

中国白酒·澎湃十年：

2011-2020年,中国白酒走过了激情澎湃、跌宕起伏的10年,酒类行业呈现出鲜明的新时代特征、新发展趋势和新消费变化。让历史告诉未来,为以更好姿态启序酒业新章,华糖云商、糖烟酒周刊、酒说及食业头条联合发起“致敬中国酒业十年”系列活动和专题报道,对泸州老窖进行了深度解读。

在这近十年间,泸州老窖两次跻身百亿俱乐部,尤其是2019年国窖1573跨入百亿大单品行列,更意味着泸州老窖进入新的发展轨道与驱动模式。相对其他名酒,泸州老窖发展历程更加激荡,张力也更大,样本性突出,总结其发展历程及成果,对未来十年意义独特。

澎湃十年,为什么关注泸州老窖?

无论是截取2011到2020年这10年的澎湃篇章,抑或放在更长远的酒业发展历程中,泸州老窖都是绕不过去的!

这近十年间,泸州老窖两次跻身百亿俱乐部,可谓白酒行业头部阵营的典型代表与重要构成,尤其是2019年国窖1573官宣百亿,不仅意味着行业高端酒阵营第三支高端百亿大单品的诞生,更意味着泸州老窖进入新的发展轨道与驱动模式。即便在2020年受疫情影响的上半年,泸州老窖硬是凭借国窖1573的逆势增长稳住了阵脚,利润同比增长!

放在更长远的角度,浓香型一度被称之为“泸香型”,其原因是泸州老窖为

五届名酒称号唯一的浓香代表、浓香技艺开创与集大成者。尤其是在上世纪60至80年代,全国二十多个省、市、自治区的酒厂到泸州老窖考察、学习,泸州老窖也大方地委派技术人员纷纷前往全国各地进行技术指导和援助,显著地推动了中国浓香型白酒品类的全国化扩张,在一定程度上也影响到当前浓香为主(占比70%以上)的白酒消费格局。

总结来看,无论是从行业地位、技艺传承、品类贡献和案例特质,泸州老窖都是中国白酒·澎湃十年的见证与代表,更是专业综述研究、从个案到共性的典型案例。



2019年10月28日,2019泸州老窖国窖公司第三次股东大会现场

十年激荡下的泸州老窖印记

回顾十年,数字最能说明问题。泸州老窖可谓澎湃十年里面4个发展周期(黄金十年巅峰期、深度调整期、结构复苏期以及高质量发展新时期)的典型代表。细分来看:

一、2011年到2012年,黄金十年巅峰期。2012年,泸州老窖的营收与利润都达到了有史以来的顶峰,营收达到115亿,利润达到43.9亿。之所以有这样的巅峰,与前期铺垫密不可分,例如此前国窖1573的横空出世与不断培育,还有当时中国经济的突飞猛进,柒泉模式迅速在华中、西南、华北和山东的遍地开花,泸州系海量的产品战术……此外,百年泸州老窖窖龄酒也在2011年推出,主打中高端市场,并在上市首年便达到了10亿规模。

二、2013年到2014年,受行业整体影响,业绩下滑触底。受国家层面限制三公消费的政策影响,高端酒价格纷纷跳水,2014年泸州老窖营收和利润下滑,“去库存”成为当时行业的主命题。这期间,国窖1573除了尝试价格“逆势”,也在营销模式上大胆创新探索,例如“生命中的那坛酒”成为当时行业少有的亮点,规模一度超过10个亿。同时泸州老窖也做出了一些产品和模

式的布局,如复古怀旧产品特曲60版和小酒“泸小二”的出现,又如特曲公司和窖龄酒公司等从事业部制到品牌专营公司的初步探索。

三、从2015年到2018年,结构性恢复与重塑。这一阶段的标志性事件是2015年6月的换届,刘淼和林锋分别担任泸州老窖股份有限公司董事长和总经理;接着就是大刀阔斧的改革:聚焦五大战略单品,从多品汇量到单品模式;组织



国际诗酒文化大会自2017年举办以来,成为一大具有国际影响力的文化盛事,图为民族舞剧《李白》在酒城泸州上演现场

重塑,“四总三线一中心”有效构建,设立全国7大营销服务中心;这段时期,先后推出七星盛宴、国际诗酒文化大会等一系列IP活动,持续强化品牌落地与消费者运动……

于是,我们能看到泸州老窖的触底反弹:2014年53亿,2015年69亿,2016年83亿,2017年重回百亿,2018年130亿超越历史上2012年的最高记录,开启新的里程!都说深蹲是为了更好的起跳,重回百亿的泸州老窖,显然已经是另外一副模样,全新的品牌驱动、组织架构、团队模式与增长内涵。

四、从2019年到现在,高质量发展新阶段。在2018年营收实现对历史最高点的超越之后,2019年泸州老窖继续保持营收25%高增长的同时,46亿的利润实现了对2012年顶点的再次超越,可以说2019年的泸州老窖算是真正意义上的“启序新章”!

不仅如此,以国窖1573过百亿为重大契机,泸州老窖可谓构建起更高壁垒、更加强大的业绩驱动,这个超级单品结构的成型,不仅仅是泸州老窖盈利能力持续增长的关键与核心,更缩短了泸州老窖下一个百亿的时间进程。