

**中国品牌正当红****西凤集团****迈向高质量发展**

2019年以来，西凤集团面对经济发展新形势、新挑战，围绕高质量发展，推进营销转型、重塑品牌形象、完善产品矩阵、推动技术创新、提升产能产量、升级管理体系，有效应对各种挑战，提升了企业韧性，从内而外塑造了一个“新西凤”。

**彰显国企担当**

2021年，西凤集团党委被陕西省委授予“陕西省先进基层党组织”称号。

近年来，西凤集团秉持“围绕发展抓党建、抓好党建促发展”的理念，大力推动党建工作与生产经营和改革发展相融合、相适应、相促进，以高质量党建引领西凤高质量发展。

在聚焦自身发展的同时，西凤集团积极履行社会责任，多维度助力脱贫攻坚、乡村振兴和公益慈善事业，在陕北多地及企业驻地周边建设西凤酒原粮基地近40万亩，彰显国企担当。

**打磨营销“利刃”**

西凤集团持续推进营销机制体制创新，探索建立常态化的评估论证机制，及时分析市场变化趋势，复制与推广成功经验，

加速各类市场及渠道建设；探索建立先遣队、试验区，对新营销理念、新营销思路进行效果论证，为营销管理改革积累经验、规避风险。

西凤酒在2021年围绕“高端化、全国化”的战略要求，坚持“自营、品牌及电商”三轮驱动发展模式，保持本地市场、核心市场及重点市场稳中有升，持续挖掘潜在市场；深化全国市场布局，加强终端网点建设，形成“线上+实体、国内+海外”的全区域、多维度的市场布局；全面升级数字营销管理系统，导入控盘分利、费用管控及经销商管理三大体系，进一步建立与各级销售方的直接联系，延展营销半径。

2021年，西凤酒专卖店、经销商和市场可控终端网点覆盖全国，产品远销新加坡、加拿大等地。截至2021年底，西凤自营产品在全国的经销商总数已突破了2300家，市场可控的终端网点数已突破39万家，市场占有率达到进一步扩大。

**激发市场活力**

近年来，西凤酒以回归一流名酒序列为目标，实施品牌高端化全国化战略，大力推进品牌聚焦和高端产品的打造工作。

2021年8月30日，高端产品五星红西凤上市，构建起红西凤产品全新矩阵，进一步提升市场竞争力，开启西凤酒在高端市场又一增长曲线。11月，红盖“老绿瓶”西凤酒上市。

五星红西凤和红盖“老绿瓶”西凤酒的相继上市进一步完善了西凤酒全价位段覆盖的产品体系，西凤酒的市场竞争力得到显著提升。

**提升竞争实力**

2021年，西凤酒酿酒技艺和设备入选国家非物质文化遗产名录和工业遗产名单。一直以来，悠久的传承和香醇的酒品是西凤酒生生不息的基石。11月，新建成的三个万吨级制酒车间成功破窖出酒，标志着西凤实现了年产优质大曲3万吨、优质基酒5万吨的产能新突破，在产量上再造了一个新西凤。与此同时，西凤围绕“品质提升年”定位，突出标准引领，修订企业标准12项，开展凤香型白酒新老工艺对比试验，建立西凤酒产品质量安全追溯体系，打造原粮专属基地，扩大原粮种植规模，充分保障产品安全和质量稳定。

2021年，西凤围绕“高质量发展”主题谋篇布局，一方面尽快补短板，为实现高质量发展奠定坚实基础；另一方面谋划新项目，文化旅游项目与市场拓展和品牌提升相辅相成。“十四五”期间，西凤集团将乘势而上，助推凤香型白酒产业成为实现宝鸡工业强市战略目标的新引擎。

数据来源：陕西西凤酒厂集团有限公司

