

# 葡萄酒业 骑士传奇

## P9K 品酒客

### 葡萄酒主题餐厅

P9K 品酒客  
WWW.P9K.COM

苏显忠,品酒客公司创始人,公司主营进口葡萄酒销售,旗下品牌包括:品酒客葡萄酒学院、品酒客葡萄酒主题餐厅、品酒客商务会所,致力于日益成长的中产阶级提供高品质的葡萄酒消费方式,打造国内最大的社交平台。



## 骑士的荣耀

2012年,一场由法国圣爱美隆骑士协会主办的“法国骑士勋章”授勋仪式在香港华丽上演。现场星光璀璨,高朋满座,来自世界各地600多位的知名人士、名流人物一同参与见证这场荣耀盛宴。

30多名来自中国、法国、墨西哥等多个国家和地区的杰出人士获颁授法国圣爱美隆骑士勋章一同站上了授勋的舞台,在一众获奖者中,可以看到一位精神饱满,容光焕发的亚洲面孔,国内葡萄酒行业人士都认识他,他是青年企业家——品酒客董事长苏显忠先生。

骑士勋章是法国授予世界知名人士的最高荣誉,用以表彰其在葡萄酒领域做出的重大贡献。该荣誉面向全球政治、外交、文化、艺术、农业及国防等领域,之前有华人影视巨星赵薇、巩俐、成龙,韩国当红明星郑俊浩等名人获此殊荣,品酒客董事长苏显忠因其对发展中法红酒文化的特殊贡献而荣获该

荣誉勋章,也是业界少数荣获圣爱美隆骑士勋章的葡萄酒从业者之一。

在获得骑士勋章后,苏显忠动情地发表了简短而真挚的感言:“无论身处何地,只要你真诚、用心地专注做事,就会有收获,今天的这个荣誉对我既是一种认可,也是一种鼓励,而不管拿到多高的荣誉,作为一名企业经营者,我都要脚踏实地付出更多的努力。”

由苏显忠一手创立的葡萄酒销售连锁品牌“品酒客”,目前已是行内的知名品牌,占有较大的市场份额,其综合实力与成长速度一直在国内位列前三甲。品酒客由最初的葡萄酒销售业务到如今已经拓展到葡萄酒教育、餐饮、会所等领域,年销售额过亿。

## 编织创业梦

上世纪90年代初,刚踏出高校的苏显忠被分配到珠三角地区的一家针织厂做漂染。他是技术型工人,每个月可以领到1000元工资,比普通工人的薪水要高,在当时已算是不错的待遇。

工作一段时间后,当他了解到周边同学的发展,大大超越自己,一度感到失落,自叹能力不差,事业发展却大不如人。与其怨天尤人,为什么不尝试改变现状?于是,创业的念头就此萌生。但是他还没有足够的资本实现自己的创业梦。

为了积累资金,他在国企工作了两年。这是一份安稳的工作,但是安逸并不是他想得到的生活,他执着于自己最初的梦想,决心摆脱平庸、机械式的一线生产工作,毅然辞职。带着工作积累下的3万元积蓄,展开追梦的旅程,独闯商海,从那一刻起,他的人生发生了逆转。

## 梦想苦寒来

“我有过很多失败,道路真的很坎坷,

回头看看才发现这些失败的经历才是人生真正的财富,经历多少决定我以后能走多长的路,特别像我这种白手创业的年轻人。”

万事开头难,一开始,苏显忠选择投身自己最熟悉的纺织行业,做起织布印染贸易。但是市场的现实与残酷,远远超越这个年轻人的想象,很快他就遭遇了挫折。

在需要资金密集的交易行业中,他手里有限的资金确实不足以支撑梦想。装一台电话机竟花去他6000多元,没有足够的流动资金,他的生意难以维持,最终以失败收场。

失败是上天给予每个为梦想奋斗的人最大的财富,虽然他的创业资金已经耗尽,但是他从失败中获得了很多的创业经验,有更加清晰的思路。不服输的性格,让他很快就从失败的困境中走出来。

他将目光转移到了塑料工艺品业。经过四处奔波,他募集了一笔珍贵的资金,再一次孤身踏上创业路。

## 剑指红酒业

苏显忠在制造业中驰骋多年,眼看制造业市场逐步饱和,他一直在寻求转型,后来他选择了一——红酒业。

为了转型,他专门到珠海学习了半年英语,邀请品酒专家到法国和欧洲等地进行实地考察,进行一线采购。

经过3年的酝酿,2007年,苏显忠把苦心经营多年的塑料工艺品工厂卖掉,钻研红酒。当时国内红酒市场并不成熟,这恰恰给苏显忠带来了机遇。

“前两年是亏本状态”,品酒客成立之初,苏显忠一直都在摸索其发展的道路,由于市场竞争并不激烈,这令他足够的时间找到了合适的发展模式。他总结过去的创业的经验,运营红酒市场仍然试用互联网与实体经济结合的商业模式,迅速发展加盟商,打造国内红酒品牌。

在2007年,苏显忠采用B2C的电子商务模式,即把红酒放到网络平台销售。然而,随着电子商务的蓬勃发展,不断涌入的商家在激烈的竞争环境下大打价格战,部分商家甚至陷入了恶性低价竞争中。不想成为两败俱伤的战场,苏显忠放弃了B2C营销模式,转而开拓平面市场:在全国各个战略城市建立经销商的策略。

自2008年起,品酒客进行了大规模的品牌宣传投入,通过与世界排名最高华人品酒师邝英志先生成为合作伙伴,和阿里巴巴网商大会建立合作关系,参展世博会及赞助世界女子九球赛,组建CFGP中国方程式车队,挑选超模艾尚真小姐为形象代言人等一系列举措,引起了市场广泛的关注,成功地塑造了高雅时尚的葡萄酒连锁品牌,展现其巨大的发展潜力。

在经过市场走访后,苏显忠采取从内陆“包围”沿海市场的战略,与当地经销商,举行有当地特色的品酒会等活动,成功在山东、云南、江西、辽宁、河南、重庆等地抢占并培育出成熟市场后,再打入位于市场前沿的沿海市场,最终在国内开拓了近百家旗舰店。

仅用几年时间,品酒客品牌已经走向全国,业务足迹遍布大江南北,公司与法国100多个酒庄建立了长久合作关系。

## 闯入餐饮界

葡萄酒是时尚与品味的代名词,葡萄酒文化契合了当今社会推崇的慢生活模式。和苏显忠不懈奋斗故事有着相似背景的人群,已经迅速发展成中产阶级队伍。在社会文明进步,物质充裕的年代,苏显忠感同身受,他认为现今中产阶级除了从事业中获得成就感,同时注重精神的享受,生活的品质。他们普遍关注时尚,懂得品味,有各种兴趣的追求。

“为1亿中产阶级提供品味”,2013年,品酒客品牌再次升级,苏显忠瞄准

了国内庞大的中产阶级市场。

自古美酒与美食密不可分,以美食带动葡萄酒的销售,采取前端体验式的消费模式,品酒客葡萄酒主题餐厅应运而生。以自助餐的形式将高端食材与葡萄酒完美结合,用大众的价钱,就能享受星级的餐饮服务,超性价比的享受。

“我们不只是在卖产品,我们更是在卖一种生活方式”,苏显忠认为主题餐厅除了有美酒、美食外,更要有让人愉悦的就餐环境。他将餐厅的装修风格定为欧式古堡,每一个细节都充满了欧洲古典的文艺气息,让食客不用到巴黎,就能够体验到与众不同的餐饮享受。

品酒客葡萄酒主题餐厅一经推出,在“美食之乡”顺德得到了爆炸性的反响。没有在传统媒体投放任何广告,仅在品酒客微信公众号发出了一条【在顺德,遇上巴黎】烛光自助晚餐的微信,单条七日的转发量就达到5000,阅读量接近6万,每天100多个订座来电,微信粉丝数每时每刻都在攀升。

## 品酒客之梦

“为1亿中产阶级提供品味”,致力于打造国内最大的中产阶级社交平台,是品酒客现阶段的目标。

品酒客之梦已经开启,苏显忠已经描绘了公司发展的蓝图,在未来的五年内,以北上广为中心,辐射珠三角及沿海发达城市,开设500家品酒客主题餐厅,向着百亿企业的目标进发。

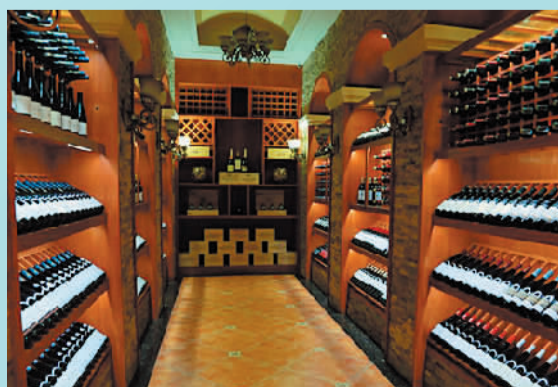
品酒客凝聚了苏显忠奋斗20多年的所有心血,他是拥有浪漫情怀的革新者,又是热血勇猛征战商海的骑士,他从不惧怕充满硝烟的战场,永不言败,永不抛弃梦想。

“我希望品酒客的发展,能够带动国内葡萄酒行业的发展,提高行业的水平,让中国的葡萄酒也可以在国际上享有知名度,竞争力!”品酒客之梦,是中国梦的美好诠释,激励着正在奋斗、坚持梦想的这一代人。

(吕贻锋)



苏显忠获得法国骑士勋章。



品酒客部分红酒展示。



品酒客葡萄酒主题餐厅。