



第(020)期



宴酒坊酒业

宴酒坊宴天下

### 宴酒坊 定格中国专卖酒的坐标

## 煮酒论宴道：宴酒坊一定格中国专卖酒的坐标

毛凌志站在东西方文化的交合线上，用KnowledgeManagement（知识经营）宴酒坊。

KnowledgeManagement的第一步是从战略的角度选择“中军帐”的位置。“中军帐”的位置不仅是整个经营的中心，并且是整个中国市场的基石市场。毛凌志跑遍了大半个中国，进行了大量的市场调研与分析，凭借商家独到的眼光，分析了郑州的三大特点，把立足点定在了中原腹地郑州。首先，他认为，从地理位置上看，郑州是中国之中心，俗称中原，历来为军事和商战的必争之地，自古便有得中原者，得天下之说。郑州，因其特有的天然区位优势，早已成为闻名全国的商贸城和商品集散地。其次，地处长江以北的郑州又是河南省省会，河南省是中国第一大省，人口近1个亿，无疑河南将是白酒的消费大省。再者，毛凌志郑州白酒市场考察后发现，郑州的白酒市场非常成熟，每条街道都有十几家白酒经销店，整个郑州市的各类白酒经销店总量则达千家以上。

郑州，是宴酒坊选择经营的第一个市场，如何将郑州市场建设好，毛凌志运筹帷幄，对中国白酒的近代史进行研究。据资料统计，中国有大大小小的白酒企业3.8万家左右，其中骨干企业5400家，各种品牌几十万种。近年来，国内白酒企业历经了川酒北上、鲁酒兴起、皖酒崛起、豫酒冲击、苏酒振兴、贵酒改组等一波又一波的市场历练，白酒市场日渐成熟的同时，无序竞争又在羁绊混战。面对中原市场白酒品牌林立，品质参差不齐，郑州一年喝倒一个牌子的现象，毛凌志，这个出生在中国内地，留学海外多年，工作在中国香港的宴酒坊掌舵人，有着世界性管理专家的眼光，明确制定了宴酒坊“决不为短期利益出卖未来”的经营总方针，将宴酒坊定格在专卖的坐标上，并提出了战略、战术的三部曲。

战略的三部曲是：一立足、二扩展、三覆盖。一立足：把立足点选在郑州，将郑州作为试点，摸索经验，培训队伍，用三年时间建设郑州市场。二扩展：以郑州为中心，在郑州的东西南北四面八方，八个城市开店，形成以郑州为园心的中原辐射圈，扩展整个河南市场。三覆盖：以河南八个区域为中心，辐射覆盖国内市场。

战术的三部曲是：开发对路的畅销产品，制定有效的营销方案，打造自己的专卖市场。

#### 宴酒坊楹联欣赏

晏子传绝艺 浓香酱香 香风飘万里 香透中原弥四海  
今朝庆乐辰 喜宴寿宴 宴酒醉千家 宴出大内到千门

# 买宴酒坊酒 送礼仪车队



订车电话：0371-67551179 招商电话：0371-67950802

宴酒坊温情提醒：敬请留存本版报纸