



金星啤酒集团董事长
张铁山

2006年,世界知名财经媒体《福布斯》称金星独特的商业模式证明:没有任何外资背景、没有股市资本的融通,但是金星却缔造了国产啤酒的发展传奇,金星的“独资建厂、自我复制、小步快跑”的扩张模式被业界尊称为“金星模式”。

对此,张铁山说:“我觉得,所有荣誉只是一个新的起点,不断变换的目标永远在前方,虽离我们不远,但仍然需要奋斗才能达成。”

成功是一个又一个目标的达成。目前,作为中国啤酒行业第二阵营的领军企业,我们要通过努力,进一步提升企业的核心竞争力和整体利润水平,使企业跨入第一阵营行列。

做企业要有大事业心!应尽力做大做强,为此,就要朝着正确的方向做正确的事情。金星从确立全国布局的“做大做强”到注重内部效益的

心怀梦想 路就不远

“做强做大”,以及世界前十大财团争先欲与其组成战略合作伙伴,都透露出金星啤酒“大名鼎鼎战略”的大企风范。

“我有一个愿望:要把金星啤酒做成全国的强势啤酒品牌!未来3到5年内,带领金星进入中国啤酒前三甲。”

心中有梦,路就不远。对于张铁山来说,这个“梦”就是方向,就是目标。从“中国梦”到“中原梦”再到“金星梦”,大到一个国家,小到企业都有自己的奋斗目标,企业的成长和所在地域乃至国家的发展密切相关。

“我认为郑州的发展是飞速的,‘大中原’的崛起有目共睹。承接‘中国梦’的国家战略,‘中原梦’以及‘金星梦’也必将借着这一东风乘风破浪,飞得更高!”

十一年携手共进

总

有话

《郑州晚报》作为一家有责任感和使命感的媒体,承载和记录了大郑州辉煌发展的“梦想”,在其成立64周年暨改版11周年之际,祝福《郑州晚报》心怀大梦,越办越好!

——金星啤酒集团董事长张铁山

晚报改版11年来,对行业的关注与宣传,成了沟通企业与消费者之间的桥梁。值此晚报改版11周年之际,祝愿晚报越办越好,贴近百姓,宣传行业,希望我们与晚报的合作继续进行。

——河南世嘉酒业有限公司副总经理、河南董酒营销中心总经理冯红漫

牵手董酒 做懂酒的人

“人生如同娇艳欲滴的花朵,总是在适合的时节、充足的阳光下吐露芬芳,绽放出最美丽的笑容。”冯红漫也正以她花一般的笑容,迎来事业上一个新的高峰。

从2006年一次偶然的来到世嘉,到2009年第一次接触董酒,再到2012年度董酒在河南市场的销售额突破亿元,冯红漫一步步地迎难而上,展露芳容,成就了企业,也造就了个人的灿烂人生。

通过一年的市场运作,2012年度,董酒在河南市场的销售额突破亿元,经销商已达百家。在董酒河南营销中心的指导扶持下,经销商基本都在合同期内完成和超额完成了任务。

回顾一年多来的市场运作经验,冯红漫深有体会地说,董酒与世嘉的成功合作,主要得益于机制上的创新。从签署合作协议那天起,世嘉对董酒来说就不再是经销商,董酒和

世嘉的合作是资源优势互补,董酒保证优秀品牌和无上品质的产品,世嘉贡献的是对名酒河南市场的运作能力和优秀的团队资源。

2013年,董酒在河南仍按照2012年的市场布局,加快补充空白渠道、空白区域客户,发展核心客户达到160家左右,本着稳扎稳打的原则,2013年业绩在2012年的基础上翻番。2013年董酒将注重市场回归,2012年客户都是以团购销售为主,2013年要求渠道经销商扎扎实实做市场,做渠道,在终端陈列和市场动销上下工夫,不断开发定制产品和个性化产品,满足消费者的需求,将董酒做成河南市场次高端第一品牌。

冯红漫说,女人都是感性得多,理性得少,而我是一个做一行爱一行的人。我现在对酒的热爱要超过很多男性,我很享受葡萄酒的芬芳和浪漫,白酒的醇厚和质朴。



河南世嘉酒业有限公司
副总经理、河南董酒营销中心
总经理冯红漫

明星产品 Star products

金星啤酒主导产品金星新一代、金星纯生、金星果啤等系列啤酒20多个品种,畅销河南、河北、山西、陕西、山东、广东、贵州、云南、四川等20多个省市自治区,连续多年,金星啤酒成为中国啤酒大众市场领导者和中西部啤酒市场主导者。



我喝我所爱 金星新一代