

2024.4.2

编辑:闫秀梅 读者热线:0535-6631047



Interview 高端 A5

顾祥悦：带领今世缘再攀高峰

这一奖项不仅是对顾祥悦个人在酒业领域杰出贡献的认可，更是对今世缘酒业在过去一年勇攀新高峰，成功晋级百亿阵营的肯定。

本报记者 张瑜宸 发自成都

“非常感谢主办方把这个大奖颁给我，也非常感谢社会各界长期以来对我们的关注和厚爱。这个奖对我来讲，是对今世缘的鼓励和鞭策，今世缘人一定

以一颗感恩之心，以更好的美酒、更优的服务，来回馈广大消费者，也为中国酒业的复兴添砖加瓦，贡献能量。”

3月19日下午，在由《华夏酒报》主

办的2024“中国酒业华夏奖”颁奖典礼上，江苏今世缘酒业股份有限公司党委书记、董事长、总经理顾祥悦与西凤集团公司党委书记、董事长、股份公司董

事长张正一起荣获“2023中国酒业年度人物”。可以说，这一奖项不仅是对顾祥悦个人在酒业领域杰出贡献的认可，更是对今世缘酒业在过去一年勇攀新

高峰，成功晋级百亿阵营的肯定。2023年，是今世缘发展史上极不平凡的一年，在顾祥悦的带领下，今世缘迈上了高质量发展的新台阶。



实现名酒复兴要分三步走

“今世缘跨入百亿俱乐部，是一代代今世缘人不断奋斗的结果。”顾祥悦谦逊地表示，前任董事长在今世缘奉献了22年，公司去年实现一百亿，应该是前人打下良好基础势能的发挥，而不是个人的作用和功劳。

在他看来，名酒复兴是大趋势，未来在复兴之路上，还要分三步走。

第一步：品质要做好。因为品质为王的时代已经到来，消费者的味蕾是最好的老师，只有为广大消费者提供健康的白酒，才能赢得消费者，赢得市场。

第二步：品牌要做活。名酒复苏贵在创新，要与时俱进，赋予品牌新的文化内涵和竞争内核。比如前年今世缘启动的“高沟复兴”工程，据顾祥悦透露，高沟酒当时的销售额只有6000万，启动一年后，便突破了两个亿，2023年又实现翻倍，超过四个亿，这背后都离不开品牌复兴价值带来的赋能。

据顾祥悦介绍，高沟定位的消费群体是城市新中产阶层和新一代年轻群体。针对目前市场竞争不及预期、年轻人普遍承压的情况，高沟把品牌追求定

义为“人生起伏，挥洒自如”，让每一个年轻的个体在情感上、在灵魂深处和高沟品牌追求能形成共鸣。

第三步：布局要做准。“名酒，特别是新名酒复兴如何来布局，我想是在固守大本营的基础上，同时环大本营、环周边市场来发展，把机制做优，就是围绕供应端、生产端、销售端、消费端，围绕全生态链有一个更好的机制，实现我们由利益共同体转向命运共同体，进而形成战略内容和战术系统，来更好地拓展市场，实现名酒复兴。”顾祥悦说道。

白酒走向世界要有三“量”

“我们常说百亿是一个分水岭，但是对一个企业来讲，对一个企业负责人来讲，我把它定义为一个数字。要解读这个数字，只能说明现在企业已经具备一定的实力，来招引更多的人才，来更好地运营我们的品牌、开拓我们的市场。”顾祥悦分析指出，当今世缘发展到一定体量和规模以后，更要审视制约企业发展的痛点、堵点和难题，特别是品牌的影响力、产品的发展力、文化的创作力、组织的创新力，以及队伍的执行力，能否匹配未来更高质量的发展，是

今世缘要认真思考和谋划解决的问题。

顾祥悦认为，走向国际化，一定是头部企业、老名酒主动带领行业向前走。当前，今世缘的首要任务是走向全国化，而第一步则是走向周边化，今世缘提出的营销策略是“省内精耕攀顶，省外攻城拔寨”，环江苏布局，长三角一体化运营，实现品牌、产品、区域、投入、战术、队伍六个聚焦，力争通过3~5年的努力，使省外市场有大的突破。

据悉，在国际化市场的开拓上，今世缘也进行了相关种草与布局，2023

年，今世缘走进海外6个国家进行布局。“现在中国白酒无论在海外市场销量有多大，主要是华人在消费，中国白酒要想真正地走出市场，今世缘还是一个小学生，并没有特别好的经验或者想法。”顾祥悦指出，中国白酒要走向世界，必须要放大声量、提升流量、增加销量，关键的关键是要放大声量，要建立中国白酒的文化表达体系、价值表达体系、标准表达体系，同时，要形成以政府牵头、行业主导、头部企业协同的工作机制，更好地引领中国白酒走向世界。

告别内卷，拥抱新技术

回顾2023年，内卷升级、库存高企、价格倒挂等问题困扰了很多企业的发展。因此，业界有很多人表示，2023年中国酒业很难，但是对比2024年，可能是最好的一年。在未来不确定的情况下，如何告别内卷，顾祥悦也给出了自己的答案。

“从事白酒行业三年，我最大的感受——做酒是一个甜美的事业，但是做酒和卖酒是一个辛苦的工作，所以，做酒人要有个好心态、好心情、好身体，只有这样，才能带领企业做大做强，助力中国白酒行业健康地可持续发展。”顾祥悦分析指出，中国白酒行业两极分化现象已经形成，如何在两极分化当中化危为机、危中求机，可能是行业都应该思考的问题。

对此，今世缘酒业副董事长、副总

经理兼总工程师吴建峰表示，今世缘将继续坚持绿色化、智能化和高端化的战略路径，以应对市场挑战并寻求更大的发展空间。值得一提的是，在2024“中国酒业华夏奖”颁奖典礼上，吴建峰获评中国酒业匠心人物。

除了构建高端产品矩阵，聚焦大众消费场景同样不容忽视。

今世缘酒业党委副书记、监事会主席兼高沟销售公司总经理倪从春在参加活动时指出，光瓶酒品类拥有千亿消费体量，高沟为大众消费者提供了好酒愿景。未来，通过“低线+中线+高线”的组合战略，探索品类新空间。

不可否认的是，在两极分化、头部更强的事实下，区域名酒如何在区域里做大做强，进而拓展省外市场，仍面临挑战。但随着需求多元化和个性化的

趋势越来越明显，也给中小企业带来了机遇，怎样寻求个性化的产品，满足个性化的需求，满足细分的消费市场，也会给企业带来升级。

“在此我也呼吁一下：加大知识产权保护力度。在全国面上，要形成一套制度，来维护消费者的利益，维护酒企的利益，进而才能保证中国白酒行业健康发展。”顾祥悦表示，酒业虽然是传统产业，但还是要大胆拥抱新技术，大胆进行数字赋能，用高科技不断地来加强产品的开发、工艺的改造、质量的提升，只有这样，传统制造业才能发展新质生产力，焕发出新生机，赢得美好未来，相信中国白酒人一定会做到。

欲了解更多美酒资讯，请关注华夏酒报微信公众号。



华夏奖·中国酒业年度人物

他钟爱着这片醇香的土地，
从地方官到掌舵人，
从发力国缘到复兴高沟，
迎来了百亿的高光时刻；
从此又要跨越山海，
他与酒今世有缘。