

宗馥莉
视觉中国供图

宗 | 馥 | 莉 接棒

随着宗庆后的因病离世,娃哈哈的接力棒传到了女儿宗馥莉手中。1982年出生的她,比娃哈哈这个品牌大5岁,她将带领娃哈哈这艘商业巨舰驶向何处,成为社会各界关注的焦点。

2004年,宗馥莉大学毕业后回国,正式加入娃哈哈集团。回国后的宗馥莉选择从车间一线开始积累经验,这也让她渐渐体会到了父辈缔造饮料王国的艰辛。

她出任娃哈哈品牌公关部部长,有话直说、雷厉风行,换代言人、做彩妆、出联名、做新品……推出了一系列适合年轻人的玩法。同时,她着眼于技术创新,做研发的“硬核派”,为传统饮料制造业开拓数智化的新可能。

娃哈哈步入宗馥莉时代后,会交出一份怎样的成绩单,让人拭目以待。

现代快报/现代+记者 杨晓冬

快写人物

CHARACTER SKETCHER

站在“巨人”的肩膀上成长

宗馥莉出生于1982年1月,宗家夫妇为女儿取名馥莉,谐音为“福利”,希望女儿又有福又有利。

1987年,宗庆后辞去了稳定的工作,拿着四处借来的14万元开始创业时,宗馥莉刚刚5岁。宗庆后在访谈节目里说:当年自己正值创业初期,连去幼儿园接女儿回家都没空。而初中毕业后,宗馥莉便出国留学,直到2004年学成归国。不难看出,这期间父女相处时间其实并不多。

虽说缺席了女儿的成长,但宗庆后给予宗馥莉的爱并不少,在父爱滋养中长大的宗馥莉,性格也越来越独立,从小就有一个有主见的孩子。

归国后,宗馥莉进入娃哈哈一线历练,从车间起步,第一个岗位是在娃哈哈萧山二号基地的车间做生产管理。2007年,宗庆后把主做食品饮料生产加工的杭州宏胜饮料公司分拆出来给女儿宗馥莉单独经营,并且逐步给她独立权力,由此宗馥莉真正开始了自己创二代的道路。

宏胜一开始只有一条饮料灌装线,更多的是为娃哈哈代加工饮料,然而宗馥莉对宏胜的定位却是“食品饮料行业的全产业链产品及服务提供商”。拿地、购买设备、打造团队,在全国各地建厂布局……在宗馥莉看来,一家饮料企业能够站稳潮头必须创新,否则就会失去话语权。于是,在第二年,宗馥莉就成立了松源机械,用两年时间,松源机械自主研发了PET瓶和瓶盖等饮料包装模具。之后几年,宗馥莉又先后成立了松裕印刷包装、恒枫食品科技等4家新兴企业,对产业资源进行整合和转型升级,打造出食品饮料全价值链生态圈。

经过多年发展,如今宏胜已逐步发展成为在全国有20个基地、40多家子公司、100多条生产线的综合饮料集团,多次入选中国民营企业500强、中国民营企业制造业500强,还助力娃哈哈品牌的自主生产,利润率甚至超过娃哈哈。

宗馥莉的成就,已是不容小觑。

“我们确实是站在巨人的肩膀上,爸爸打下了那么好的基础。”采访中,宗馥莉表示自己并不反对“二代”这个标签。宗庆后为宗馥莉提供了快速成长所需的大环境,在父辈庇护下,她不必畏手畏脚。而现在,宗馥莉成了一棵大树,娃哈哈的担子也将落在她的身上。

“叛逆”的继承者

宗馥莉的人生经历并不复杂,但奇特的是,作为宗庆后唯一的女儿,她的观念、想法,似乎都是爸爸的反义词,在很多场合,她直率地表示不认同父亲的理念,总是跟父亲“唱反调”。

令大家印象最深的莫过于她停止了和王力宏的合作。2019年,宗馥莉刚刚上任娃哈哈公关部部长后,第一件事就是换掉王力宏,换上更年轻的许光汉。至于停止合作的原因,宗馥莉在节目中直言自己并不喜欢王力宏,也不喜欢这包装。

此外,留学国外八年之久的宗馥莉与老一辈民营企业家的父亲之间的经营理念分歧,也一直是横亘在父女之间的问题。接受美式商学院教育的她,说自己倾向于团队协作,只告诉团队自己想要的结果;而宗庆后则是给出指令,团队执行就够了。宗馥莉还吐槽父亲“专制”,做法落后,在创业初期可行,但不能长久。

与此同时,宗馥莉一直极为注重自己个人品牌的塑造,希望由此摆脱其“宗庆后之女”的身份。2007年和2012年,宏胜饮料集团先后成立馥莉慈善基金和浙大馥莉食品研究院,2016年7月,宗馥莉推出了以自己的英文名“Kellyone”命名的果蔬汁饮料产品“Kellyone”。

这一款高端私人定制饮料的推出显现出了宗馥莉与父亲宗庆后大相径庭的经营风格,相比娃哈哈走“亲民饮料”路线,Kellyone走的则是高端新潮、互联网+路线。宗馥莉表示,她为了整个计划投入了几百万人民币,甚至建造了一个400平方米的中央厨房。

宗馥莉也是娃哈哈品牌焕新的幕后操盘手,带领娃哈哈完成了多个“破圈营销”,不仅让娃哈哈在英雄联盟、斗罗大陆、B站、潮玩、电影等圈层交朋友,还让自家产品IP人格化,如AD钙奶主打“今日未成年”概念,这也使得诞生于1996年的AD钙奶,在推出20多年后,近三年的销售额依然保持增长。

和父亲相比,宗馥莉的成长教育环境和企业面临的竞争环境已大不相同,她对父辈筚路蓝缕的创业精神十分敬仰,但对于已过而立之年的娃哈哈,她希望人们会这样评价:“我发现你们的品牌变年轻了。”

她不再站在宗庆后的身后,而是以另一种姿态与父亲并行。

接过娃哈哈的“接力棒”

在宗庆后去世前,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;今年2月23日,宗馥莉接替父亲担任杭州娃哈哈电子商务有限公司法定代表人、执行董事等职务。

在她看来,娃哈哈未来的发展主要取决于两方面:一是视野足够长远,能否坚定走下去;二是如何提早预判,布局转型。面对当前多变的市場,最重要的是要保持一件事情有价值地持续地做下去,长青企业往往是坚定的长期主义者,他们能超越时代,超越变化,这就是“慢即是快”的道理。

3月6日,宗馥莉在上海出席中国饮料工业协会年会并演讲,这也是她在父亲宗庆后2月25日病逝后首次在公众场合露面。会上她称自己既是一名在行业摸索了20年的“老兵”,也是接过企业经营“接力棒”的“新将”,并描绘出她心中未来的娃哈哈。

“娃哈哈从最早期整线引进国外生产线到自主集成自动化生产线,直至自行设计规划智能工厂,在生产方面建立了国内第一条数字化与智能化饮料生产线,打破各个设备的信息孤岛,实现了生产数据互联互通。”宗馥莉表示,实体经济充满无限可能,技术改进、理念革新都会带来惊喜。强大的后端研发、生产供应能力是企业的生命力,想迈入智慧工业阶段就要注重研发端、生产端的创新升级,形成一套能嵌入原有业务的高耦合模式。

未来,她希望在娃哈哈搭建全新的、各端之间超级链接的数字化生态样本,从采购、生产制造、仓储物流等业务环节到零售终端、销售商务和合作伙伴等B端对象,再到购买产品的消费者,形成端到端的数字化生态制造业链路,联通人—物—场,让“制造”更善解人意。



扫码看视频

现代快报+ 新媒体品牌矩阵展播



书香江苏

传递阅读的力量



扫码了解书香江苏