

榜样中国·2021四川十大经济影响力人物

大型评选活动

四川十大经济影响力人物

席刚

新希望乳业董事长、草根知本董事及总裁

新希望乳业董事长、草根知本总裁席刚：
打造乳业联合舰队
为新乳业奠定“鲜”战略

华西都市报·封面新闻记者 喻奇树

3月29日,由封面新闻、华西都市报、封面科技主办的“榜样中国·2021四川十大经济影响力人物”颁奖典礼在成都双流举行,新希望乳业董事长、草根知本董事及总裁席刚当选“2021四川十大经济影响力人物”。

作为“四川经济界的奥斯卡”,一年一度的“榜样中国·2021四川十大经济影响力人物”评选已连续举办多年。本次评选活动以“开局‘十四五’新气象新成效”为主题,通过聚焦典型人物和事件,来反映四川经济乃至全国经济在2021年度的重要表现,并弘扬企业家精神,褒奖行业创新标杆,激发经济发展新动能,助推四川经济高质量发展。

席刚1994年大学毕业后,就加入了新希望集团。2004年,席刚进入新希望集团旗下乳业板块工作,2010年7月出任新希望乳业总裁,2016年1月担任新希望乳业董事长,2019年,新乳业在深交所挂牌上市。

2015年,席刚作为草根知本的联合创始人,全面参与草根知本的打造,并担任草根知本总裁。草根知本承担着新希望集团从企业市场转向消费者市场的战略使命。成立6年多,草根知本已在乳品、冷链物流、休闲零食、调味品及餐饮、营养保健品、宠物等行业深度布局,旗下各板块分(子)公司总数超200家。其中包括1家上市公司,2家创新型独角兽,2家10倍增速超30亿估值企业,及9家价值1亿-10亿创新型企业。

掌舵乳业板块
新希望的版图迅速扩张

新希望乳业是新希望旗下非常重要的板块,自2002年起,新希望乳业掀起多轮并购,通过整合或联姻区域性乳企,实现全国迅速扩张。

在新希望乳业板块的打造中,席刚起着非常重要的作用。2004年进入乳业板块,2010年出任新希望乳业总裁,他很快带领新希望乳业实现扭亏为盈,开启“鲜价值”的升级之路。

2016年1月,席刚担任新希望乳业董事长,2019年1月,新乳业在深交所挂牌上市。2018年,席刚获得中国奶业协会“2018年优秀奶业工作者(功勋人物)”荣誉称号。

目前新希望乳业旗下有59家控股子公司、15个主要乳品品牌、16座乳制品加工厂、13个自有牧场,主要品牌包括西南地区的四川华西乳业、西昌三牧、昆明雪兰、云南蝶泉、昆明海子、七彩云,华东的杭州双峰、安徽白帝、苏州双喜,华北的河北天香、青岛琴牌、朝日乳业,华中的湖南南山,华南的福建澳牛,西北的夏进乳业。

2021年前三季度,新希望乳业营收和利润均实现高位数双增长,营收66.5亿元,同比增长42.79%;利润2.56亿元,同比增长38.22%;扣非净利润2.21亿元,同比增长53.99%。

据了解,新希望乳业近年确立“鲜战略”,2020年公司液体乳营收占比达92.95%,其中低温产品收入占比达53%。

2021年5月,新希望乳业发布2021-2025年战略规划,提出“三年倍增、五年进入全球乳业领先行列”的战略目标。

为实现这一目标,新希望乳业表示在品类策略上将“鲜”为核心赛道,继续旗帜鲜明地做大鲜奶,同时持续完善全国化布局,通过对品类、渠道、品牌和用户四个方面的立体化打造,



新希望乳业董事长、草根知本总裁席刚

● 席刚分析,随着Z世代全面登场,中国进入真正的新消费时代,这要求“专精特新”的消费品牌,要更关注消费者的需求,打造出让消费者愿意接受的产品和服务。消费市场从产品时代、流量时代进入到品牌驱动的时代。

● 席刚认为,品牌驱动要关注差异化、做不易、高颜值三个维度。

● 草根知本在将来会继续贯穿合伙人制度,加强资本、科技、品牌、供应链等运营管理能力,赋能更多消费企业。

满足消费者多层次、多场景、多元化的新鲜营养需求,全方位拓展新鲜半径,挖掘新鲜价值,为行业的新鲜发展提出了新的理念,构建新的格局。

“实业+资本+科技”
构建草根知本产投平台

2022年1月13日,2021草根知本合伙人之夜在成都举行,众多大咖出席,分享他们对大消费行业的最新趋势洞察,包括生物科技、食品科技、数字科技、元宇宙等。会前有近2000名内外部合伙人报名参会,整场大会线上线下总计有超过30万人观看。

至此,草根知本产业投资平台的布局逐步

浮现在公众眼前。

6年前,新希望成立了草根知本集团,专门赋能“专精特新”消费系企业。这些企业可能是草根知本自己“生养”的,比如鲜生活冷链;也可能是草根知本从市场上整合的,比如川娃子。

经过6年多的努力,草根知本探索出一套行之有效为“专精特新”消费企业的赋能机制,已有300多位合伙人、200多家合伙企业。多位合伙人在草根知本“资本+科技+合伙制”的综合赋能下,迅速成长。

据了解,成立于2015年7月6日的草根知本集团,是新希望集团从ToB市场向ToC市场转型布局的产业投资与整合平台,专注食品消费行业,通过并购整合深度运营,赋能及支持中小企业上市。

“选择战略投资一家企业,要有彼此价值观的认同,也要看彼此是否具有较强的互补性,是否能够实现长远合作,在每一个关键节点的选择上达成高度共识。”席刚表示,草根知本致力于更早地发现新消费领域那些优秀的创业者和新兴品牌,看中的是企业的成长性,符合消费新趋势,在细分领域具有领先优势,以及极好的发展前景和增值空间。

草根知本注重投后运营管理,提高人才密度和管理透明度,进化组织、减弱管控、增强自驱,全产业链赋能。基于“实业+资本+科技”核心经营管理模式,在消费升级的大背景下,草根知本通过资本驱动和科技的接入,撬动产业新发展。

目前,草根知本已在乳品、冷链物流、休闲零食、调味品及餐饮、营养保健品、宠物等行业深度布局,旗下各板块分(子)公司总数超200家。成立6年多,已有1家上市公司,2家创新型独角兽,2家10倍增速超30亿估值企业,及9家价值1亿-10亿创新型企业。

席刚表示,草根知本作为一个价值共生的合伙人平台,一个可以做全生命周期投资、全产业链赋能的平台,一直致力于加强资本、科技、品牌、供应链等运营管理能力,赋能更多消费企业生长。

如何做到专消费、兴品牌?席刚的答案是“知形势、懂应变、聚势能”。

知形势,即更加敏捷地感知消费趋势,关注年轻人的消费需求。

懂应变,即“品牌驱动+服务升级”,坚持高认知,用差异化降低营销成本和缩短认知周期;坚持高品质,用极致工匠精神为用户提供更好的产品;坚持高颜值,满足“颜值即正义”的Z世代用户新需求。在服务升级方面,把用户当成亲人,守护匠心精神,将为用户提供价值这件事变成企业信仰。

聚势能,即发掘更多愿意加入草根知本的合伙人,为新品牌提供崛起机遇,为老品牌注入复兴活力,促进国货焕新、老物新调,在草根知本共创共生,实现更好价值。

席刚表示,草根知本集团2022年还将加强对合伙企业的品牌赋能。

席刚分析,随着Z世代全面登场,中国进入真正的新消费时代,这要求“专精特新”的消费品牌要更关注消费者的需求,打造出让消费者愿意接受的产品和服务。消费市场从产品时代、流量时代进入到品牌驱动的时代。

席刚认为,品牌驱动要关注差异化、做不易、高颜值三个维度。

他表示,草根知本在将来会继续贯穿合伙人制度,加强资本、科技、品牌、供应链等运营管理能力,赋能更多消费企业。