

千亿酒企凸显行业结构性繁荣 五粮液寻求更高质量发展

■ 张龙飞

“2019年,五粮液集团实现稳中有进的新发展,集团销售收入历史性跨越千亿台阶已成定局。”12月18日,在四川宜宾举行的第三届中国国际名酒文化节·五粮液第二十三届1218共商共建共享大会上,五粮液集团党委书记、董事长李曙光分享了最新的发展成绩单。

2019年,是国内白酒行业单个企业集团首次实现千亿销售收入的标志性一年。千亿酒企的出现,显示中国酒业仍处在大有可为的机遇期。

如期履约

千亿目标即将收官

在2018年12月举行的五粮液1218大会议上,李曙光就曾表示,“2019年是五粮液集团突破千亿的关键之年,有望与茅台携手跨越千亿台阶。”

如今,五粮液如期履约。这也意味着五粮液“二次创业”取得了重大阶段性成果,提前一年实现了企业“十三五”发展目标,并成为中国白酒行业率先跻身千亿俱乐部的酒业集团。

从2002年五粮液营收率先突破百亿大关,引领中国白酒行业进入百亿时代,再到2019年千亿时代的到来,五粮液进入又一个崭新的历史发展时期,对引领中国酒业继续向高质量发展具有重要意义。

在五粮液集团的千亿营收中,酒业主业核心作用更加突出。五粮液股份公司销售收入和利润总额增长领先同行业,预计全年销售收入将突破500亿元,连续三年,每年递增100亿元。五粮液股票价格历史性突破并站稳100元关口,截至12月19日,收盘股价129元,公司市值成为四川上市公司第一。核心大单品经典五粮液站稳1000元以上价格带,市场持续向好。

产品市场和资本市场的“双丰收”,显示五粮液的千亿成果极具“含金量”,高质量发展的底气十足。在当天大会上,中国酒业协会理事长王延才表示,近几年来五粮液的发展态势强劲,营业收入、利润总额等核心经营指标一直保持高速增长,公司市值、品牌价值屡创新高,得到了消费者、市场和社会的高度认可。

四川省人大常委会副主任刘捷在致辞时同样强调,五粮液为宜宾和四川全省经济社会发展做出了重要贡献,希望向先进对标看齐,改革创新,克难奋进,把五粮液建设成为世界著名、我国领先的现代企业集团,并率先成为四川进入世界五百强的地方企业。

补短板、拉长板

“二次创业”取得重大成果

在去年1218会议上,五粮液为2019年的企业发展制定了“补短板、拉长板、升级新动能”的发展大略,对渠道、组织、系列酒及机制四个“短板”进行补齐,并在推动产品结构升级、品牌传播升级上,进一步发挥“长板”优势。

今年以来,五粮液全面导入“控盘分利”的营销模式,通过梳理渠道架构,实现渠道扁平化、网络化、精细化,配套精准的市场运作



策略,做到动作简洁、政策透明、利润稳定。2019年也是五粮液营销组织的改革元年,围绕着推动营销组织“横向专业化、纵向扁平化”的目标,原有的五粮液7大营销中心改成了21个营销战区,依托数字化赋能,全面向终端和消费者方向转型。

“五粮液2019年的营销改革取得阶段性成效。”李曙光在会上表示。从目前发展情况来看,五粮液一系列改革举措正在补齐发展“短板”,已经取得重大实质性成果。

五粮液集团公司总经理、股份公司董事长曾从钦在营销工作报告中表示,2019年五粮液重点在提升品牌力、产品力、渠道力、执行力上持续优化,实现了“四个提升”:加强文化建设、加大品牌推广、加速IP打造,品牌力得到进一步提升;深化研发创新、优化产品体系、强化过程管控,产品力得到进一步提升;升级传统模式、拓展优势资源、严格市场督导,渠道力得到进一步提升;抓数字化转型、变革营销组织、优化管理模式,执行力得到进一步提升。

在12月11日世界品牌实验室(World Brand Lab)发布的2019年度《世界品牌500强》排行榜中,五粮液连续入选并位列第302位,较去年上升24位,排名增速居食品饮料行业第一。在亚洲品牌500强、中国企业500

强等权威评价榜单中,五粮液也连续多年入选、排位不断跃升。

与此同时,五粮液核心产品在2019年也实现了迭代升级,白酒行业标志性大单品——第八代经典五粮液全面上市,品质、包装、防伪等全方位升级得到市场高度认可。超高端白酒产品“501五粮液”正式发布,进一步推动了五粮液品牌价值提升,重新定义了中国白酒的价值表达。

品牌、产品等方面的“长板”优势持续固化和提升,最后都化为亮眼的数据指标。2019年,五粮液股份公司前三季度实现营业收入371.02亿元,同比增长26.84%;净利润125.44亿元,同比增长32.11%。在白酒上市公司中,五粮液销售收入和利润总额等核心经营指标得到进一步提升;深化研发创新、优化产品体系、强化过程管控,产品力得到进一步提升;升级传统模式、拓展优势资源、严格市场督导,渠道力得到进一步提升;抓数字化转型、变革营销组织、优化管理模式,执行力得到进一步提升。

对于五粮液来说,千亿目标意义重大。千亿之后,五粮液如何实现更高质量发展?

数据显示,2019年1—10月份,全国规模以上白酒企业的产量实现了635万千升,同比增长1.4%;实现销售收入4549亿元,同比增长10.5%;实现利润总额1122亿元,同比

增长19.3%。

王延才表示,中国白酒产业的结构性变化与宏观经济和消费市场变化趋势基本吻合,正处在“行业白金时代、龙头企业黄金时代”的一个结构性繁荣的阶段。李曙光在会上认为,中国白酒行业结构性繁荣的长周期没有改变,向优势品牌、优势企业、优势产区集中的趋势也没有发生根本改变。今年以来,行业发展的主要数据也再次表明集中的趋势还在提升。

基于这一研判形势,2020年,五粮液将围绕稳中有进的工作总基调,进一步深化“补短板、拉长板、升级新动能”的长期方针,强化品质、强化管控、强化数字化转型。

李曙光表示,品牌建设是企业工作的核心,品质至上则是企业高质量发展的制胜法宝。2020年,五粮液将继续致力于重塑中国酒业大王的新形象,致力于五粮液品牌价值的回归。同时,坚持品质至上,围绕建设全国领先的纯粮固态发酵酿酒生产基地、全国领先的酿酒生产储存基地、全国领先的酿酒专用粮基地,加快建设一批既利当前又奠基长远的重大项目。

据悉,五粮液要新增12万吨纯粮固态发酵原酒产能;新增30万吨陶坛储存酒库、35万吨勾储酒库,酿酒专用粮食基地将在今年

完成的100万亩基础上再升级建设100万亩。在品牌与产品体系建设上,坚定不移推动主品牌五粮液“1+3”产品体系建设:“1”就是核心大单品——第八代经典五粮液,“3”分别是超高端五粮液——501五粮液(明池、清池)、80版经典五粮液和39度经典五粮液。在2020年新年前后正式投放超高端产品501五粮液,进一步构建起五粮液品牌的价值空间。在系列酒方面,集中打造五粮特曲、五粮春、五粮醇、尖庄等四个全国性战略大单品。

与此同时,五粮液将持续推进数字化转型,通过数字化运营打造可持续的竞争优势,用数字化手段创新与高端消费群体的沟通和互动方式,并通过挖掘数据价值,实现以消费者为中心的智慧零售形式。2020年,五粮液将以专卖店和电商官网平台建设为抓手,通过优化迭代、打造样板,为新零售模式的快速复制打下基础。在渠道建设、市场监管、营销体制等方面,五粮液也将深化改革,进一步提升效率、优化服务。

“二次创业”迈上千亿发展大台阶,为五粮液未来发展打开了更加广阔的天地。在21世纪第3个十年即将到来之时,千亿五粮液正寻求更高格局、更高质量的创新发展,已将目标瞄向了加速迈入世界500强,打造健康、创新、绿色的世界一流企业。

