

“东西南北中，好酒在张弓”。上世纪90年代，张弓酒随着这句广告语享誉大江南北，香飘长城内外。如今，张弓酒在商丘市场上可以说是绝对的“龙头老大”，市场占有率是其他白酒企业无法望其项背的。时过境迁，张弓酒在区外市场表现如何呢？她能否被区外市场接受？张弓酒能否重温“张老大”的昔日辉煌？带着这些问题，我们走访了张弓酒业的区外市场。

第一站，我们来到位于河南北部的新乡市延津县，见到了张弓酒延津县代理商张志辉。与商丘的企业打交道已经15个年头的张志辉，对商丘一点也不陌生。新乡市政协委员、延津县政协常委、延津县工商联副主席、延津总商会副会长的社会职位证明他在当地是个有影响力的人物。其敏锐的市场洞察力、完善的市场网络体系和诚信踏实的工作作风，使张弓酒很快成为延津的主流品牌。

张志辉说：“我有信心把延津打造成千万级的县域市场。”

# 张志辉：把延津打造成千万级的县域市场

## ——张弓酒延津县市场见闻

文/图 本报记者 常国强 本报通讯员 常法全



张弓酒延津县总代理张志辉

### 借势，做出一个无缝隙的市场网络

三月初的某天上午，记者来到新乡市延津县，热情好客的张志辉已在办公室等候我们多时。延津县的一切都让我们感到很熟悉，张弓酒业的文化元素在这里得到充分的体现。而让记者感到意外的是，在这里还可以看到来自商丘的蓝牌啤酒的身影。

在没有和张弓酒业合作前，张志辉与商丘的蓝牌啤酒厂合作关系最密，最辉煌时一天销售额达到320万元。与蓝牌啤酒厂的合作使张志辉学会了怎样做市场，而与张弓的合作让他得到了实惠。

在采访中，最让记者感兴趣的就是志辉联销公司，这个以他的名字命名的联销公司在延津县的13个乡镇311个行政村中有600多个终端经销商加盟，建立了一套相当完整的销售网络体系。“当时，加入我的团队的都是‘夫妻店’，他们势单力薄，在与企业的对话中不占优势，在激烈的市场竞争中，这部分人很难做强做大。”张志辉同时敏锐地意识到，生产企业在市场细分中，处在乡间僻壤的这些“夫妻店”成了他们眼中的“香饽饽”，但实际操作中因为太过于分散，让生产企业感到无从下手。

能否通过一个组织，把这些分散的客户组织起来，实行进货、销售、管理的“三统一”，形成一个拳头，共同打天下呢？有了这个想法后，张志辉跑遍了全县的每个角落，去推销他的新观念。功夫不负有心人，凭借着原来沉淀的个人关系和个人魅力，很快，志辉联销公司就组建起来了。

张志辉与他的加盟者并不是简单的合作关系，他每个月都要邀请一些培训机构对加盟者进行培训，提高他们的市场敏锐度，让他们对市场前景有个清晰的认识，提高他们的市场竞争水平。

“经销商是喜欢我的，是因为我协助他们做大，让他们从中挣到钱，他们反过来也协助我，我们是互利、是服务与被服务的关系。生产厂家也喜欢我，通过这个网络，厂家的产品可以快速地渗透到延津县的每个终端，张弓酒从开票到铺货一个星期就可以完成，这就形成了市场的互动，形成了气势。”事实证明，志辉联销的这种形式适合市场的发展，发挥了桥梁和纽带的作用，也为张弓酒业的快速进入奠定了基础，张志辉说：“参加这个联销公司的人，有的商户从几千块钱起家，到现在手里已有几百万块钱了。”

### 做出张弓酒的名气

与张志辉交谈感到十分轻松，他的思路非常清晰。“清晰的营销方式、清晰的战略目标、清晰的发展目标加上清晰的产品体系、清晰的价格体系，张弓做不起来才怪。”负责豫北市场的张弓酒业销售副总经理王世杰告诉记者：“张弓酒在张志辉的操作下，一年一个台阶，表现出了强劲的发展势头。”

现在，张志辉每天的工作重点就是开上车到各个经销点去看看，及时了解市场行情，和终端的客户相互交流，这让他感到很轻松。“现在与张弓酒业的合作十分愉快，制订的第一个三年计划已经完成，张弓酒的市场和知名度得到提升。下一步的重点就是做出张弓的名气来，让消费者认为喝张弓酒是身份的象征。”

原来张弓酒的产品低档化比较严重，在延津县城市场基本是一片空白。针对这种情况，张志辉确立了先做高端的发展思路。第一步就是主攻开发区，在延津县开发区投资上亿元的项目就达280多个，在张志辉看来，这就是一个“富矿”，高档酒根本不愁卖，挣有钱人的钱比较容易，但是如何让这些人接受张弓酒？为此，张志辉专门聘请了一个在延津县有着丰富人脉关系的朋友负责张弓高档酒的营销。

张志辉首先对延津县的几百家重点企业进行摸排，理顺其中的关系。“在这里，做特殊渠道和传统市场完全是两回事，做特殊渠道需要特殊的关系，需要更细致的服务，同样，竞争对手也懂这个道理。这就要求我们把工作做得更细致，客户的一个电话，我们就能很快地把酒送到，有时客户需要用一件或两件酒，我们也会在短时间内送货上门。”

张弓酒在延津县起步非常快，上升的空间很大，张志辉把它归纳为张弓酒在当地知名度很高：“如今在延津县酒水消费主力军中，谁不知道张弓‘张老大’？”同时，张弓酒业为张志辉提供了周到的服务，也是张志辉放开手脚大干的动力，他对张弓酒业销售总经理魏经仁尤为钦佩：“魏总对市场的把控非常到位，几句话就把人说得很佩服。”

对于负责豫北市场的张弓酒业副总经理王世杰，张志辉亦在工作中与他结下了深厚的友谊，王世杰对张弓酒品牌的忠诚度让张志辉深有感触：“王总对张弓这个品牌太负责任了，在管理市场、品牌运作上，一切都是以张弓酒业的利益为第一位。”

2009年12月份，张志辉生了一场大病，从检查到手术，直到出院，在这一个多月的时间里，负责与张志辉对接的张弓酒业的新乡主管宋向东始终陪在床边。通过这场病，张志辉感受到了人间真情，感受到了张弓人的真挚情谊，两人成了生死弟兄。

### “我永远卖张弓酒”

据张志辉介绍，在延津县13个乡镇中，都有张弓酒的专卖店，311个行政村进行了无缝隙的覆盖。张弓酒的市场表现能否像他介绍的那样，记者有些疑问，便提出到乡镇看看。

张志辉爽快地答应了。

我们首先来到延津县的司寨乡，初次见到司寨乡张弓酒的经销商郑生武时，记者就感到有些面熟，通过交流方知去年张弓酒业“8·18”会议时，我们曾同船到过越南。

那次越南之行给老郑留下了深刻的记忆，他说：“见到张弓酒业的人，心情、气氛都不一样，别看我是个小户，可到了张弓酒厂，那里的人对我招待得可好啦！”

老郑的店面位于司寨乡的主要街道，统一样式的张弓门头显得很大气。店内的陈列更是让我们吃惊，一字排开的张弓酒展示柜中，张弓高中低档全系列产品一应俱全，还有专为延津县开发的一号到五号系列酒，除了张弓酒，店内没有其他品牌的白酒。老郑向我们介绍道：“店内的展示、陈列、铺货率都有要求，由于沟通得比较到位，货也能及时到位，张志辉做老板做得也比较到位，我们干起来就轻松了。总的来说是赚到钱了。”

在司寨乡做了25年副食批发的老郑，很受乡亲们的爱戴，在该乡28个行政村中，村村都有老郑的终端客户，朴实的老郑说：“张弓是相当讲信誉的，言必信行必果。再加上张弓在这儿的影响力很大，只要张弓酒厂存在，我永远卖张弓酒。”

其实，能让老郑下永远卖张弓酒的决心，是因为张弓一直有恒定的产品质量和良好的市场美誉度，经营张弓老郑感到有前途。

告别老郑后，我们来到丰庄镇，丰庄镇位于延津县县城北40多公里，负责经营张弓酒的时秀成今年56岁，他指着一条马路告诉我们：“往北过了马路就是鹤壁市浚县，往西一公里就是卫辉市，往东不远就是安阳市滑县，这里属于典型的四县交界处。”

说到张弓酒，时秀成来了精神，张志辉开他的玩笑：“老时一说张弓就来劲。”老时说：“咱是有多大的劲就使多大的劲呗！”

其实，刚开始开发这个四县交界处，老时也没少费劲，丰庄镇19个自然村，终端客户有30多个。平时，老时就喜欢买两只烧鸡，带两瓶张弓酒，把乡里的红白理事事、好管闲事的热心人都邀请过来，话题自然还是如何卖好张弓酒。

去年，老时自己销售了四千多件张弓酒，对这个成绩，老时并不满意：“还得再好好干几年，张弓是个大牌子，酒喝着不孬，低度酒是低而不淡、高度酒是高而不暴，这儿的人都能接受。”

张弓酒业灵活多变的营销政策、贴心的服务给老时留下了深刻的印象，老时信心十足地说：“张弓酒现在卖得不错，张弓酒今年还要开发新产品，让我们卖得更顺手。”

这里有个细节，张志辉在延津县挂出的门头是张弓酒服务部。看来，张志辉在打牢销售基础、健全销售网点的同时，更看重的是服务。

也许，这就是张志辉的高明之处。

通过一天的采访，记者感到张弓酒在深入挖掘张弓酒文化内涵精髓的同时，也在利用各类资源进行强势的对接和整合，从产品、服务、品牌、营销、管理等多方面进行提升。张弓酒业积聚能量，在牢牢占领商丘市场的同时，已把触角伸向更远的地方，我们相信，在不远的将来，张弓会走得更远、更好……

记者感言



张弓酒业销售副总经理王世杰与张志辉在一起



张志辉向司寨乡老郑了解市场情况



张志辉在丰庄镇与客户一起品鉴张弓酒



王楼乡代理商原野在整理货架

