挺进十强 宋河酒业全国化战略“换挡提速”

白酒行业调整已成定局，在多重负面因素影响下，高端白酒消费受限、价格下行，而各大二线区域白酒龙头则趁机抢占市场空白，全国化之路愈演愈烈。

“着眼于自身发展现状与基础实力，宋河酒业制定了未来三至五年的营销战略目标，也就是‘统领中原，挺进十强’。”河南省宋河酒业股份有限公司董事长朱文臣2月21日在“宋河酒业2013年营销战略部署大会”上表示。

随后，2月27日，宋河酒业推出的“鼎韵宋河”纪念收藏酒在郑州通过了由上海国际酒业交易中心主办的上市发行审核，显示出宋河酒业围绕百亿元营收目标而做出的全国化努力。

不惧行业调整 欲跻身十强阵营

2012年，在经济增速放缓、三公消费受限、禁酒令推行等多重负面因素的影响下，白酒行业结束“黄金十年”，步入调整期。在刚刚过去的消费旺季，白酒行业尤其是高端白酒以“量价齐跌”的方式给市场交上了一份尴尬的成绩单。

但与此同时，高端白酒消费受限而导致的价量萎缩却让二三线酒企看到了机会，纷纷祭出全国化大旗以抢占高端白酒留下的市场空间。

“今年对于区域性名酒而言会有更多的机会，尤其是拥有一定品牌及市场积淀的二线名酒，将有望凭借产品及价格优势步入上升通道。”宋河酒业总裁兼营销公司董事长王祎杨表示。

据王祎杨介绍，2012年度，宋河酒业销售额突破20亿元，巩固了“豫酒之王”的地位，“但我们的目标不止于此，我们拥有更大的雄心伟略，剑指全国，实现由区域强势品牌向全国知名品牌的跨越是宋河下一步的发展方向。”

业内专家认为，尽管步入行业调整期，但中国白酒业的增长却不会停滞，只是从全行业的扩容式增长转向了挤压式增长，“腰部崛起”将成为白酒业未来发展的一个重要特征，区域龙头酒企如果能够抓住机遇，或将实现弯道超车，带来白酒行业格局的重大调整。

宋河酒业也确定了进军全国白酒十强的目标。据王祎杨介绍，围绕该目标，2013年，宋河将通过重塑品牌概念、梳理规划产品线、整合营销队伍、加强基础渠道建设等一系列营销措施，实现宋河品牌影响力和产品销售额的双向提升及增长。

发力省外市场 全国化拓展提速

作为中国白酒的发祥地，以及白酒生产和消费大省，河南省在我国的白酒市场中占据较为重要的地位，而在豫酒当中，宋河酒业则是当仁不让的“龙头老大”。

据了解，宋河酒业已连续11年产销量稳居河南首位，2012年率先突破20亿元销售额，继续领跑豫酒阵营。

王祎杨还称，豫酒之中，宋河是唯一一个在河南全省108个县市做到全渠道覆盖，甚至渠道已经下沉到乡镇的白酒企业，也是河南唯一的浓香型中国名酒。

不过，“豫酒老大”宋河显然不满足于此，其全国化步伐自2012年便开始加快。王祎杨介绍，2012年宋河在省外市场有一系列比较大的动作，也取得了不错的成绩，宋河酒业的省内市场增幅达50%以上，省外市场则实现两倍增长。

2013年，宋河酒业最新广告片登陆央视，也预示着宋河全国化拓展的提速。王祎杨表示，未来，宋河将会结合省内外市场发展的特点，运用差异化策略，在省内注重“打造垄断性的市场，以点成面”，省外则侧重“大力培养样板市场和重点区域，以点成块”。

而宋河在原酒方面的储备显然也为其全面进军全国市场埋下了“伏笔”。据公司高管介绍，宋河多年以来一直致力于原酒的生产和储备，目前，宋河拥有原酒发酵池1.5万个，原酒产能2万吨/年，储酒能力超过10万吨，宋河当前的原酒储备近4万吨。“原酒的储量及产能是酒企安身立命之本，只有产能扩大，盘子才能做大，这也是宋河前几年舍弃快速增长转而积淀原酒的重要原因。”王祎杨称。

借道酒类电商 探索渠道新变革

2012年11月26日，宋河酒业网络旗舰店正式上线，并同时进驻天猫及酒仙网，成为首家开设线上旗舰店的酒企，其目标直指“中国互联网第一名酒”。

宋河股份董事长朱文臣表示，借助酒仙网的平台优势，宋河股份网上旗舰店将实现全网覆盖，5年内再造一个新宋河。通过传统渠道加网络渠道，实现100亿元的销售目标。

一位白酒业营销专家表示，随着消费群体，特别是80后群体消费习惯的改变，酒类电商的爆发性发展是可以预见的，3年后将迎来大发展，5年后会有革命性的爆发，将来一定会超越传统渠道，这也为正在蓄力的酒类品牌提供了崛起的良机。

早在2012年7月，宋河酒业就授权酒仙网为网络销售伙伴，促其旗下多款产品登陆京东商城、当当网、苏宁易购、国美商城、1号店等大型电子商务平台销售。而宋河1月10日在酒仙网推出的一款专为青年人设计的白酒宋河扣扣，也创造出6天预售10万瓶的记录，成为酒仙网“最抢手的酒”。

王祎杨称，电商代表着未来的发展趋势，市场“倒逼”酒企必须做好电子商务，这不仅为酒企提供了一个平台，更意味着消费的变革、渠道的变革和市场的变革。

与此同时，在新渠道的拓展方面，上海国际酒业交易中心也成为宋河酒业选择的一个重要平台。在2月27日通过发审会之后，宋河推出的“鼎韵宋河”纪念收藏酒将于3月底登陆上海国际酒业交易中心，成为上海国际酒业交易中心发行的第九只白酒证券化产品。 （舒 彤）

AH-IPS搭档MHL 飞利浦27英寸睿翼显示器上演视觉盛宴

显示器发展到今天，经历了从响应时间缩短到面板升级，从绿色节能到智能互联的发展。我们无法想象未来的显示器是什么样子的，但可以肯定的是，它将更好地服务我们，就像飞利浦上市的新款27英寸显示器睿翼274E5QHAB一样。

手机电脑一线连！MHL技术让显示器派上大用场

飞利浦27英寸显示器睿翼274E5QHAB特有的MHL功能可以支持移动设备与显示器相连，并可以直接显示移动设备中的内容。现在只要拥有一部支持MHL功能的智能手机和一款飞利浦27英寸显示器睿翼274E5QHAB，无需打开电脑也可观看震撼人心的高清电影和视频。你可以通过MHL技术在飞利浦27英寸显示器274E5QHAB上观赏电影视频、玩High手机游戏，甚至是畅爽网上冲浪……MHL智联技术让你的手机娱乐生活更加舒适和便捷。

时尚简约霸气外露！超凡技术引领显示器新潮流

飞利浦27英寸显示器274E5QHAB除了AH-IPS与MHL两个全新技术之外，还拥有其他优势，比如精湛的工业化设计。为什么取名“睿翼”呢？睿代表智能与轻松，翼来自于E5英文Edge，有锋利羽翼之意。机如其名，飞利浦27英寸显示器274E5QHAB给人优雅大气的感觉，显示器机身非常薄，拥有细颈支架及椭圆形抛光底座，精美质感跃于眼前。该显示器秉承飞利浦一贯保持的差异化设计和精美造型工艺，将为消费者带来优雅精致的使用感受。 （薛 星）

华硕RT-N12HP全球首创9dBi双天线无线路由

作为目前主要的家庭无线网络设备，无线路由器的信号性能与管理功能等逐渐成为消费者选购时的重要参考因素。对于一般的家庭使用环境来讲，无线信号的好坏程度显得尤为重要，毕竟，无线上网速度会受无线信号接受强弱影响。而华硕最新上市的RT-N12HP无线路由器将为家庭用户带来福音，它拥有两根可拆卸的高增益9dBi天线并配合独立设计的信号增益器，使得其802.11n的无线网络的覆盖范围达到了其他300Mbps路由的3倍之多，轻松解决了信号忽强忽弱、频繁掉线的烦恼。华硕穿墙皇RT-N12HP无线路由的信号几乎可以覆盖任何豪宅的每一个角落，并给用户带来极速稳定的网上冲浪体验。 （高 哲）

云驾岭矿制修厂开展大型设备巡检保安全促生产

今年以来，冀中能源邯矿集团云驾岭矿制修厂紧紧围绕矿井生产建设，组织开展了多种形式的服务竞赛活动。近日，该厂组织本车间班组长、技术骨干深入到井下一线，开展拉网式大检查和菜单式巡检，对存在的各类问题进行认真会诊。成立了由组长、骨干人员组成的故障排除小组，解决生产过程中遇到的各种问题，及时排除机器设备故障，累计排查解决各类故障20余次，确保了设备正常运行，促进了该矿产量进尺生产任务的完成。 （王 静）

云驾岭矿对架空乘人装置进行新工艺改造

针对过去安装和运行过程中存在的安装难度大、容易发生故障等问题，冀中能源邯矿集团云驾岭矿制修厂将巷道两侧挖洞穿装改为两侧用锚杆固定两个支座，横梁安装在支座上，两端分别用两组U型螺栓固定，支座固定面与横梁支撑面设计成70°，保证横梁与支座支撑面有效接触，横梁两端留出100毫米至150毫米间隙，以缓解矿压对横梁挤压造成变形。该矿3个轨道坡合计4120米，为该矿节省人工费、建工料费等16.4万元，提高了企业经济效益。 （王 静）

云驾岭矿制修厂营造学业务促创新浓厚氛围

今年以来，围绕企业安全生产经营管理，冀中能源邯矿集团云驾岭矿制修厂组织职工开展技术创新和“我为生产献一计”活动，加强技术业务学习，建立完善了各种学习制度。厂领导带头参加技术业务培训，技术人员为职工上专业知识课，通过学习充电，不断提高知识结构、管理能力、工作水平。围绕服务生产一线，全厂职工大力开展安全生产小改革、小创新、小改造活动26项，累计节约材料费6万余元。 （王 静）

“我是骊威 我为自己代言”

“你只看到我的销量，却没看到我的实力；你有你的专车专用，我有我的一车多能；你嘲笑我不懂高端奢华，我可怜你不再活力年轻；你可以轻视我的价格，我会证明好车也能不贵。选车，注定是不同意见的PK，少不了迟疑与比较，但，那又怎样？哪怕道路再拥挤堵塞，我也有我的超大空间，舒适自在。我是骊威，我为自己代言。”

“代言体”近日风靡网络，“我为自己代言”成为时尚用语。2013年新春伊始，骊威车主为自己的爱车编写的“代言体”既体现了骊威车型的特色，又处处流露出拥有骊威的自豪感。不少车主表示非常喜爱这款集实用和时尚于一体的小车，购买骊威后大幅扩展了自己的生活半径。

我有全时全能，我为自己代言

作为东风日产旗下的精品小车，骊威没有延续目前汽车市场上常规的产品定位，而是创出了一个全新的概念：“全时全能”轿车。所谓“全时全能”，即家用轿车与工作商务等多功能用车的完美结合，它考虑到年轻消费者的实际需求，既拥有家用轿车的舒适性和操控性，又具备了多功能车的超大空间和安全感。

拿新骊威劲悦版来说，天窗、真皮座椅、倒车雷达等全方位配备及深色内饰、6种车色选择，极富时代气息。车身内部在保持了精细的做工外，还有许多令人惊喜的小细节，类似电动防夹车窗等人性化设计也值得称道，可谓将轿车的舒适性和“全时全能”的实用性完美结合。

年轻人追寻自由，其实就是想拥有一个属于自己的空间。用车的自由，一定程度也表现在空间上。在精品小车中，骊威的大空间可谓首屈一指，其长、宽、高分别是4178mm、1690mm、1565mm，而轴距则达到2600mm，这足以令它在同级别车中傲视群雄，让驾乘者在车内能够获得很好的头部空间和腿部空间。值得一提的是，它的后排空间非常理想，可以坐下3个成年男性，而且腿部可以舒展开来。此外，车内座椅的外形与支撑能力很好，即使长时间乘坐也不会感觉不适，这种配置的人性化体现在行车过程中的各种细节上，体贴入微且恰到好处。

“我的骊威车内空间十分宽敞，有时候坐满5个人也丝毫不显拥挤。而且它的后备箱特别大，春节回家时我带了很多礼物给家人朋友，几个大箱子很轻松就装下了。当初买车时我想选一辆实用性强的，现在看来骊威果然是个正确的选择。”刚从苏州老家回来的车主谷先生表示。

不仅是空间宽敞实用，骊威还是一款经济性极佳的车型。一方面，骊威集家用轿车与商务用车的特征于一体，对于事业刚起步的年轻车主来说，一辆车就能轻松满足生活中多种场合的用车需求，无疑是高性价比的精明之选。另一方面，骊威具有很好的燃油经济性，作为一辆两厢小车，本身就比三厢车在油耗上占优势。骊威劲悦版的综合工况油耗可低至6.2升/百公里。每日穿行在车水马龙的都市，堵车必定让人心烦，而驾驶像骊威这样的小车，确实能让车主省油更省心。

除了家庭用户，处于事业上升期的“白领”人群也逐渐成为了汽车消费的主力军团。他们希望把钱“花在刀刃上”，选择高性价比的“全时全能”车型。与此同时，他们内心潜伏着对速度与个性的追求，以及对多元化生活的渴望。他们热衷自驾出游、外出聚会等多种休闲生活方式，注重汽车的个性功能。打动他们的不再仅仅是满足“面子”问题的车型，而是像骊威这样真正适合他们的、功能多变的车型，无论是日常代步还是外出游玩，都为生活开启了多种可能，兼顾商务与休闲的全方位要求。

刚刚进行完首保的骊威车主李女士这样评价骊威：“骊威的价格和保养成本相对较低，但它给我的事业和生活带来的好处却很多。它的空间够大，拥有宽敞的头部空间和富裕的后排膝部空间。后排座椅还很深，这样长时间乘坐也不会觉得不舒适。行李箱比较大，而且最后一排座椅6:4分割，还可以折叠平放，即使像山地车这样的大件物品也能轻易装下。开着它和朋友们去郊游了几次，大家对我的车评价都挺高，有人甚至说要把自己的三厢轿车也换成这种实用性更强的车。”

我有动感活力，我为自己代言

骊威除了具有“全时全能”的特点，更由内而外散发出动感活力，受到不少年轻时尚人士的青睐。据了解，因为动感时尚的设计，早在2010年，骊威就被媒体授予“最具时尚车型领航者”荣誉称号。

特别是骊威劲锐版，外观设计硬朗有力，前脸采用了典型的日产设计风格，饱满的前脸上，大面积的镀铬进气隔栅被日产车标从中一分为二，两边锐利的前灯组合，搭配稍微向前突的前保险杠，交织出一种英气十足的帅气感。

黑色车侧大包围和粗犷轮眉，全包式前后保险杠设计，现代感的前格栅和顶置动感行李架，让原本较为平和的骊威迸发出强烈的运动感。通体流畅柔和的车身线条使整车看上去更具活力，而立体感的大面积一体式尾灯不仅迎合了掀背车型的潮流，而且在夜间的辨识度也非常高。

“骊威劲锐版的外型让我一见倾心，它看起来完全不像一辆10万元左右的小车，不少朋友看到它都以为我买了一辆SUV。它的运动感和身型确实很像一辆小型SUV，装配上行李架，去自驾游真是实用又帅气。”骊威劲锐版的车主刘女士表示。

外观潮流新锐，内饰同样毫不逊色，酷感十足的深黑色取代浅色调成为骊威劲锐版内饰的主色，换挡手柄、中控台和方向盘则采用金属银色饰条作为点缀，座椅和门饰的主要部分都使用了特殊布料。无论是谁，一旦进入驾驶室，即可感觉到速度和激情澎湃而出。骊威内部在保持了精细的做工外，还有许多令人惊喜的小细节，类似遮阳板加装化妆镜、电动防夹车窗等人性化设计值得称道。

对于正在崛起的年轻一代来说，骊威劲锐版已不仅仅是代步工具，还可以借此张扬个性和表达无拘无束的生活态度。对于已经成家立业的家庭消费者而言，骊威除了日常工作生活的代步使用以外，还常用于与家人或朋友一起去郊外旅行，并以此来展现独特的个性。它能为全家郊游出行提供便利的空间组合。配合6:4分割的后排座椅调整，一个轻松的动作便可将行李箱调整至1548L的容量，创造同级车之最。

不仅外观内饰极富动感气息，骊威的动力输出也彰显出年轻活力。很多人期待驾车出游，新骊威劲锐版亦城市亦运动，具备强劲高效的动力组合。新骊威劲锐版搭载的1.6L HR16DE全铝合金发动机最大功率达105马力，峰值扭矩可达150N·m，真正实现了小车大动力。

骊威家族中的另一款车型，骊威劲逸版则采用突破轿车理念的7座设计，称得上一辆小型MPV，使三代人共处一车不再成为难题。三排座椅拥有多种不同的组合方式，这让它的内部既可以是车厢又可以当行李室。最后一排座椅可以“一拉式”折叠，从而获得平整宽敞的储物空间。内部大空间、极高的性价比和优异的产品品质，使得骊威家族的三款车型广受业内人士和消费者好评，长期位居细分市场前列。

正如骊威的英文名LIVINA，由英语单词Living（居家）与Active（活动）组成，从字面上理解，它就是一个兼顾家居生活与商务活动的多面手，不论是家居生活还是商务活动，都能应对游刃有余。骊威车型很好地诠释了“全时全能”和“活力动感”的设计理念，它超凡的空间感和开放感，以及对年轻个性的追求，也成为新时代消费者自由从容、尽享时尚汽车生活的最佳代言。 （李 燕）