

2003年中国酒业营销类畅销书——2003年中国当红策划人的力作

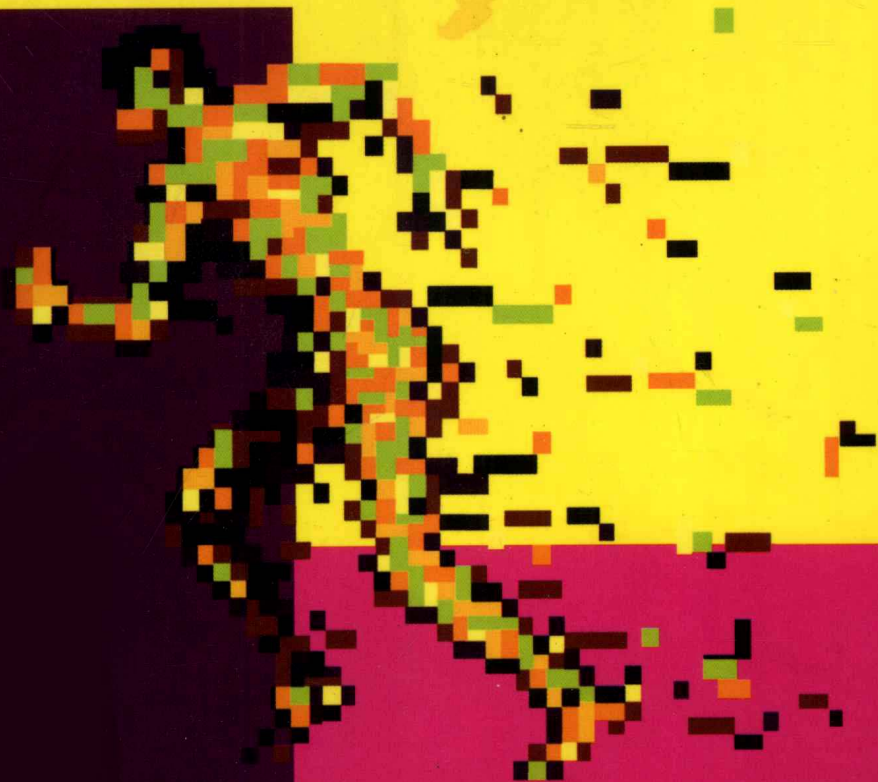
强势品牌

与

强势赢销

现代白酒金士力品牌营销策划案例解密

■ 华红兵/著



中国商业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

强势品牌与强势赢销/华红兵著. —北京: 中国商业出版社, 2003.10

ISBN 7-5044-4926-1

I. 强… II. 华… III. 白酒—市场营销学
IV. F724.782

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 087663 号

责任编辑: 陈朝阳

中国商业出版社出版发行
(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店总店北京发行所经销

北京星月印刷厂印刷

*

880×1230 毫米 32 开 4.75 印张 100 千字

2003 年 10 月第 1 版 2003 年 10 月第 1 次印刷

定价: 28.00 元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

《中国系统营销研究丛书》

编委会

主 编：华红兵

副主编：邓超明 辛 兵

编 委：华红兵 黄安秋 邓超明 辛 兵

胡其修 白亚群 叶文杰 周 董

封面设计：

 互通国际广告
INTERCOM INT.ADS.

电话：010-88577006

www.hutongguoji.com



金士力酒于2003年8月1日起在
央视1、2、3、5、6套全线热播。



现代白酒的总导演闫希军先生为现代白酒的总策划华红兵先生发聘书。



2003年7月26日在现代白酒
营销论坛上，金士力酒
得到与会商界朋友、专家
的普遍赞誉。





华红兵先生在2003年首届国际营销节上荣获全国十佳策划人、全国十大杰出营销经理人。



华红兵先生于2003年8月在首届中国职业经理人大会上荣获中国十大企业培训师、中国企业十大企划人物。



国际营销大师米尔顿·科特勒为华红兵先生颁奖。

华红兵先生与体坛明星刘璇合影。





华红兵先生在赛特集团公关策划会上讲课。



华红兵先生作为第一位走入清华大学的策划界人士
在首届“学习型社会”财富论坛上讲课。

《中国系统营销研究丛书》

编委会

主 编：华红兵

副主编：邓超明 辛 兵

编 委：华红兵 黄安秋 邓超明 辛 兵
胡其修 白亚群 叶文杰 周 蔓

《井丛杂诗》
传统文化 一杯酒 一个梦
现代白酒 现代人 现代情

许红兵

作者简介

中国当红策划人



**“只要思想不滑坡，
办法总比困难多”**

华红兵先生的策划集中在企业营销方面，他的实践风格的策划案例曾获首届中国国际营销节策划案例金奖。华红兵先生立志于创新中国企业营销模式，他以“创新现代营销企划”为主题的讲演、报告会共在全国举办过260多场，这些专业营销讲座和专业企划报告会盛况空前，场场爆满。华红兵先生的演讲改变了很多职业经理人和职业企划人的观念，同时也改变了他们的职业生涯。他的融合了理论与实践的创新观点，如“只要思想不滑坡，办法总比困难多”、“不去引导消费者，而是被消费者引导”、“用模式创新去突破传统营销封锁线”等等，充分体现了现代营销企划大师的超前思维和超前智慧。

2002年初，华红兵先生应邀到清华大学举行专场演讲，这是中国企划人第一次

走上高等学府的讲坛。华红兵先生的论文、案例及策划活动每年都成为营销策划界闪光的亮点。

新华社、《中国经营报》、《销售与市场》、《企业研究》、《商界》、《国际商报》、《糖酒快讯》、搜狐网、新浪网等国内数百家媒体都曾对华红兵先生做过报道；《CHINA BUSINESS》曾把华红兵先生的成功策划以较大篇幅推荐给国内外的读者。

华红兵先生的创新理念，如第三角度思维、营销系统论、全天候营销、反向营销等在营销专业领域引起了巨大的轰动；华红兵先生的力作《全天候营销》和《反向营销》两部营销专著已于近期出版，并受到业界的追捧，成为营销类畅销书。

华红兵先生的著名观点：

- 只要思想不滑坡 • 办法总比困难多——让思想先富起来
- 胸怀有多大 • 事业有多大——想大才能做大
- 知识改变命运 • 智慧营就成功——态度决定一切
- 突破传统营销封锁线——营销企划的革命

网站：[http//www.huahongbing.com](http://www.huahongbing.com)

试读结束：需要全本请在线购买：www.ertongbook.com

华红兵先生策划经历

- 北京汇源食品集团公司营销企划及执行代理
- 天津天士力集团
- 天津摩托罗拉公司公关广告企划案
- 石药集团欧意营销策划
- 润通养颜胶囊行销策划
- 山东扳倒井集团公司酒类营销企划
- 山东扳倒井集团保健品整体营销企划及督导执行
- 石家庄珍极酿造集团公司营销企划
- 石家庄圣心食品有限公司铁蛋水饺连锁经营策划
- 河北怡兆公司 99' 营销策划及督导执行
- 山东钢山酒业 98' 全国市场启动方案及新品上市方案
- 天津运通房地产公司公关广告企划案
- 天津泰达房产公司公关广告企划案
- 完达山奶粉天津市场调查及营销企划方案
- 河北省省会城市形象礼仪小姐大赛整体策划
- 河北国贸假日中心企业形象企划方案
- 天津万科城市花园主打广告语的设计
- 与全国政协委员——李曉华合作策划“脑力智宝”——排毒养颜胶囊北方区营销策划
- 中外合资通络药业营销策划

揭密“金士力现象”（代序）

我在营销策划道路上整整走了八年。

从与打造中国果汁第一品牌的汇源的合作，到与世界500强的摩托罗拉进行品牌策划，再到金士力现代白酒的整合营销，我没有任何停歇地一路走来；在此期间，我为20多个国内国外的知名品牌进行策划，付出了数千个日日夜夜的辛劳和汗水，也从中不断地丰富和充实自己，这才有了今天的一点成就。

金士力是我正在服务的品牌。

在给金士力进行品牌策划的过程中，我跳出了产品和品牌的束缚，从文化的角度进行思考，大胆确定了以文化传播为核心的策划指导思想；在此基础上，精心策划了几次轰动各界的论坛活动。随着一系列论坛活动的开展，“现代白酒金士力”像狂飙一样突进，不仅业界为之震动，同时也引起了社会和公众的广泛关注，中外媒体对此进行了大量的宣传报道，产生了前所未有的轰动效应，被媒体称为2003年之“金士力现象”。

这一系列的活动，应该称得上是大手笔。

一个产品可以改变一个世界，一个品牌可以开创一个时代！

现代白酒金士力，正在开创一个崭新的健康生活新时代！

一时间，我陷入了给新闻媒体的频频解惑和给同行业指点的繁忙事务中；有鉴于此，我觉得非常有出版本书的必要，将我成功的策划经验昭示于众人，将金士力现象产生的秘密与世人共享，让他们了解我成功策划金士力的一些过程，也为让中国策划业能早日规范起来，贡献出自己一份微薄的力量。

华红兵
2003/09/20

目录



第一章 横空出世：现代白酒金士力	1
中国传统酒文化历史悠久，源远流长	2
白酒产业：西边的太阳快要落山了吗？	3
白酒市场：低层次重复竞争使市场环境急剧恶化	4
巨人出手：危机与商机	5
三年不鸣：宝剑锋从磨砺出	7
石破天惊：现代白酒横空出世	7
第二章 金士力的总导演	11
胸怀天下的企业家	13
敢想敢干的知识勇士	17
厚德载物的导师	22
现代白酒的总导演	27
三分天下必有其一	32
第三章 如果想了解金士力，就必须先了解天士力	36
创业：偶然与必然	37
经营：制度与权威	41
管理：做人与做事	42
组织：力量与速度	44
文化：实在与虚无	48
归属：吸纳与激励	59
第四章 金士力：现代白酒 健康100	61
什么是现代白酒？	62
现代白酒的六大标准	64
现代白酒对消费文化的影响	68
附：现代营销企划树	70



目录

第五章 金士力的品牌传播战略	71
品牌定位：现代白酒金士力	72
品牌的核心内涵：企业文化	74
品牌战略目标：百年健康品牌	75
品牌传播：又卖文化又卖酒	77
品牌管家：焕发金士力的品牌魅力	77
附：现代营销企划书编制流程	83
第六章 现代白酒，现代“赢”销	84
全新的产业观：现代白酒 日出朝阳	85
产业市场新格局	86
白酒市场分蛋糕：创造新空间	87
现代“赢”销：制定新规则	88
全天候营销：突破传统营销封锁线	89
全天候营销：理念	92
全天候营销：改变观念	94
全天候营销：创新的营销思维方式	97
金士力：营销五大法宝	97
附：互动的全天候营销企划，360度全方位营销	100
第七章 现代白酒，出水芙蓉——华红兵如是说	101
现代白酒与健康新生活运动	102
中国白酒：为什么沦为夕阳产业？	103
现代白酒，出水芙蓉	104
新饮酒文化：健康新生活运动	105
附：实战企划的新思维技术	108
第八章 现代白酒金士力：媒体观点	109
附录一	126
附录二	129

第一章

横空出世： 现代白酒金士力



只要思想不滑坡，办法总比困难多

——让思想先富起来

华红兵精彩观点采摘



中国传统酒文化历史悠久，源远流长

在中华民族灿烂的历史长河中，酒文化是起源最早、流传最长、影响最大的文化品类之一。

在从猿到人演变的漫长历史过程中，猿猴将天然果子堆积存放，果子在夏天遇高温发酵变质，于是，最早的酒产生了——这是人类祖先在不经意间的一项伟大发明。

从有文字记载的历史开始，酒就已经成为中华民族祭祀祖先和聚会宴饮的必需品，并从此伴随中华民族的发展，共同演绎了数千年光辉灿烂的华夏文明。

中国传统白酒的发展经历了三个阶段：自然发酵酒、发酵酒