



第(023)期



宴酒坊酒业

### 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

好消息  
宴酒坊114电话导航开通了，  
可拨打114查询转接宴酒坊酒业！

宴酒坊进军中原之后，毛凌志把实施品牌战略作为宴酒坊企业经营的核心战略。他站在全球的高度，认识到创建一流品牌是企业参与世界竞争的必由之路。品牌战略是导航仪，将引领企业在汹涌澎湃的市场汪洋中正确前行，驶向成功的彼岸；品牌战略将驱动企业的经营战略，有效地进行资源的优化配置，集中于创建强势的品牌。二十一世纪的竞争，不仅仅是产品的竞争，同时还是文化的竞争，观念的竞争，品牌的竞争，综合实力的竞争。

怎样将一个有着千年文化底蕴的古代宫廷御酒打造成著名品牌，让国内普通百姓在享受到高贵典雅的千年名品的同时，又能领略到祖国优秀的物质文明和精神文明，是宴酒坊人最大的追求目标。宴酒坊决定创新路不争通路，在中国大陆以专卖店的经营模式推广宴酒坊酒。对这种专卖模式，很多人提出质疑，卖酒的不进酒店，不进商场超市，那不是把大部分市场都放弃了？宴酒坊酒业公司总经理毛凌志说：“无论是俗话说的有舍才有得，还是从哲学角度讲的放弃同时就是占领，宴酒坊不进商超酒店，的确是放弃了一部分市场，但是它却避免了无序的市场竞争和假冒产品的冲击。专卖店带给消费者的是放心，是健康，宴酒坊放弃了部分市场，却占领了消费者的心。”宴酒坊专卖模式的建立为企业实施品牌战略提供了有力保障。

毛凌志总经理详细阐述了建立专卖模式、实施品牌战略与企业长远发展之间的关系。为什么郑州一年喝倒一个牌子，这就是商家只顾眼前利益，忽视了自身的品牌保护意识，满天飞的销售方法给假酒提供了生存空间。假酒的出现彻底毁掉了品牌，毁掉了市场，毁掉了销售链。本来一个新的品牌市场建立起来就不容易，需要厂家、若干个经销商共同努力建立一个销售链。结果假酒一出现，立即出现“多米诺骨牌效应”。“多米诺骨牌效应”的出现最大的受害者是经销商。消费者发现假酒以后可以不买这个品牌的酒，厂家可以再出一个新的品牌，经销商怎么办？弃之，市场刚刚建立，还没有收到效益，不甘心；不弃，没有消费者，也没有效益，鸡肋现象使经销商左右为难。相反，宴酒坊把消费者的健康放在第一位，以专卖店的营销模式经营宴酒坊，将销售的根牢牢扎在广大消费的群体中，以口碑传媒的方法去经营宴酒坊，时间愈久，市场愈大。现在，消费者都把宴酒坊专卖店称为“自家的酒柜”，加盟宴酒坊的经销商也越来越多，宴酒坊的市场迅速向纵横处发展。

#### 宴酒坊楹联欣赏

移国酒花接中州木喜浪融黄河赤水  
萃千秋韵赢万里心春风醉酱馥浓香

# 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