

宋河 2013 全国经销商大会举行

2013 年 3 月 6 日,南国的鹏城早已温暖如春,“宋河股份 2013 全国经销商大会”在这里隆重开幕。宋河股份总裁王祎杨、宋河股份生产基地与营销公司各部门代表以及来自全国各地的数百名经销商一起体味艰辛、分享收获、前瞻未来。

与往年不同的是,在宋河股份 2013 年全国经销商大会上,一组最新的数据深刻进了每一位经销商的脑海:2012 年,豫酒之王宋河在河南率先实现销售额突破 20 亿元,树立了豫酒新高度,以 20 亿元为起点,宋河股份制定了未来三至五年的战略目标,“统领中原、挺进十强”。

王祎杨表示,为实现从区域强势品牌向全国知名品牌的升级,宋河股份自 2012 年就已开打一系列全方位多渠道的组合套路。在省内,宋河全

面发力,以公益打造品牌美誉度、以工业游沟通消费者,强化产地市场垄断地位,并不断开拓新的渠道。在省外市场,以点到面加速布局,提升品牌影响力。

2012 年,宋河股份下大力对生产基地进行改造,在新工业园区累计投入 3.3 亿元,新增了十余条全自动化灌装生产线,6 万吨储酒罐和先进的检测、微机调酒等设备,并完成了质量管理体系、食品安全管理体系、环境管理体系、职业健康安全管理体系的四证合一,确保了产品质量和批量 100% 合格。

实力的不断壮大和产品内在质量的大幅提升,推动着宋河酒中高端产品销售额度的不断攀升。2012 年度,宋河省内市场增幅 50%、省外增长率达到 150%,年销售额强势突破

20 亿元,巩固了“豫酒之王”的位置。

2013 年是宋河实现“统领中原,挺进十强”目标的开局之年,为了有效保障 2013 年度营销目标的完成,王祎杨对 2013 年宋河产品结构优化升级、加大对中高端产品的推广力度、经销商优化升级、打造千万县级市场、多品牌组合运作等方面做了部署。

结合省内外发展的差异性,宋河股份 2013 年将侧重差异化策略,在省内注重“打造地级市样板市场,连点成片”,省外则侧重“渗透性布局点状市场,连点成块,构建板块区域强势品牌”。同时全面启动河南各地级市场的深度开发和资源投放工作,严格维护价格体系,将客户的培育和管理方针真正落实到实处,为“统领中原,挺进十强”的目标蓄势。(杨黎明)



宋河股份总裁王祎杨发言

商界达人祭伏羲

2 月 13 日上午 9 时,一年一度的祭祀中华人文始祖太昊伏羲氏大典在淮阳举行。当日,惠风和煦,春光明媚,近千名商界代表和数万群众一起,深深缅怀羲皇人祖

的丰功伟绩,把酒敬香,慎终追远,虔诚致祭。此次活动由泸州老窖柒泉乾阳酒类销售有限公司、周口市总商会、周口市酒业商会、深圳市怡亚通供应链股份有限公司周

口分公司等单位联合主办。据了解,农历二月初二是中国民间的传统节日——“龙抬头”,也是淮阳历时一个月的传统太昊陵庙会的第一天。规模盛大的太昊陵庙会,每年都会吸引众多社会各界人士前来朝宗谒拜。2008 年,淮阳太昊陵庙会以其单日参会人数达 82 万人次,创下上海大世界吉尼斯之最。(记者 付永奇 实习生 王亚平)



“怡亚通”周口分公司举行揭牌仪式

□记者 付永奇 实习生 王亚平

本报讯 3 月 12 日,深圳市怡亚通供应链股份有限公司周口分公司在淮阳羲皇宾馆举行揭牌仪式。周口市委统战部领导及周口市酒业商会会长张利、深圳市怡亚通供应链股份有限公司深度 380 业务集群总裁胡峰屹、泸州老窖紫砂大曲总经理刘伟忠等参加了仪式。

深圳市怡亚通供应链股份有限公司成

立于 1997 年,是中国唯一一家上市供应链企业,专业承接企业非核心业务的外包,帮助企业提高供应链效益,推动企业供应链创新,构筑企业核心竞争力。2012 年下半年,在周口市酒业商会的努力推动下,促成了周口豫鑫商贸公司与深圳市怡亚通供应链股份有限公司的深度合作,双方紧紧围绕整合、共享、创新的经营思想,立足中国、发展亚洲、推平世界的发展战略,以及做全球最优秀的供应链服务的经营

目标,最终决定正式成立深圳市怡亚通供应链股份有限公司周口分公司。在揭牌仪式上,相关领导致辞欢迎,并共同开启了怡亚通股份有限公司周口分公司的启动仪式。

揭牌仪式结束后,中国社会科学院经济研究所研究员袁钢明教授应邀开展了一场关于《当前经济形势与民营企业发展方向》的讲座,讲座现场气氛热烈,听众纷纷提出自己的问题。

监督 热线

8599376 13839412578

就餐时不给发票;
菜品中有异物;
被强迫接受最低消费;
油烟扰民;
假冒伪劣酒水;
服务态度恶劣;
强制使用一次性消毒餐具;

发现以上情况,请拨打监督热线电话,我们将第一时间关注您的呼声,通过记者的调查与呼吁,引起有关部门的重视,让您的合法权益得到维护。