

如何构建新动能蓄力而发？2023酒鬼酒馥郁大会提出——

# “精品酒企，名酒复兴，长期主义”

刘洁

如何看待过去几年酒鬼酒的高速增长，如何看待2023年酒鬼酒业绩的大幅波动，酒鬼酒下一步有什么样新的发展理念和明确规划？12月9日，“赢战·何惧风雨 蓄力而发”2023年度酒鬼酒馥郁大会在长沙国际会展中心隆重举行。中粮集团领导、行业领导、专家学者以及酒鬼酒全国的合作伙伴，共聚星城长沙，共同探讨行业困境，见证酒鬼酒公司直面问题的勇气，规划未来发展路径。

中国食品工业协会副会长兼秘书长马勇，中国酒业协会秘书长何勇，著名经济学家、上海交通大学安泰经济与管理学院教授何帆，盛初咨询董事长王朝成，中国酒史学家、山东社会科学院研究员王赛时，华糖云商总经理、《糖烟酒周刊》创始人杜建明，酒仙网董事长郝洪峰，中粮集团有限公司党组成员、副总经理朱泽，中粮酒业党委书记、董事长高峰，酒鬼酒公司副董事长、总经理郑轶，酒鬼酒公司副总经理王哲等领导和嘉宾800余人，共同出席盛会，共谋“蓄力而发，赢战未来”。

## 中粮强大助力，推动酒鬼酒再创辉煌

馥郁大会上，作为分管中粮酒业的领导，朱泽表达了中粮集团对酒鬼酒的高度重视和大力支持。

“我们绝对不会因为时光变迁、业绩起伏而改变对酒鬼酒的支持。”朱泽表示，中粮集团高度重视酒鬼酒班子和人才队伍建设，中粮倾注全力，是“因为酒鬼酒作为中粮集团的六大品牌之一，引领乡村振兴、湘西振兴的重大使命。”

对于酒鬼酒2023年的工作，朱泽表示，“酒鬼酒正在做的，是一场刀尖向内的改革，意味着要在原有的经营路径上有所坚持、有所舍弃。”

朱泽对酒鬼酒未来的发展提出了

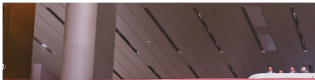
新的目标。朱泽表示，中粮集团仍将借助央企平台、集团资源坚定推进酒鬼酒品牌建设，大力支持酒鬼酒做大做强，引领湘酒振兴，全力把酒鬼酒打造成为一家具有差异化竞争优势的精品酒企。

当天的馥郁大会，是高峰履新中粮酒业党委书记、董事长后的首次公开亮相。致辞中，高峰表示，中粮酒业将全力支持酒鬼酒经营团队，围绕“以消费者为中心，为客户创造价值核心导向”，开启酒鬼酒高质量发展的新征程。

对于酒鬼酒2023年的工作，高峰认为酒鬼酒进入主动调整期，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。

品牌引领、创新驱动、精耕基地、产能建设和产区建设方面，高峰提出了具体要求。他表示，要协同湘西州政府打造馥郁香型白酒特色产区的“中国酒谷”，要深化厂商共建、共享、共赢机制，让2024年成为“酒鬼酒馥郁征途上的全新起点”。



酒鬼酒馥郁大会活动现场。

## 构建新动能，实现名酒复兴之路

郑轶以直面问题的勇气，坦率地从细数酒鬼酒2023年面临的舆论压力和合作伙伴的困境，开启了馥郁大会的演讲。

“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。”郑轶表示，酒鬼酒最核心的工作，将是围绕如何让“比酒鬼酒公司更不容易的全国合作伙伴们，熬过寒冬抵御严寒”。

在演讲中，郑轶表达了酒鬼酒坚持长期主义的决心。他表示，酒鬼酒未来“绝不大规模开发产品换取销量，绝不以降低酒鬼、内参品牌定位换取销量，绝不以降低品质增加规模换取销量，绝不以牺牲价格换取销量。”

对2024年的工作方针，郑轶表示，酒鬼酒要从“品质力、品牌力和渠道力”三个基础能力方面苦练内功。“长期以来，我们在渠道能力方面存在一定的短板。”郑轶表示，未来要稳价格、稳渠道收益、稳增长，实现以动销为根本的健康增长模式。

“2024年我们的目标是实现酒鬼酒的恢复性增长。”郑轶表示。

馥郁大会上，酒鬼酒2024年全国30个样板市场正式启动，样板市场将以推动战略大单品落地，在夯实渠道、稳定价格、强终端、抓动销、造氛围方面，做出市场榜样。全国30个样板市场中，地级市场28个，县级市场2个。

全国样板市场的启动，将为酒鬼酒2024年的发展打下扎实的市场基础。

郑轶以直面问题的勇气，坦率地从细数酒鬼酒2023年面临的舆论压力和合作伙伴的困境，开启了馥郁大会的演讲。

“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。”郑轶表示，酒鬼酒最核心的工作，将是围绕如何让“比酒鬼酒公司更不容易的全国合作伙伴们，熬过寒冬抵御严寒”。

在演讲中，郑轶表达了酒鬼酒坚持长期主义的决心。他表示，酒鬼酒未来“绝不大规模开发产品换取销量，绝不以降低酒鬼、内参品牌定位换取销量，绝不以降低品质增加规模换取销量，绝不以牺牲价格换取销量。”

对2024年的工作方针，郑轶表示，酒鬼酒要从“品质力、品牌力和渠道力”三个基础能力方面苦练内功。“长期以来，我们在渠道能力方面存在一定的短板。”郑轶表示，未来要稳价格、稳渠道收益、稳增长，实现以动销为根本的健康增长模式。

“2024年我们的目标是实现酒鬼酒的恢复性增长。”郑轶表示。

馥郁大会上，酒鬼酒2024年全国30个样板市场正式启动，样板市场将以推动战略大单品落地，在夯实渠道、稳定价格、强终端、抓动销、造氛围方面，做出市场榜样。全国30个样板市场中，地级市场28个，县级市场2个。

全国样板市场的启动，将为酒鬼酒2024年的发展打下扎实的市场基础。



酒鬼酒产品展示。  
本版图片由酒鬼酒公司提供

## 赢战2024：客户挣钱、企业发展、股东增利

馥郁大会上，王哲以“赢战”为主题，作了2024年营销策略分享。

王哲首先总结了自2019年以来，酒鬼酒围绕重塑产品价值链条、实现优商发展战略和提升客户满意度等方面取得的成绩。

通过对市场价格、核心店发展、渠道构建以及团队执行力等方面的反思，王哲表示，坚持把酒鬼酒从一个渠道性企业变成一个品牌性的以消费者驱动为出发点的企业。

2024年，围绕酒鬼酒营销策略，与全国合作伙伴共同发展，王哲表示，明确了三大目标：客户挣钱、企业发展、股东增利。未来要聚焦核心产品、聚焦核心市场以及聚焦消费者。

王哲表示，湖南市场的精细化运作将是酒鬼酒市场价值提升的关键点，“把湖南真正的打造成粮仓”。在团队配置、费用投入、品牌费用的投入、消费者培育等方面，酒鬼酒要全力以赴的支持样板市场的打造。

与全国合作伙伴共赢，酒鬼酒鼓励创新，合作伙伴和销售团队全力以赴，解决动销问题、库存问题、管理、服务中遇到的问题。

团队建设上，王哲提出了具体要求。他表示，要重塑“牛团”，核心出发点首先做到稳准狠，如何去推进市场，如何去精准的去做

基地市场、根据地市场、样板市场，如何痛下决心提高团队的执行力。

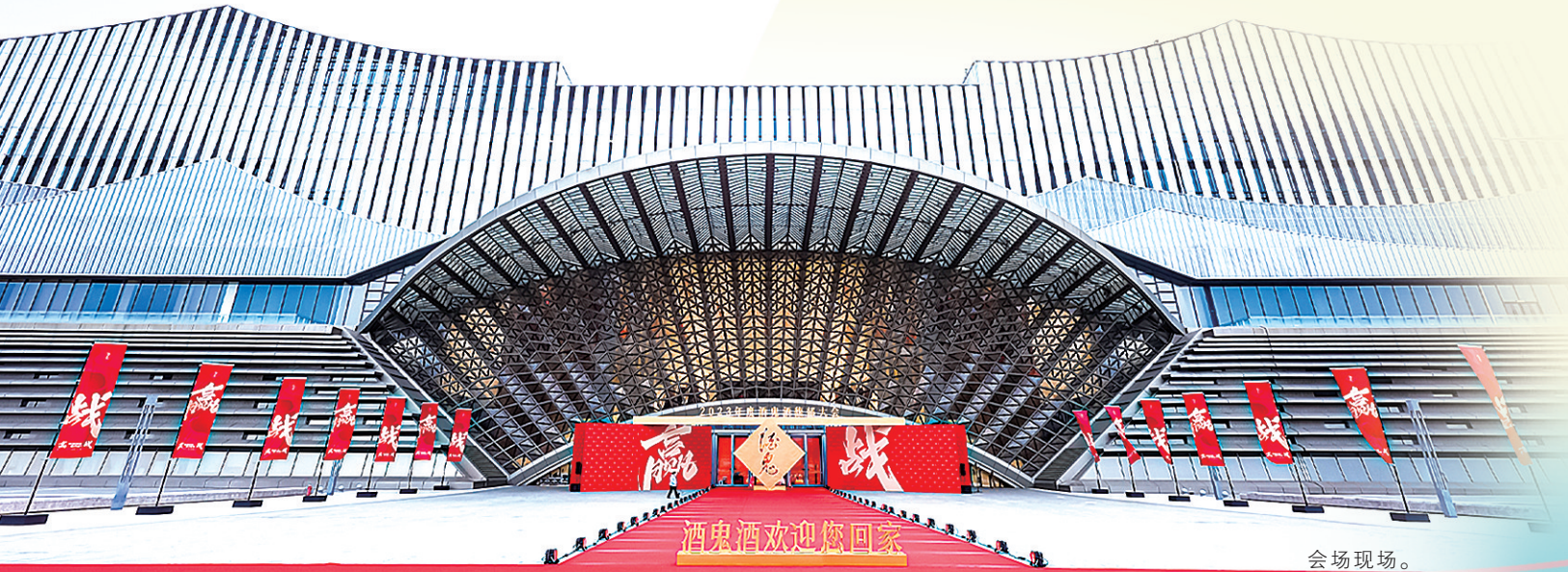
馥郁大会上，酒鬼酒公司给行业专家、文化学者以及酒业超商颁发了“馥郁文化大使”荣誉，以表彰他们为酒鬼酒、内参酒的发展作出的贡献。

“馥郁文化大使”分别是：盛初咨询董事长王朝成，华糖云商总经理、《糖烟酒周刊》创始人杜建明，酒仙网董事长郝洪峰，中国酒史学家、山东社会科学院研究员王赛时，泰山名饮总裁孟庆广，湖南酒业协会会长、湖南省糖酒公司总经理盛朝阳。

馥郁大会上，酒鬼酒公司表彰了为酒鬼、内参的发展，在销售、守护市场秩序，助力品牌发展等方面作出贡献的酒鬼酒合作伙伴，包括红坛18战略落地的馥郁共赢奖、为酒鬼、内参做出核心市场担当的百酿天成奖等共达17轮奖项，总计429人获奖。

苦练内功，赢战未来。2023年酒鬼酒馥郁大会，是酒鬼酒“百酿馥郁，妙境天成”全新品牌形象展示的大会，也是酒鬼酒人求新求变、蓄力而发，实现馥郁花开的大会。

行业专家，纵论行业趋势和酒鬼酒发展之路



会场现场。