

五粮液董事长曾从钦提出五个“心” 2025年推动品牌价值和市场双提升

来源：证券时报网 作者：唐强 2024-12-19 12:00

12月18日，五粮液“第二十八届12·18共商共建共享大会”盛大举行，这是五粮液一年一度的经销商盛会，本次大会以“聚合力、应变局、共和美”为主题。在会议现场人潮攒动，前来参会经销商和投资者人员众多，五粮液集团（股份）公司党委书记、董事长曾从钦，五粮液股份公司党委副书记、总经理华涛，中国酒业协会理事长宋书玉等出席并致辞。



针对白酒行业现状，曾从钦提出了五个“心”，即当多一份平常心、当多一份持久心、当多一份坚守心、当多一份求胜心、当多一份自信心。2025年，五粮液营销工作方针主要包括“稳价格、抓动销、提费效、转作风”，以提升五粮液品牌价值为核心，推动品牌价值和市场双提升，巩固提升稳健发展态势。

不内卷、不内战、不内耗

2024年是白酒产业深度调整的关键一年。

在此背景之下，宋书玉表示，白酒产业积累的矛盾必须主动释放，庆幸的是产业整体结构性繁荣趋势没有改变。尽管市场面临挑战，但白酒产业整体仍展现出良好的增长动力与韧性，包括五粮液在内的龙头企业，展现了强大的韧性与稳健。

据五粮液三季报显示，今年1—9月期间，五粮液实现营业收入679.16亿元，同比增长8.60%；净利润249.31亿元，同比增长9.19%。同日，五粮液还披露《2024—2026年度股东回报规划》，2024—2026年度，五粮液每年度现金分红总额占当年归母净利润的比例不低于70%，且不低于200亿元（含税）。

在此次大会上，曾从钦回顾了2024年五粮液的工作成果，并公布了2025年营销工作方案：以提升五粮液品牌价值为核心，加力加劲强化产品动销、渠道优化、服务能力，推动品牌价值和市场份额双提升，巩固提升稳健发展态势。

具体又分为五个方面，曾从钦表示，一是加大力度抓好产品量价平衡，破除经销商盈利问题，破除千元价位段竞品纠缠问题。

第二，加大力度抓好渠道优化布局，传统渠道方面着力优化分层分类分级管理，优商、补商、扶商、强商；直营渠道深入推进“三店一家”建设，加快拓展专卖店空白市场；新兴渠道持续创新运营模式，规范电商渠道合作。

第三，五粮液要加大力度抓好消费市场培育，高端消费市场重点强化核心“意见领袖”培育，系统策划高端圈层精品活动；老酒消费市场着力完善陈年五粮液价值体系，编撰五粮液陈年酒收藏指南；年轻消费市场方面，组建工作专班，开展专项行动。

第四，加大力度抓好品牌宣传推广，精心策划好2025年央视春晚“和美好礼”互动、央视《礼遇中国》、湖南卫视2025跨年演唱会等主流媒体活动；持续占位好博鳌亚洲论坛、APEC、进博会等高端平台活动，全力落实好幸福五部曲等和美文化活动，深入实施好“和美全球行”等国际交流活动。

第五，加大力度抓好行业责任担当，引领集群发展，共建世界级优质白酒产业集群；引领川酒振兴，聚力重塑四川白酒价值体系；引领秩序治理，推动行业共同应对电商平台低价促销冲击；引领标准制定，牵头加快推进中国白酒国际标准制定；引领行业竞合发展，不内卷、不内战、不内耗，带头营造健康良好的行业竞合秩序。

当前，中国白酒市场出现了新的发展特征，低价酒是增量竞争，中档酒是存量竞争，高端酒是缩量竞争。

宋书玉认为，一切回归消费需求原点，从消费者出发。当前，优化存量，提升存量价值才是出路。同时，宋书玉也认为，中国经济稳中向好的趋势不改变，美酒作为日常消费的基本属性不改变，作为中国传统文化符号的属性不改变，中国酒业明天会更好的发展大趋势就一定不会改变。

全面提升经销商盈利水平

华涛在12·18年度经销商大会上回顾了2024年营销工作，公布了2025年公司营销工作思路。

华涛指出，2024年按照“营销执行年”总定位，贯彻“抓动销、稳价格、提费效、转作风”营销方针，打好了形象提升、份额提升、市场拓展、提质增效和盈利提升的“五大攻坚战役”。

华涛表示，2024年，五粮液稳控主品价格，坚持量价平衡，健全产供销一体化服务体系，动态调整投放节奏，持续打击制假贩假和线上非授权违规销售行为。

在大会上，华涛进一步提到，“志不求易者成，事不避难者进。干好营销工作，兑现比承诺重要，解决比解释重要，效率比笑脸重要”。

针对2025年营销思路，华涛明确表示，2025年是五粮液营销执行的提升年，将坚持稳中求进、以进促稳、守正创新、先立后破。

具体操作来看，华涛提出了五个“聚焦”，聚焦品质的守正创新，全力以赴提升“产品力”；聚焦品牌的精准打造，全力以赴提升“品牌力”；聚焦市场的深耕细作，全力以赴提升

“渠道力”；聚焦市场的快速反应，全力以赴提升“服务力”；聚焦管理的提质增效，全力以赴提升“执行力”。

值得关注的是，华涛强调，要从费用管控、市场治理、渠道优化等方面综合施策，全面提升经销商盈利水平。全面优化第八代五粮液的渠道费用，保证全国市场投入的一致性，防止政策折价套现。提升五粮液产品稀缺性和价值感，第八代五粮液坚持“量价平衡、结构优化、优质服务”运营原则，增强品质竞争力和溢价能力。价格是高端名优白酒的生命线，也是品牌张力的重要表现，维护价格体系的健康稳定更是厂商共同的责任。

在当天的经销商大会上，中国酒业评论人肖竹青表示，可以感受到五粮液的2025工作规划非常务实。

谈及五粮液2025工作亮点，肖竹青对证券时报·e公司记者表示，五粮液提出在经销商费用兑付、终端绑定等方面区别对待不同类型经销商，部分不守规矩的经销商可能再难以套取费用扰乱市场价格了。

肖竹青认为，五粮液在全价格带、全产品概念、全包装形态即将全方位发力，争夺更多消费场景，争夺更大市场份额。强者恒强，弱者更弱，甚至弱者直接出局，白酒行业优胜劣汰将加速兑现。