



酒,贯穿上下五千年的历史文化长流,从淮安起步的江苏增力商贸有限公司,不但将酒做出了雅兴、胸怀、豪迈、潇洒的浓浓文化味,也做出了这个大众消费品的创新型营销模式。

这家以其掌舵人李增力名字命名的酒类专业营销企业,自2002年创立至今不过13个年头,但销售规模却持续“增力”、年年翻番,并发展成为一家以代理国内外知名酒水及快速消费品为主业,同时涉足房地产、物流、餐饮、广告传媒、金融信贷等行业的集团化企业。增力无限,志在卓越,“增力”时代的发展传奇由此成为业界佳话。

通讯员 徐军 李家宏 现代快报记者 胡永军 季金晶



江苏增力商贸发展有限公司总部

“增力”时代的酒业“增力”传奇

江苏增力商贸发展有限公司发展记录

壹

潜在危机下的酒生意 终端渠道双双发力

早年,李增力在淮安开了家门市,做的是烟酒小生意。因为物美价廉,生意挺红火。从烟酒小门市到酒类批发再到增力酒业公司,李增力的生意越做越大,商贸之路越走越宽。

创业初始的那些年,李增力没少吃苦。“从淮安到宿迁进货,大冬天骑着摩托车,腿都冻麻了”。2002年1月,李增力创立了江苏增力商贸发展有限公司。

其实,就在增力商贸成立的第二年,李增力就看到了市场潜在的危机。他发现,不仅自己的销量没有进展,整个市场的销量也没有大突破。

“销售额一直在4000万元左右徘徊,销售业绩很平淡。在酒水市场竞争的压力下,逼着我们一定要转变观念。”李增力说,由此开始,增力确立了精细化销售的思路,坚持终端网络的完善与科学化运作,在酒店、商超、流通、团购销售运作上花大气力。

随着增力销售模式的逐步成熟,李增力又在探索新的销售思路。在商超和团购继续做维护的同时,增力与酒店联合开设“增力酒水平价超市”,采取了买断酒水专场的方式来深耕酒店终端市场。同时在流通上,增力对终端消费者采取了优惠销售模式,拉动了消费,提高了点击率。由此,既稳定了市场价格又提升了企业品牌。

贰

增力杰力营销互补 代理销售并驾齐驱

在市场不断做大的同时,李增力又看远了一步,他要改变销售模式。为了与传统增力代理销售模式形成互补,增力成立了杰力酒行。杰力酒行是酒的专营专卖式的店,采取统一源头采购、统一物流配送、保证产品的质量。这一步,他又走在了市场前面。

李增力描述说,他的杰力酒行是这样的模式:每一个店总投资要200万元,选准一个地方就做一个,做成一个就聘用一个店长,店铺管理采用的是利润分成制。店长不需要什么投入,只需要带能力来,有能力的店长因此会很有积极性,也会很有赚头。

无能力的店长,做一年就很难继续干下去。

这样的店,李增力打算是,三年在苏北开200家,5年在全江苏开500家,走出江苏布局全国,完成上市目标。在杰力酒行模式下的持续推进下,目前增力已经在淮安连续开了数家店面。

李增力计划,先在淮安市内把杰力模式做成熟了,再向外推广。他坚信他对未来酒行走势的判断,因而也坚信酒业专营专销模式“杰力模式”一定成功。李增力表示,在杰力酒行,酒的品种最齐全,酒的质量最可靠,因为杰力酒行的广告语就是“酒世界的完美呈现”。



江苏增力商贸发展有限公司董事长李增力

肆

热心公益慈善事业 有责任的增力作为

卓越的思维,科学的运作,成功的营销……增力在全国酒水行业被传为佳话。事实上,增力佳话并不仅仅限于产品营销。在公益慈善事业上,增力也有其作为。

在追求企业发展的同时,李增力还积极履行社会责任。关注弱势群体,支持文化教育事业,倡导社会公益慈善事业,奉献爱心,回报社会。

早年间,淮安市下岗职工多,李增力了解情况后,主动与当地政府部门沟通,吸纳下岗职工近300人,并与民政部门合作,解决近30名残疾人士就业问题。

为帮助社会弱势群体解决生活困难问题,增力商贸累计捐款多达千万余元。李增力个人还经常到敬老院去看望孤寡老人,为他们送去生活用品,给他们送去治病的钱款。为帮助那些家境贫寒、面临辍学的学生,李增力在多所学校设立了“增力奖(助)学金”,帮助孩子们解决家庭生活方面的困难,使他们顺利完成学业。

为了带动更多的人参与到社会慈善事业中,李增力还率先捐资200万元,支持成立了淮安增力爱心基金会,将关心下一代发展、捐资助学、扶贫济困作为基金会回报社会的主要方向……在增力10多年的发展历程中,热心公益慈善、回报社会始终坚持。

李增力表示,作为有责任心的企业家乃至企业,回报社会是应尽的社会责任。“企业做大了,就不再是某个人的,而是社会的。有责任心的企业以及企业家,都应该参与到公益事业中回报社会”。

叁

连锁性品牌化营销 铺就战略发展道路

这些年,增力代理的白酒类产品包括茅台、五粮液、剑南春、郎酒、洋河、双沟、今世缘、汾酒、泸州老窖、水井坊等中国十大名酒,其中双沟牡丹酒更是其作为全国运营商独立运作。同时,除却白酒,增力还分别代理了“五大名庄”、“卡斯特”、“王朝”等国内外知名葡萄酒,以及啤酒、黄酒

等其他酒种。

在李增力看来,单一酒种只能满足一部分的消费群体,而通过多酒种策略,则可以对市场进行全面渗透。在淮安地区,增力已达到“翻云覆雨”的强大市场控制力,由此证明了多元化路径的成功探索。

2014年,增力斥资5亿元成立增力集团,“杰力酒行”作为下属子公司进行运营。上市是增力未来更为宏大的战略目标,而增力集团及旗下的杰力酒行则担负着重要使命。

杰力酒行做的是特色经营,“人无我有,人有我特,人特我优”的营销模式,让消费者有了更多的选择空间,满足了不同人群的购物需求。对于杰力酒行的未来,李增力为其确定了宏伟的目标规划:目前淮安地区计划开设50家店面,宿迁、盐城、连云港、徐州等店面同时也在积极筹建中,力争用三年时间在苏北发展200家,用五年时间在江苏发展500家。最终使增力成为在江苏占有一席之地,在全国具有影响力的国内酒类营销知名品牌。



杰力酒行