各地200多名长垣籍厨师参与此次盛会,据了解本次会议的另一亮点,就是本次会议全部用酒都是张弓酒业“喝酒不喝纸盒子”的张弓超值

酒。豫厨豫酒,相映生辉。

有关负责人表示:长垣县作为全国首家“中国厨师之乡”,从厨人员3万之多,遍布46个国家和地区,其中不乏世代从厨者和成功的创业精英。本次颁奖,以激励后人继承长垣县悠久的餐饮文化和烹饪技艺。同时也激励年轻一代厨师立志创业,为把长垣打造为美食之都做出贡献。

袁瑞清

## 用中国性格,为盛世喝彩

【创新·者】——不仅仅是“独醒”,“中国性格”的营销传奇

从大打酒文化牌到“王者之道”的盛世系列品牌确立,从酒水行业的团购开发到国内第一个勇吃“白酒电子商务”的壮举,从“中国性格,宋河粮液”里的国之大气、性格之远瞩到试图通过网络大研讨对“中国性格”的脊梁进行勾勒。

宋河,无疑做出了一个创新者的“无可比拟性”。在有限的创新“词典”里,宋河通过一个引领者的感召力和风范着力将创新的效应最大化,并最终在论道中创造了独有的“中国性格”式的营销传奇。

宋河在酒水行业的团购创新开发,为渠道带来长足拓展的同时,也奠定了其河南业界不可撼动的领头羊地位。最近几年,关于酒水行业的团购开发不断升温,这一创新渠道拓展被人称为业内渠道仅存的一片蓝海。借此之际,宋河酒业于2008年10月开始聚焦集团人脉关系网,成立了专门的组织队伍以启动强势的团购销售。

2008年,宋河酒业携手新浪打造了强势联袂的电子商务运营平台。这一举措不仅创下了国内白酒业首开电子商务的先河,更让宋河在降低费用、提高配货率、贴近市场方面获益匪浅。

不久前在新浪读书“中国性格”的讨论中,专栏作家冯八飞连续写了“我的中国性格”、“我为什么不可以爱中国”和“冯八飞请教上海

陈教授”三篇文章,在网上掀起轩然大波,成为网友讨论的焦点和中心,“我的中国性格”还被《南方周末》转载,打破《南方周末》只发表原创文章的惯例。这一与新浪读书联袂打造的“中国性格”网络大讨论,不仅将关于“中国性格”的一波波热浪推向峰巅,同时也带动了人们对“中国性格”更感性、更务实的心理认知,无形中所引发的“中国性格,宋河粮液”的宣传效应也得以迅速传播。

坚韧、包容、睿智、正义、凝聚等许许多多由国体、人性内部抒发出来的词汇逐渐成为中国人共识的亮点。

而中国性格的创新提出及中国性格大讨论势必将这些力量与动力愈发明晰化、现实化。它必将推动一种积极的、富有代表意义的各种中国性格的符号形成,并最终勾勒出中国性格的脊梁脉络——即中国这个国家的“核心价值观”。

不仅如此,一句“用中国性格,为盛世喝彩!”也很好诠释了宋河酒自身的品质定位:这种品质与中国性格中的自强、向上、坚韧和包容等息息相通!这种品质与成就者的品位、身份、荣耀与内化的卓越等情投相当!这种品质自诞生起就注定非凡!

这,就是创新的力量。