

酣客君丰

新消费引领民族产业驶向“银发蓝海”



酣客君丰海上邮轮中老年课程授课现场

中国的老龄化浪潮正加速到来。国家统计局数据显示,2024年,我国60岁及以上人口达到31031万人,占全国人口的22.0%,首次突破3亿大关,距突破2亿大关仅过去10年。

面对明显快于其他国家的老龄化进程,创新发展银发经济,丰富和优化老年服务,对新时代实现人民对美好生活的向往尤为紧迫。与此同时,作为提振消费,扩大内需,拉动经济的重要力量,银发经济发展潜能巨大。

2024年初,国务院办公厅发布《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》,作为首个针对银发经济的政策文件,集中展示了我国应对老龄化挑战、满足快速增长的多样化养老需求的重大部署。

如何将政策部署与产业资源特色相结合,将市场洞察与新质生产力相结合,化挑战为机遇,实现经济效益与社会效益的有机统一,是每一家企业的必答题。酱酒新消费领军企业酣客君丰立足

民族产业,融合新消费浪潮,为我们打造一个卓有成效的创新范本。

为银发人群打造“后半生生活方式”

2024年10月11日,天津国际邮轮母港,一抹“酣客红”格外醒目。在酣客君丰工作人员引领下,数百名酣客(酣客君丰对粉丝的昵称)汇聚于此,踏上了远赴日韩的海上之旅。

这不是一场普通的豪华邮轮游玩,而是酣客君丰发起的一场中老年智慧人生与海上旅游兼具的粉丝成长活动,不仅让酣客们畅享海上风景,还围绕中老年人关注的诸多议题,为其讲解知识,分享经验,帮助破解焦虑。

作为白酒企业,酣客君丰为何发起看似与白酒无关的活动?这背后是公司应对老龄化社会的深刻洞察和战略布局。

自成立以来,酣客君丰一直以“消费侧创品牌,为酱酒极客而生”的理念打造

企业品牌,以“高心值”“高文化”服务,超越物质需求,满足精神追求,为消费者创造全新的消费体验。

而随着老龄化社会的到来,酣客君丰意识到,新一代老年人面对互联网时代的全新世界,心中的惶恐、迷茫日益加深。帮助他们应对变化,同时建立一种新式、健康的生活方式,成为公司发展的一个重要立足点。

“酣客君丰要做‘后半生生活方式的供应商’。”酣客君丰创始人王为表示,“我们希望每一位客户,不仅能获得优质的酱酒产品,也能获得摆脱利益纠缠的优质社交圈,获得积极、充实的生活方式。”

因此,酣客君丰不仅推出了聚焦中老年人心理需求的海上邮轮旅行活动,还从衍生品开发、终端打造、活动举办等在内的诸多方式,打造极简、极致的生活方式,为中老年人生活创造增量价值。对此,酣客君丰的粉丝们称之为“一瓶酒

引发的精彩人生”。

酣客酒窖即是酣客君丰这一发展战略的终端体现形式。酣客酒窖不同于传统的烟酒商铺,是“酱酒+餐饮”的酣客酱酒体验中心,更是集“认知、体验、消费、餐饮、文化”为一体的生活场景,中老年的社交聚集地,受到众多中老年消费者的欢迎,被他们称为“心灵家园”和“后半生的老地方”。

酣客君丰的这一系列消费创新,为中老年人创造了超越产品本身的价值增量,也符合白酒行业“卖酒”向“卖生活方式”转变的趋势。

“高频刚需”的后半生第二事业

当前的新一代老年人,不仅追求更健康、舒适的美好生活,还追求更高的生命价值和社会意义。因此,“银发经济”的一面,是为银发人群提供优质产品和服务,增进老年人福祉;另一面,则是为他们的投资创业赋能,助其实现事业“第二春”。

在国内外经济形势剧烈变化,消费场景减少,众多企业面临一系列发展困难的当下,银发人群投资创业的机遇在哪?如何在瞬息万变的市场中,抓住这些机遇,为经济发展创造价值?

酱酒行业的逆势发展,成为满足银发创业需要的机遇之一。在白酒行业随宏观经济周期进入长周期深度调整时,酱酒消费人群仍在继续扩容,仍属于增量市场。酣客君丰立足酱酒赛道,以酣客酒窖为载体,为中老年人投资创业开辟了一个易成功、好操作的优质平台。

酣客君丰在白酒行业首创了独特的FFC商业模式,其底层逻辑就是变粉丝为品牌经营者,与中老年创业者们一道,把“高频刚需”、前景广阔的白酒产业重做一遍,与之分享产业红利。

在这一过程中,跨界进入酱酒赛道的中老年创业者,面临的困难除了对酣客酒窖的品牌、运营等支持之外,还有商业模式理解、实战经验积累等。酣客君丰则通过一系列店主培训课程、重做方法论丛书、《重做》大讲堂会议等方式,实现了良好解决。

目前,酣客酒窖在全国范围内已开设近2000家。换言之,酣客酒窖已成为近2000名中老年创业者的新消费领域生意流量池和“第二事业”。

而对酱酒行业来说,这一模式也实

中国社会福利与养老服务协会等组织发布的《银发经济蓝皮书》显示,目前我国银发经济规模在7万亿元左右,预计到2035年有望达到30万亿元。酣客君丰的样本意义,在于将消费创新与中老



酣客社群关注生命价值与社会意义

现了对各行各业渠道资源、人才资源的跨界吸收,并重构了中国酱酒的渠道价值链生态,有效减少了各种渠道乱象的滋生。

年生活追求融合,将产业渠道、人才变革与中老年事业成长融合,围绕政策部署,打造适宜银发人群的新质生产力,让白酒这一民族产业驶入“银发蓝海”。



酣客社群追求积极、充实、健康的生活方式

云玺集团祖飞:从实体创业到数字经济先锋
二十年创新之路的破局与引领

云玺集团创始人祖飞

在数字经济与实体经济相互交织、深度融合的时代浪潮下,云玺集团的掌舵人祖飞,以二十余载波澜壮阔的创业轨迹,成为传统行业向数字经济与新兴领域转型的耀眼灯塔。他的每一段经历,不仅是一部个人奋斗史,更是中国民营经济在时代变革中不断突破、奋勇向前的生动注脚,淋漓尽致地展现出技术创新与商业模式创新所蕴藏的无限能量。

实体创业与销售领域的深厚积淀

1998年,祖飞带着创业梦想进入制造业和商贸行业,积累了丰富的运营经验,深入了解了生产、供应链和市场流通。

2003年,祖飞转向销售行业,投入七年时间,深入研究市场和销售技巧。他亲自走访市场,与客户交流,了解需求;同时,他建立销售团队,从选拔到培训,每个环节都亲力亲为。通过不懈努力,他建立了广泛的销售网络和团队管理方法论,对市场需求有了精准把握,为商业创新打下基础。

团队孵化与数字经济前沿探索

2010年后,祖飞利用在实体销售领域的经验,转向企业孵化和管理培训。他了解企业成长难题,提供战略规划,包括市场定位、产品研发到营销策略,给出前瞻性建议。在团队建设上,他根据企业特点和员工需求,定制培训方案,助力企业建立高效团队。

2016年,面对数字经济兴起,祖飞凭借洞察力布局。他组建专业团队,研究前沿技术及其行业应用。认识到技术与产业融合的潜力,相信技术赋能为传统产业带来新机遇,为构建创新型金融生态奠定基础。

电商与直播经济的领航征程

2017年,祖飞凭借对市场趋势的精准

判断,创新性地推出OTO国际营销系统。这个系统巧妙地整合线上线下资源,为电商企业提供了从产品推广、客户引流到交易完成的全链路解决方案。该模式以其高效性和强大的可复制性,迅速在市场上掀起热潮,众多企业纷纷效仿。

2018年,祖飞再次展现出他的创新精神,成立广州黛美化妆品与尚视文化传媒。他大胆创新强势进军直播赛道。在直播培训方面,他邀请行业内知名专家和主播,为团队成员传授最前沿的直播技巧和营销方法;在销售环节,他充分利用直播的互动性和即时性,打造出一场场火爆的直播销售盛宴。

2019年,祖飞团队在首届中国播商论坛上大放异彩,一举斩获金奖。这一荣誉不仅是对他们在直播经济领域卓越成就的高度认可,也进一步巩固了他们在行业内的先锋地位。

自治社区与经济模型创新

2020年,祖飞团队专注于数字经济和新兴领域研究。2021年,他们推出了创新数字营销自治经济公司,引起行业关注。

祖飞还创建了思途云道生态平台,提供数字经济技术、培训、咨询、创业孵化服务,助力创业者和投资者成长。

琅琊社区和思途云道成为公司数字经济领域的支柱,前者提供创新金融解决方案,后者通过教育和资本支持创业者,共同推动领域创新,贡献中国智慧。

技术赋能与全球布局

展望未来,祖飞表示云玺

集团将继续坚定不移地探索数字经济与实体经济深度融合的路径。他计划将数字营销模型进一步拓展至供应链、跨境电商等关键领域,通过技术创新为实体经济注入新的活力。

创业者的长期主义从实体制造到数字经济创新,祖飞的创业历程是对“长期主义”最好的诠释。他始终坚信,技术虽然是推动变革的强大动力,但真正的变革源于对市场需求的深刻洞察和对生态系统的协同共建。在数字经济的新时代,云玺集团正以技术为帆、生态为桨,向着更广阔的金融与产业蓝海乘风破浪,奋勇前行。

