

借力齐鲁酒水 共论鲁酒复兴

2011齐鲁酒水高峰论坛在济南举行

本刊记者 李克新 王丛 实习生 汪思兴

“面对外省酒的‘入侵’，我认为鲁酒企业要抱团发展……”“鲁酒自身的文化内涵有待进一步挖掘……”“鲁酒的发展得靠媒体的正确引导，咱不比别人差”23日，山东新闻大厦四楼舜华堂内气氛热烈，来自山东各大白酒厂的负责人齐聚一堂，共议鲁酒现状、畅谈未来规划。



扳倒井集团副总经理 张辉



天地缘集团总经理 王公森



兰陵集团副总经理 尹辉



花冠集团副总经理 郑海峰



景阳冈酒业副总经理 刘进文



双泉酿酒有限公司董事长 赵书宇



孔府家酒业副总经理 陈伟



百脉泉酒业副总经理 马业准



泰山酒业广告公司总经理 吴西光



山东景芝酒厂销售总公司济南分公司总经理 于文浩



古贝春市场部主任 田文辉

抓内涵 扩外延

鲁酒正呈现整体崛起之势，但要超越全国整体水平，还需要得到政府有关部门的大力支持，需要媒体的积极宣传。目前我们在品牌的塑造、营销方式上需要提高，从周边省份看，苏酒强项是品牌塑造，徽酒的强项是市场营销，而鲁酒的强项是香型创新，鲁酒现在急需补的就是品牌和营销。

当然，我们不能完全照搬照抄他们的发展模式。扳倒井集团现在的发展思路就是在酿好酒的同时，多元化发展。酿酒方面扳倒井今年规划建设100亩厂房及仓库，建设一个5000吨的酿酒车间，为全面市场的“开疆”做好准备。

另辟蹊径 创新发展

创新对于鲁酒发展来讲很重要，芝麻香就是一个很好的例子。今年天地缘开工400亩地，打造山东省最大的清香型白酒生产基地。项目开始之初，有很多人提出不同意见，山东人喝酒香型的少，市场小。我觉得未必，放眼全国清香型白酒做好的企业不多，鲁酒更几乎没有，竞争相对少。随着饮酒人群的年轻化，低度白酒的市场前景一片大好。对清香型基地项目的上马，我们也做了大量的前期工作。清香型的特点是制造成本低，储存成本高，所以准备上一套万吨级酒罐。我们的目的就是打造一个山东省的“二锅头”，同时，我们还将依托自身优越的地理位置，在苏打水领域进行探索与开发。

媒体正确引导 对鲁酒振兴很重要

来参加本次论坛，让我想起了一段往事。1997年，我在兰陵驻四川办事处工作过一段时间，就是在那段时间里，让我见证了鲁酒的大撤退与川酒的大踏步扩张。出现泰池事件之后，四川多家省级报纸都在重要版面做了连续报道，内容就是说鲁酒不如川酒好。事实究竟怎样，报道是否完全属实，在这里我不想多说。我今天要谈的是，媒体的正确引导对企业的发展十分重要。借此，齐鲁酒水版固定刊发之际，我也希望我们山东的媒体能够把鲁酒的正面形象树立好、宣传好。要让山东人对喝山东酒而感到自豪。

借力活动 塑造品牌

企业发展塑造品牌是很重要的一个方面。花冠集团每年都要参与、举办两次重要的活动，一个是每年4月份的“菏泽牡丹花会”，集团借助当地这个传统的活动，加大对品牌文化的宣传；同时，花冠集团已经连续举办了10年的农历9月9日“花冠酿酒文化节”，活动邀请一些专家、媒体、代理商进行封酒仪式，通过储酒节建立与高端人士沟通平台。让他们为企业发展提出意见，同时见证企业的发展。

《齐鲁酒水》的固定刊发，很有必要。齐鲁酒水版应该以挖掘鲁酒文化作为重点，以文化支持企业的发展。

酒驾影响值得关注

相信很多人最近都在关注“酒驾”问题。作为酿酒人，我们更应该密切关注。现在私家车的增多，很多人都是有车一族，作为企业一方面我们要积极引导消费者开车不喝酒，同时也希望媒体能够“酒驾”对企业销售带来的负面影响降到最低，这是矛盾的两个方面，但也并非无解。像代驾行业的兴起，就是一个两全齐美的办法。

景阳冈今年有三个比较重要的工作，一是，不断地完善景阳冈酒文化馆，馆里目前珍藏的国家级文物达几十件，其中主要包括酒器、酒具。二是，将建设一个现代化观光车间，整体坐落在古城当中。三是将在开发区建设厂，新厂重点是在包装、印刷、灌装为主。

提高质量 控制数量

鲁酒近几年的复兴势头强劲，特别是低度浓香和芝麻香已经成为鲁酒进军全国市场的利器。如何在此基础上进一步提升，进一步发展的摆在面前的课题。我觉得应该进一步提升产品质量，控制产品数量，产出的品质提升得到越来越多消费者的认可，同时也能有更好的经济效益。有了经济效益，才能吸引人才留住人才，形成良性循环。相对来说，低价值的产品应当减少，要通过媒体引导消费者从喝酒向喝好酒转变，特别是向喝我们山东的好酒方面倾斜。鲁酒自身质量，作为酿酒人大家心知肚明，优质的产品应得到应有的价值体现。是鲁酒大步进军全国需要解决的首要问题。

拓展省外市场 重塑企业品牌

近年来，外省酒在山东做大做强，鲁酒也要走出去，不能坐以待毙。鲁酒走出鲁省，如何走出鲁省走向全国，我认为需要在保证酒的品质同时，科学营销、精准营销。孔府家酒孔府家最近在外省发展具有两个地方，一是以广东为中心的华南市场，二是以上海为中心的华东市场。

企业发展离不开媒体的支持。《齐鲁酒水》应是一个把鲁酒联系到一起的平台，应该以宣传本省白酒企业为主，讨论一种方式能够让山东消费者更好地了解本省白酒企业的文化，帮助鲁酒企业塑造品牌形象。

加大对低度酒的研发力度

从低度浓香逐渐受宠并发展成为鲁酒振兴利器一事来看，加大对低度浓香型白酒的研发力度很有必要。企业今年主要工作有三个，第一件就是新产品的研发，特别是对18至18度的低度酒的研发。目前新产品已经研发出来，通过专家论证，消费者品鉴结果来看还不错。同时，百脉泉酒业借力刚刚结束的世界旅游日，隆重举行酒文化馆开馆仪式，目的就是要通过文化、旅游塑造企业形象推动发展。第二件事就是加大企业储酒能力，保证产品稳定性。企业正在修建一个3000多吨的储酒车间，车间建成后我们的储酒能力将达到12000吨。

加大走出去步伐

泰山酒业作为鲁酒走出去的代表，通过这些年的发展有一点体会很深：鲁酒要振兴要发展，必须要走出去。为了走出去，我们刚刚从国家工商总局对企业名称进行了变更，将“泰山力源”改为“泰山酒业集团”。同时我们还要加大对新产品的研发力度。我已专门成立独立运作部门，运作“泰山五岳独尊”系列品牌。我们的新产品6月底即将上市。同时我们还在有关渠道进行着探索。

鲁酒要振兴，媒体宣传很重要。希望山东的媒体能够多举办鲁酒行业交流研讨会，让企业之间相互交流，相互促进。

鲁酒企业要联合

苏酒之所以强大是因为苏酒集团几乎是集全省之力。鲁酒与外来酒的竞争中，只有先壮大自我才能谋求发展，而短期内的发展壮大最有效的途径是什么？强强联合。我常常思考两个问题，一是，鲁酒怎么走出去？二是，鲁酒在省内外怎么发展？思前想后觉得这两个问题的解决办法都离不开鲁酒的强强联合。

《齐鲁酒水》专刊为鲁酒的发展提供了一个平台，需要我们鲁酒企业借此平台提升品牌价值，塑造品牌形象，共同发展。

将文化灌入酒中

齐鲁大地是礼仪之邦，纵观古今，酒与文人墨客也有着千丝万缕的联系。作为鲁酒来说，如何挖掘自身的文化内涵，如何借力文化优势做大品牌值得探索。古贝春集团领导近些年来十分重视企业文化的建设，注重对鲁酒文化的发掘与弘扬。如何将文化注入到酒中，再从酒中提炼出我们自己的文化，是集团长期以来一直在探索的。通过探索，我们取得了不错的效果，特别是对企业美誉度、知名度的提升有很大帮助。具体来说，从2002年开始我们每年六月份都会举办一次酒文化节，今年已经是第九届。同时我们与糖业协会共同举办的糖联征集比赛也很受广大消费者的欢迎。

天地缘·洞藏十年
水凝天香·原生洞藏

中国驰名商标 | 山东天地缘酒业有限公司 | 地址：邹平县西董镇驻地 | 电话：0543 - 4562999

中国驰名商标 中华老字号

趵突泉 特酿

济南趵突泉酿酒有限责任公司
地址：济南市历城区仲宫镇龙山山路53号
电话：0531-82991522