

张正:以颠覆性改革成就“凤凰涅槃”

曾被冠以“行业爆破手”之称的张正,以掌舵5年之中的铁腕式改革,以带给西凤翻天覆地变化的不凡成就,说明了他配得上“2023中国酒业年度人物”这一不寻常的、颠覆性的称谓。

本报首席记者 杨孟涵 发自成都

3月19日,在由《华夏酒报》主办的2024“中国酒业华夏奖”颁奖典礼上,西凤集团公司党委书记、董事长、股份公

司董事长张正荣膺“2023中国酒业年度人物”。在此前的1月6日,西凤集团正式宣告年度营收额突破103亿元,成为

2023年唯一新入列百亿俱乐部的名酒企业。可以说,该奖项既是对张正率领下西凤酒所取得瞩目成绩的认可,也是

对他主政西凤后,夙兴夜寐、孜孜改革的嘉奖。曾被冠以“行业爆破手”之称的张正,以掌舵5年之中的铁腕式改

革,以带给西凤翻天覆地变化的不凡成就,说明了他配得上“2023中国酒业年度人物”这一不寻常的、颠覆性的称谓。



华夏奖·中国酒业年度人物

他把凤香带进了一个大时代，
四大名酒花开满园；
用凤翔之地的神奇，
扛鼎大国的盛世龙腾；
百亿的旗帜，
正迎着东来的紫气。

名酒高端化巨变之际的颠覆性改革

曾在第一届全国评酒会上入列“四大名酒”的西凤酒,历史上一度位居一线,在全国范围内拥有广泛的品牌号召力。

进入21世纪的前20年,西凤酒继续保持着稳健的发展态势。但是与此同时,整个酒类行业正在经历香型化、品类化浪潮,正在趋向由名酒企业主导的集中与分化阶段,市场供需主导权正在向需求端靠拢,而企业营收能否突破百亿,成为进阶一线的硬门槛。

面对这种种行业新变化,西凤酒自然也需要与时俱进。能否塑造高端化标杆产品,能否跃入百亿大关,能否为企业的快速发展提供坚实的物质基础,成为决定西凤酒未来发展成败的关键所在。行业之变,呼唤着西凤酒能因应形势而推出大战略。

2019年,此前在红旗民爆任职的张正转任西凤酒一把手,颇有点临行业之变而受命革新的意思。

他到底能不能重启西凤酒发展势能?能不能以爆破性手段改变企业面貌?他又如何看待西凤酒的?

彼时,张正曾用“最好”和“第一”来形容西凤酒——历史上“最好”,同行业的“第一”。这无疑说明了他对品牌历史底蕴的信心,以往的种种,只是明珠蒙尘,只待擦拭。

上任的第一年,张正就主导了西凤酒的一次重大战略——当时,高端化的浪潮席卷行业,张正敏锐地捕捉到这一点,他认为,作为四大名酒之一的西凤酒,更应该塑造出自身的高端化主流产品,与西凤酒的历史地位相匹配。

2019年,在张正的主导下,西凤酒重塑“红西凤”,以此凸显品牌文化和站稳高端市场。其后,一系列“红动中国”的品宣推广,让红西凤成为标杆性产品。

与重塑红西凤同步,张正也把改变过去的品牌开发模式提上日程,提出全

面清理中低端子品牌,让非核心产品逐步退出市场,全面关闭OEM产品线,清理拉低品牌形象、扰乱营销生态、破坏市场环境的运营商子品牌,构建起以“红西凤”系列为核心的高端产品矩阵,推进全国化布局。

由此,西凤酒确立了“高端化、全国化”的战略路线,向重回一线目标而努力。不过,无论是塑造红西凤,还是加大全国化市场开拓力度,均需要厚实的物质基础——也就是凤香型产品的基础产能。

在张正大力推动之下,西凤酒开始筹资建设以提高优质凤香型基酒为目标产能扩张工程,到2021年获取了阶段性成果,3万吨优质凤香型基酒项目正式完成投产。

此后,西凤酒再接再厉,10万吨优质基酒及7万吨制曲建设项目稳步推进,西凤酒的品质自信已经重塑,为实施全国化奠定了坚实的基础。

行业调整期来临前的突破性成长

有的放矢、针对性极强的改革,搬走了阻碍西凤酒高速发展的几座大山,让企业的发展驶上了快车道。

2019年至2022年,西凤酒营收分别为60.3亿元、63亿元、80亿元、84.29亿元,实现了逐年快速递增。到了2023年,西凤酒实现销售收入103.4亿元,同比增长23%,正式入列百亿俱乐部。

从2019年到2023年,张正主导下的西凤酒年均增长率超20%。高速成长的背后,是2019年以来一系列改革的成果,譬如红西凤系列产品销售同比增长102%,百元以上的产品销售同比增长38%。

“自2019年实施新的战略,到如今实现100亿元的年度营收目标,我们是一个脚印一个脚印走过来的,是一件事情一件事情干出来的,是长期努力的结果!”张正表示,百亿目标历经5年而终于实现,是从量变到质变的必然结果。

值得注意的是,这一系列成果,是在特殊的市场环境中造就的:一是西凤酒百亿的攻坚历程,几乎与三年疫情重叠并行,这无疑给西凤酒的品牌和营销工作带来巨大的挑战和严峻的考验;二是西凤酒这一轮高速发展,也正值行业即将进入新发展周期之际。

“在西凤酒谋取百亿的过程中,也恰好遇到其他香型大热,不过对于西凤酒这样的品类开创者、香型引领者来说,它始终坚持自己的历史传承和品牌个性,并未因为外界的干扰而有所改变。”有业界人士认为,战略坚定是西凤酒杀出血路的重要原因。

伴随着红西凤高端化战略的推进,全国化成为决定西凤酒百亿目标成败的关键所在。

2021年,西凤酒全国化提速,营销部门加大开拓力度。当年度,全国共建设西凤酒专卖店402家,市场可控终端网点39万家。这一年,西凤酒省外市场销售占比已经接近四成。

2022年,西凤酒推进“陕西省内市场+陕西省外市场+特区市场”协同发展。通过继续稳固大本营市场,来辐射影响河北、河南、山东“三轴”,并以东北、浙江、江苏、广东“四区带动”,专卖店数量稳步提高,有效提高了西凤酒品牌布局的广度。

2023年,西凤酒以推进“全国化广度布局+板块化深度打造”,实施精耕战略,开始谋求在广泛覆盖之余,实现精耕细作,向纵深要效益。

在业内人士看来,扭转企业发展势能不易,要在竞争万分激烈,其他名酒

占据先发优势的情况下重塑行业格局,更为不容易。

经过5年的改革和调整,张正终于将西凤酒这艘大船,重新带领到快速航道,可与其他名酒一较高下。

2024年,西凤酒又吹响后百亿时代的发展号角。针对市场环境的种种变化以及西凤酒的持续改革,张正对全体西凤人提出:一要清醒认识所处环境之“变”,在新一轮发展中借势登高,向上而行;二要精准把握激励政策之“机”,要让“能者得其劳、享红利”,激发所有营销人员干事业的热情;三要辩证看待长远发展之“势”,要理性研判、找准方向,全面提升营销工作水平。

《华夏酒报》总编辑吴贤国认为,张正以执掌西凤5年的积极作为和颠覆性改革,一改西凤酒面貌,给这一传统名酒注入新动能,特别是2023年度,在张正的主导下,西凤酒面对消费巨变的时代不惧不畏,勇于向前,一举突破百亿大关,成为最受瞩目的老牌名酒,种种变化,张正居功至伟,其搅动行业风云之势,少有人能及,不愧为中国酒业年度人物!

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

