

锁烦勋说,金种子酒在过去一年里,主打“**聚和**”品牌,聚焦大众白酒市场,严守市场精细化和操作精细化标准,进而完成大众品牌战略化升级,这才有“**聚和**”单品6年累计销量过亿瓶的历史最好业绩出现。

锁烦勋说,2013年,金种子酒仍将围绕“打造中国大众名酒实力品牌”核心战略,整合企业资源、市场资源,坚持以“**聚和**”品牌化为核心,通过“**聚和**”产品系列化升级,实现在资源整合基础上的聚焦化裂变,以唯一的非年份酒系列为主导,创新安徽市场以年份酒系列化为主导的老路,开创资源型品牌产品系列化的新路。