

# 喊出要做“精品酒企”的酒鬼酒，能如愿吗？

酒鬼酒敢于直面问题甚至是自揭伤疤，让人们看到了其正在做的是场刀尖向内的改革。

本报记者 张渝宸 发自北京

提到酒鬼酒，不知道大家会想到什么？

是大师黄永玉？是神秘的湘西文化？还是永远经典的麻袋瓶？

但不管是哪一个标签，都没有业界提出来的犀利：窜货、库存高企、压货炒作、价格倒挂、业绩直接腰斩、股价下跌、产品太多、乱七八糟出一堆文创酒、湖南大本营都不占优势……

《华夏酒报》记者盘点了一下，这些偏失望的标签是从2022年底开始出现的。从年报来看，这一年，酒鬼酒实现了营收和净利的双增，也称得上是表现亮眼，但仔细探究不难发现，在2022年第四季度，酒鬼酒的业绩已经不及预期，止增转跌了。

据财报披露，2022年第四季度，酒鬼酒实现营收5.56亿元，同比下降27.12%；归母净利润7681.73万元，同比下降55.7%。

如果只是一个季度的不理想，或许并不会引来业界和投资者们的持续“差评”。但进入到2023年度，酒鬼酒犹如掉进海里漩涡，业绩不断下跌。

数据显示，今年前三季度酒鬼酒累

计实现营业收入21.42亿元，同比下降38.54%；累计实现净利润4.79亿元，同比下降50.75%。

值得关注的是，净利直接腰斩连带着股价也“大跳水”。

据统计，酒鬼酒曾于2月在盘中达到167.36元高位。之后，伴随着业绩的滑落，股价也持续下跌。

因此，不断有投资者和媒体公开质疑：管理层在干什么？

事实上，这些负评不仅被酒鬼酒的管理层看到了，还被公司副董事长、总经理郑轶整理成图放在了2023年度酒鬼酒馥郁大会上，并回应称：“直面问题，甚至是自揭伤疤，是因为我们有解决问题的能力，也找到了解决问题的方法。”

如此掷地有声的一番话，也恰好迎合了大会的主题“赢战·何惧风雨 蓄力而发”。但比起态度，业界和投资人显然更关心方法。

所以，酒鬼酒到底要怎么改？

从大方向说，中粮集团有限公司党组成员、副总经理朱泽在会上提出了酒鬼酒新的发展目标——全力把酒鬼酒

打造成为一家具有差异化竞争优势的“精品酒企”。

具体到实处，履新中粮酒业党委书记、董事长的高峰表示，要努力实现酒鬼酒营销组织优化升级和营销模式变革，在终端建设、渠道深耕、BC联动等方面取得显著成效。

对此，郑轶进一步指出，构建酒鬼酒新动能的是“品牌引领、BC联动、样板构筑和系统制胜”。

从中我们不难看出，酒鬼酒正在做的，是一场刀尖向内的改革。

“但再改变也无法在短期内消解市场积累的问题，毕竟竞争不是靠了大树就能脱胎换骨的。”北京圣雄品牌策划有限公司总经理邹文武告诉《华夏酒报》记者，酒鬼酒这类品牌在白酒集中度越来越高的市场环境下，是比较难去做突破的，特别是眼下其内部的产品线也在互相竞争，经销商队伍也面临着不稳定等问题。再加上不断进行高层变动，产品没有持续能力就又老化了，使得酒鬼酒这两年的市场表现越来越差。

需要肯定的是，比起那些努力泛全国化、不停地在全国市场上提高声量的区域酒企们，酒鬼酒的品牌基因有着天然的优势。最起码，产业链条上的每一个环节都对其耳熟能详，并且因为坚持多种工序匠心打造，酒鬼酒的好品质也赢得了不错的口碑。

不过，有名的“人设”与标签早已在存量竞争时代变得不再那么重要了。想要实现渠道端和消费端的“买账”，背后需要大量的人力、物力和财力，因为知道并不等同于见得到和买得到。缺少消费场景，没有让消费者形成消费惯性，动销最终只是酒企的“一头热”。

此外，梳理中国酒业发展的规律，有个不容忽视的事实就是，一旦企业因为业绩不佳掉出一线，要想重回一线，堪比蜀道难。这不是一个五年、十年就能实现“华丽转身”的，有些企业甚至花了三十年也再难站上顶峰。

所以，业界对酒鬼酒多持悲观情绪，除却自身表现欠佳外，还有受行业大环境的影响。

但越是挑战，也越容易迸发出新的机遇。至少从数字上来看，2022年下半年就开始的改革已经取得明显成效。

据郑轶透露，目前，酒鬼酒的消费

者营销费用较去年同期增加10%，有效核心终端数增加19%，开瓶扫码增加91%、盒盖换酒增加53%、宴席场次增加41%。

具体到产品，红坛18开瓶数量增加70%，宴席场次增加40%，核心终端增加900家，窜货数量同比减少58%，市场价格增加20元；54度酒鬼团购业绩增长30%，异业客户占比达到45%；内参甲辰版上市一个月，返单客户数量占比提高70%；新建网点数量增加2.5倍，新网点动销占比增加70%。受此利好影响，今年四季度，酒鬼酒有望实现恢复性增长，并将良好的发展态势延续到2024年。

不管是沉寂还是起势，曾经飞跃山丘的酒鬼酒，如今正在穿越峡谷。我们衷心地祝愿酒鬼酒能在新领导高峰的带领下重新攀上高峰。因为成长就是每撕掉一层标签，就会更清晰地认识自我、突破自我，向阳而生。

 欲了解更多美酒资讯，请关注华夏酒报微信公众号。

## 中国酒业创新联盟企业展示 »



您的位置