

宗馥莉接棒娃哈哈 500亿饮料巨头将走向何方？



2月25日，娃哈哈集团在官网发布讣告，娃哈哈集团创始人、董事长宗庆后因病医治无效逝世，享年79岁。一代传奇浙商谢幕，多位知名企业家发文悼念，许多杭州市民在娃哈哈集团前总部楼下自发吊唁。与此同时，作为接班人的宗馥莉走到聚光灯下。

饮料产业竞争激烈，大健康产业初步布局，娃哈哈这艘商业巨舰将驶向何方，格外受外界关注。

现代快报/现代+记者 史童歌 文/摄
(部分图片来自娃哈哈集团官网)



宗馥莉在娃哈哈集团2024年全国销售工作会议上讲话

娃哈哈陷入“中年危机”？



娃哈哈AD钙奶

1987年，42岁的宗庆后开始创业，靠代销汽水、棒冰、文具起家，通过产品创新、技术创新、营销创新，创立了“娃哈哈”这一知名品牌，一步步建立起了饮料“帝国”。娃哈哈品牌家喻户晓，30多年累计销售额8600多亿元……作为改革开放以来的第一代浙商，宗庆后无疑为中国商业史留下了浓墨重彩的一笔。

如今饮品行业更新迭代迅速，爆款产品层出不穷。年轻产品“穷追不舍”，娃哈哈似乎迈入了“中年危机”。娃哈哈集团官网资料显示，娃哈哈共拥有十余类200多个品种的产品。但提起娃哈哈，很多人的印象依然停留在AD钙奶、营养快线、爽歪歪、娃哈哈矿泉水这些“元老级产品”上，近些年开发的新产品并没有激起太多水花。

娃哈哈的“中年危机”，也一定程度反映在公司业绩数据上。2010年，娃哈哈业绩突破500亿元，同年9月，宗庆后以财富800亿元成为2010年中国首富；2013年，娃哈哈业绩达到历史最高峰782.8亿元。随之而来的则是一段漫长的瓶颈期，2015年营收降到494亿元，之后几年一直维持在500亿元上下。

在食品产业分析师朱丹蓬看来，新生代消费者喜欢个性化的产品，娃哈哈在产品、包装层面没有满足新生代的消费需求，很难打动他们。实际上，娃哈哈的创新之路从未停歇，不断推出新产品，但似乎并没有出现新的“爆品”。

加码新式茶饮 布局大健康赛道

娃哈哈每年的销售工作会议，是向新的一年释放的发展信号，其中新品发布是会议的重头戏。2023年，经典保健品儿童营养液强势回归，新品锁定“健康”关键词；2024年，娃哈哈加码“椰子元素”，推出新品椰子牛乳饮品，同时提出坚持大健康发展战略，延续一贯的“健康”标签。

饮料品牌的声名大噪，让人常常忽略娃哈哈其实是做保健品发家的。“喝了娃哈哈，吃饭就是香。”伴随着这句响彻大江南北的广告语，娃哈哈的第一支产品儿童营养液在1988年一炮打响，从此奠定了“健康化”道路的基石。打开娃哈哈集团官网，在企业愿景一栏可以看到，“成为业绩一流、责任恒久、基业长青的饮料及大健康龙头企业。”

近年来，营养健康食品行业拥有巨大的市场潜力。《中国营养健康食品行业蓝皮书》报告显示，截至2022年，中国营养健康食品行业规模已高达5885亿元，并有望在2027年超过8000亿元。据了解，娃哈哈专门成立了现代生物工程研究所，建立了拥有超过4500株菌株的菌种资源库。在研发新产品的同时，还对经典产品营养快线进行升级，推出“益生菌发酵营养快线”。种种动作，显示了娃哈哈在大健康产业精耕细作的决心。

无糖版非常可乐、“入茶里”系列低糖饮料、苏打水、电解质水、厚乳拿铁……这几年，娃哈哈在拓宽新式茶饮、咖啡的新赛道上也动作频频，不断扩充产品品类，迎合年轻消费者需求。宗庆后此前在接受采访时曾表示，“在深耕主业的基础上，我们持续推进品牌升级、加码大健康、探索智能制造，这也是当下众多传统实体制造企业努力谋求转型升级的进阶之路。”



宗馥莉接棒 未来将走向何方

去年，78岁的宗庆后参加央视财经《对话》栏目时，谈到了接班的问题，“我应该不会退休，但是会退居二线，让年轻人在前面冲锋，我在后面看着，走偏的时候扭转一下，给他们出点主意。”

当谈到创业与守业哪个更难时，宗庆后直言，守业更难。“当前面对的环境，要比三十年前复杂得多。现在是过剩经济的时代，守业比创业更难，竞争太激烈，必须要坚持创新。”随着宗庆后的猝然离世，守业的接力棒传到女儿宗馥莉手中。1982年出生的她，只比娃哈哈品牌大5岁。

在宗庆后去世后，宗馥莉已经逐步接手公司多项工作。2018年，宗馥莉上任娃哈哈品牌公关部部长；2021年，出任集团副董事长兼总经理，成为二把手；今年2月23日，接替父亲担任杭州娃哈哈电子商务有限公司法定代表人、执行董事、经理等职务。

宗庆后曾在访谈节目中谈到，对女儿在娃哈哈集团的表现可以打90分。任职期间，宗馥莉不断尝试新业务、新玩法，屡次破圈、刷屏。比如把合作多年的代言人王力宏，换成新鲜面孔许光汉；推出AD钙奶月饼、炫彩版营养快线、营养快线彩虹盘等；和盲盒品牌泡泡玛特跨界合作，推出限量版“盲水”；与英雄联盟、斗罗大陆等IP推出多款联名产品，不断向Z世代靠拢；牵手杭州亚运会，娃哈哈晶钻水亚运限定版、袋装纯净水等产品引热议……

500亿饮料“帝国”未来将走向何方，是摆在宗馥莉面前的问题。在娃哈哈2024年全国销售工作会议上，发表讲话、部署工作的角色换成了宗馥莉。瞄准特通渠道，积极开拓新市场；新品老品双管齐下，打产品“组合拳”；在健康上聚点，组建特色产品链和销售网络……对于2024年，宗馥莉有着清晰的发展规划。

娃哈哈步入宗馥莉时代后，会交出一份怎样的成绩单？值得我们期待。

◀经典保健品儿童营养液回归

爱自富
国由强
敬平民
业等委
诚公文
信正明
友法和
善治谐

节俭是福

中宣部宣教局 中国文明网

分类广告

刊登热线：025-84783581、13675161757
地址：洪武北路55号置地广场1806室

综合招聘

诚聘 江南水泥厂有限公司厂北二层建筑修缮工程监理单位。联系人：郭莉，联系方式：86233524。

厨师待聘

待聘 大厨。19002504993

遗失

遗失 南京市玄武区朴然美容护肤室营业执照正、副本，统一社会信用代码 92320102MA1Y6QMW55，声明作废。

遗失 南京希疆健康科技有限公司公章、法人章、财务章各一枚，声明作废，寻回后不再使用。

遗失 拆迁协议书（协议号 2019-2-89），项目全称：求雨山文创园（江浦制药厂宿舍）地块环境整治，声明遗失。