



酒企“豪饮”体育营销

醉翁之意不在酒

名酒结缘体育盛事

明日，“金星杯”音乐啤酒节在重渡沟开幕，而就在本周日，“2012金星纯生·郑州国际啤酒节”闭幕，同时，金星啤酒结合社区举办的三人篮球赛、花样足球赛也在这个夏天接连上演。据金星啤酒相关部门透露，作为金星啤酒文化营销的一部分，奥运会期间，各种围绕看奥运喝啤酒的系列活动还有很多。

这个夏天，随着欧洲杯、奥运会的相继上演，在各大媒体上，啤酒广告借体育赛事的广告也在增多。

与啤酒行业成熟的体育营销手法相比，白酒厂商们显然是一个后发先至的选手，入场时间虽晚但却表现突出。5月初，河南仰韶酒业有限公司与河南省体育局战略合作草签仪式暨“百、千、万”仰韶彩陶坊酒助威奥运系列活动启动仪式，仰韶彩陶坊成为河南省体育局接待专用酒及2012年伦敦奥运会河南军团庆功专用酒，在河南军团壮行宴会及庆功宴会上指

定仰韶彩陶坊酒为唯一用酒。

对此，仰韶营销有限公司总经理卫凯表示：“白酒的体育营销，不在于短期内卖出多少产品，重要的是要有一个高层次的平台，让品牌在目标人群中得以有效的树立和传播。此次与奥运会的合作，将借此机会更好地回报社会支持和消费者的厚爱。”

在河南仰韶积极开展体育营销的同时，豫酒的另外几朵金花也在体育营销上有着自身的筹划。

去年酒祖杜康联姻体育营销，巨资赞助皇马亚洲行、全国高尔夫职业联赛、国际围棋大赛、河南第五届农运会等，以体育精神诠释了“酒祖杜康”。另外，从宋河、宝丰等豫酒厂家相关部门了解到，正在考虑在奥运会期间开展各种围绕体育项目的活动，如果能借奥运会之机扩大区域市场优势，将为豫酒的全国拓展起到巨大的积极作用。

旨在助推自身品牌

在国际上，酒类与体育联姻、赞助体育赛事、通过体育赛事的影响力提升品牌形象、建立与消费者之间的情感纽带，已经成为许多大品牌的成功营销经验。对于借力体育赛事进行营销，酒企早已有了比较明晰的理解和认识。

“消费品需要快速打出知名度，知名度与销量一样不可或缺，体育营销具有快速提高知名度的显著特点，且影响广泛，聚焦功能非常明显。”对于体育营销，金星啤酒相关负责人坦言，如今，人们的生活正在逐步迈入小康，中国社会则已经进入娱乐时代，而体育就成了人们瞩目的焦点之一。

“事实上，无论是金星啤酒还是杜康、宝丰、仰韶、宋河，这些豫酒品牌在经过这么多年的发展之后，质量本身已经不是问题，关键在于如何提升品牌的影响力。”洛阳杜康营销总监苗国军认为，目前酒类市场的竞争已演化为品牌的竞争和文化的竞争，而争夺的对象毫无疑问主要是年轻消费群体。

从品牌上看，本土品牌势头强劲，多种营销方式均不同程度提升了销量。而企业借助体育赛事的终极目的是助推自身品牌，让产品实现同步提升，所以最终的落脚点，在于将体育赛事为企业带来的丰厚卖点、亮点在传播中转化为竞争优势和企业的竞争力。

除去部分有实力的酒企有能力开展大规模的媒体推广活动外，大部分酒企最终还要结合自身发展重点及市场推广需要，开展区域性主题营销推广活动。苗国军认为，酒类营销之战略不仅限于奥运会，市场的细分还在继续，没有哪家酒企敢于懈怠。可以预见，争夺年轻消费群体的营销将超越体育赛事，逐渐蔓延到文化、娱乐等其他领域。

新战略 新模式 新未来

宝丰召开半年总结暨誓师大会



慎重图

7月6日，“新战略 新模式 新未来 宝丰酒业半年总结暨誓师大会”在宝丰酒厂召开。洁石集团兼宝丰酒业有限公司董事长王杰士及集团各位领导、宝丰酒业营销公司董事长王若飞及各营销公司领导出席了本次大会，参加大会的还有200余名销售一线员工，宝丰酒业营销公司企划中心总经理晋育锋主持会议。

会议伊始，宝丰酒业营销公司销售中心总经理南永红总结与回顾了上半年的工作内容，并对下半年各项主要工作作出了安排；北京正一堂咨询公司董事长杨光分析了白酒行业最新趋势和公司应对这些变化的模式转型的方向和步骤。

随后，在销售中心总经理南永红、副总经理王君惠带领下，销售中心各销售部总监及大区经理签署了2012年下半年度军令状，并郑重宣誓，将本次会议带入了高潮。

会上，营销公司董事长王若飞提出未来五年公司的发展思路，认为品牌引领力是凸显品牌个性、提升竞争优势的本质所在；市场推动力是不断开疆辟土、实现深度覆盖的方向保障；团队执行力是市场推进有序、工作务实高效的关键节点。王董表示：“公司上下应该明确发展思路，全力以赴，打造品牌引领力、市场推动力和团队执行力，来确保宝丰酒业的可持续发展。”董事长王杰士在听到大家的回报和对未来的发展思路后，最后总结指出，强力推进品牌效应、关注白酒发展趋势、把握增长周期至关重要，希望大家抓住白酒行业拐点机遇，加快宝丰酒业发展。

记者 熊维维 贺荣凤

让大家了解金星认同金星

金星啤酒集团承办“中原人力资源经理人沙龙”首期活动

日前，中原最大、最具影响力的专业化管理教育及顾问咨询机构河南凯若管理培训中心组织的“中原人力资源经理人沙龙”首期“走进名企”活动在河南第一、中国第四的金星啤酒集团郑州总部举行。

主题为“金星啤酒绩效管理分享”沙龙活动是河南凯若管理培训中心“中原人力资源经理人沙龙”走进河南民企的第一站。

沙龙现场，金星啤酒集团人力资源总监赵文结合金星目前的绩效管理系统，做了主题为《如何高效推行绩效管理体系》的演讲培训，就企业在绩效管理中的六大误区、五大障碍及绩效考核推行过程中的关键点等内容，详细阐述了金星人力资源管理及绩效考核先进经验，并结合绩效管理体系运行中的关键步骤与案例进行了生动分享。

作为河南第一、中国第四的金星啤酒集团，公司近年来在绩效管理体系建设方面成绩显著，员工绩效管理工作持续提升，尤其是去年导入卓越绩效管理模式以来，公司绩效管理体系逐步成熟、完善。企业遵循“以人为



慎重图

本、持续学习、高效执行、卓越团队”的价值观，对人力资源规划、人才招聘、培训学习、薪酬福利、考核激励、职业发展等方面进行优化设计，逐步形成完善、系统的人力资源管理体系。

以“整合国内顶级资源、服务中原经济区

发展”为工作理念的河南凯若管理培训中心是中原高端职业培训旗舰、中原最大最具影响力的专业化管理教育及顾问咨询机构，是河南省职业技能鉴定中心批准的国家职业资格人力资源管理职业技能鉴定培训单位。

记者 熊维维 徐传芳

首届郑州粮液酒文化论坛会召开

7月7日，由河南省酒业协会、河南省御粮酒业有限公司共同举办的“省会媒体走进豫酒分享郑州粮液及酒文化论坛”在黄河风景名胜区召开。本次论坛会以弘扬豫酒文化，打造省会白酒品牌为主题。论坛由河南省御粮酒业有限公司董事长郭中民主持，河南省酒业协会会长熊玉亮、中原经济区建设促进会秘书长党金国、郑州正九酒业董事长闫盛双等在会上做了精彩讲话。省酒业协会会长熊玉亮对省会品牌白酒“郑州粮液”做出了肯定及支持，熊玉亮说：“咱们豫酒从不缺品质，更不缺品牌。弘扬豫酒文化很重要，咱们中原酿酒的历史可以追溯到9000年前，而不是过去一直讲的酒发源于7000年前仰韶文化。”

贺荣凤