

景芝酒业65年，鲁酒飞跃的历史

时光荏苒，见证沧桑巨变；岁月如歌，谱写壮丽篇章。伴随着时代的脉搏，国营山东景芝酒业走过65年的辉煌历程。今天，我们站在一个新的高点上，带着一份回忆、一份喜悦和一份自豪的心情隆重庆祝景酒65年华诞。65年的风雨历程，是历代景酒人奋进、延伸的足迹，更是值得每一个景酒人追溯的历史……

景酒65年，是几代人承前启后，继往开来，不断壮大的65年。从1948年成立之初不足300吨

发展到现在年产白酒能力6万吨，占地100万平方米，员工3500多人的大型企业。走出了一条以市场营销突破为引领，以品质保障、品牌建设和文化建设为支撑，推动企业实现健康发展之路。2012年实现销售收入24亿元，成为鲁酒排头兵企业。成为山东省大型重点酿酒企业、中国白酒生产50强企业、中国最大的芝麻香型白酒生产企业。

景酒65年，始终坚持科学管理，精益求精，注重品牌建设，

追求卓越的65年。先后获得山东省省长质量奖等荣誉称号，“景芝牌”和“景阳春牌”荣获中国驰名商标，成为唯一拥有两个驰名商标鲁酒企业。“真心酿真情”的理念和“市场决定品牌，品牌源自品质”的品牌理念深入人心。

景酒65年，是与时俱进，不断创新，敢为人先，永争第一的65年。开拓创新的景酒人传承发展了传统老字号景芝白乾，研制成功山东省第一个浓香型白酒景阳春，自主创新了中国芝麻香型

白酒一品景芝，创新了中国架子曲工艺和机械化、自动化、智能化酿酒工艺，开创了中国白酒工艺创新的典范。创新“生态酿酒”理念，以绿色、生态、环保为主题，建设的“景芝生态酿酒产业园”和“齐鲁酒地文化创意产业园”两大园区，开启了“生态酿酒”发展的新篇章，开拓出一条生态酿造，持续发展的企业振兴之路。

“雄关漫道真如铁，而今迈步从头越”，经过65年的积淀和发展，我们站在了新的历史起点上，

展望未来，我们心潮澎湃，豪情满怀；展望未来，我们热血沸腾，信心百倍！前进的道路上不会一帆风顺，我们依然任重道远。蓝图已经绘就，战鼓已经敲响，我坚信，在我们全体景酒人的共同努力拼搏下，建设“百亿景酒”和“中国北方生态酿酒第一镇”宏伟目标一定能够实现！景酒的明天一定会更加美好、更加灿烂！

摘自山东景芝酒业董事长刘全平在景芝国营65年庆典大会上的讲话

谁是您认可的走亲访友酒？谁是您信任的家宴用酒？谁是您喜欢的喜庆用酒？2013百姓酒类消费问卷调查显示：

九成消费者家宴选择鲁酒

□本刊记者 于成功

活动参与踊跃，一月收到调查问卷逾千份

由山东省白酒协会、山东省糖酒副食品商业协会、齐鲁晚报联合主办，山东省白酒品牌推进委员会协办的2013百姓酒类消费问卷调查自启动以来，得到了广大消费者和社会各界人士的积极参与，来自全国各地市的问卷调查信件纷至沓来，两部热线电话每天此起彼伏，很多读者不远千里专程来到组委会现场，工作人员忙碌细致地整理着每位读者的反馈信息，来现场报名的济南市民更是让组委会本就不大的办公室变得热闹拥挤，调查问卷自启动至今的一月以来，组委会已收到各种报名电话、信件、现场报名已逾千份，成为平面媒体组织酒类消费问卷调查的一个新里程碑。读者对酒类消费问卷调查的参与热情为渐凉的白酒行业平添了几分暖意。

值得注意的是，此次调查问卷的结果也让更多的人开始关注这个曾经的暴利行业所发生的变化。截止到10月23日，调查结果显示，在消费者经常用酒的价格区间选择上，高端价位名酒普遍遇冷，消费者越来越多地选择中低价位的百姓用酒。白酒企业在经过了短暂的超常规发展期后，开始步入十字路口上的抉择。

要低价还是要质量，酒企十字路口上的抉择

据此次调查问卷显示，高达90%的消费者在日常用酒的选择为50-200元价格的白酒，价格虚高、偏离市场的名酒显然已经不再受老百姓的“待见”。曾几何时，消费者还在为买一瓶茅台、五粮液受到专柜营业员爱答不理的冷眼，如今，茅台接连推出仁酒、汉酱，价格拦腰斩，却依然难阻市场颓势。经销商和电商不顾五粮液厂家的再三警告，依然跌破659元底价，铁腕保价难敌经销商抛货意愿。高端价位白酒市场萎缩速度之快，让人大为咋舌。很多人不禁要问，高端价位白酒市场到底怎么了？

而一线酒企在激烈的市场竞争中不断推出不同系列、不同品种的二线酒、贴牌酒却依然未得到市场的认可，“贴上名牌商标就是名酒的时代已经过去了，我们现在更看重的是品质，消费者如今已经不再是被厂家牵着鼻子走的时候了。”一位参与问卷调查的消费者在现场接受采访说道。

“就白酒而言，现在一些名酒因为政策调控不得不采取降价销售的方式，价格降低导致酒的品质被忽略，品质大打折扣，最终受损害的还是消费者，白酒企业如果一味追求利润，为争夺市场盲目降价，忽略了产品最为核心的品质问

题，越降价，消费者越观望，最终酒企发展之路只会越走越窄。”一位白酒业内人士告诉记者。“只有在保证质量的基础上，价格落地，推出符合市场、符合老百姓真实消费水平的产品，才能赢得消费者的口碑。”

理智消费时代到来，把握好机遇，鲁酒可进入逆势发展期

调查问卷显示，九成消费者在家宴用酒的选择上，首选鲁酒品牌。低度浓香型白酒受到了85%受访者的青睐。随着白酒市场的深度调整，消费者对白酒的选择逐渐趋于理性，消费者不再盲目追求品牌，而是更加务实地对比产品的质量，花最少的钱买最合适的酒。鲁酒在三十年的不断发展中，凭借高品质和合理的价格，摸索出了一条符合自己发展的道路，赢得了越来越多的消费者认可。

面对市场的考验，作为白酒行业重要力量之一的鲁酒也做出了积极应对。国井扳倒并成为中国第十届艺术节合作伙伴，景芝酒业展开寻找老酒活动同时齐鲁酒地文化创意产业园也隆重开园，泰山酒业省外专卖店相继开业、与齐鲁晚报联合推出神十飞天纪念酒，花冠酒业积极推出新品柔·8绵柔冠群芳，孔府家酒业与联想联姻后迅速整合调整，举办封藏大典……在提升自身品质的同

时，一系列活动的相继展开，是鲁酒向市场和消费者交出的答卷。

行业发展的内因是产需和供给。国内一线名酒受到冲击，政、商务消费逐渐趋向于地产酒，鲁酒的核心市场是大众消费，大众消费简称为百姓酒。同时此次政策调整刚需市场的百姓酒也未受到冲击，若能把握好机遇，对鲁酒而言，是一个逆势发展的绝佳机会。

你走亲访友带什么酒？你招待客人用什么酒？你结婚宴请带什么酒？为了调查山东省消费者白酒消费状况，我们展开此次山东白酒消费问卷调查。此次调查由山东省白酒协会、山东省糖酒副食品商业协会、齐鲁晚报联合主办，由山东省白酒品牌推进委员会协办。参与调查即有机会赢取价值万元的豪礼！

即日起，读者可登录齐鲁晚报网(<http://www.qlwb.com.cn/>)找到“2013百姓酒类消费问卷调查”栏目，填写问卷，即可得好礼！我们每月都将从参与问卷的消费者中抽取：
特等奖1名，奖励价值5000元的收藏酒一份。
一等奖5名，奖励价值1000元的纪念酒一份。
二等奖10名，奖励价值300元的白酒一份。
三等奖20名，奖励价值100元的白酒一份。
奖品总价值15000元。免费参与问卷调查，万元豪礼领到你手软。你还在等什么？！

央视曝天猫京东售卖假酒“赖茅”

近期，央视《经济半小时》节目中曝光了国内天猫、京东等知名电商售卖假酒“赖茅”乱象，引发消费者和电商业高度关注。消费者呼吁，监管部门和电商平台需要进一步加大对假冒伪劣产品的打击力度，进一步完善电商环境，使消费者的权益得到更充分的保障。

前几年，淘宝上假货横行，一度被广大网民所诟病。天猫、京东等电商平台的出现，在相当程度上改善了电商环境，逐步扭转消费者对网购不放心的戒备心态。然而，无孔不入的假冒伪劣产品，并没有放弃对知名电商平台的渗透，消费者在天猫、京东等知名电商平台上购到假货的案例，也时有发生。这次“赖茅”假酒事件被曝光，表明电商环境的改善仍然是任重道远。

（《南方日报》）

“中国传统白酒与健康学术研讨会”成功召开



2013年10月20日上午，由中国食品协会白酒专业委员会及江南大学共同主办的“中国传统白酒与健康学术研讨会”在无锡成功召开，出席本次会议的嘉宾中国食品工业协会白酒专业委员会常务副会长兼秘书长马勇先生、中国江南大学酿酒中心主任徐岩教授、贵州省酿酒技术总顾问季克良高级工程师、中国白酒专业协会副会长高景炎高级工程师、国家食品安全风险评估中心毒理部主任贾旭东博士、中国药科大学生物学院院长王旻教授、贵州董酒股份有限公司董事长蔡友平先生、贵州董酒股份有限公司总工程师贾翹彦高级工程师来自白酒业、科研界、营销界等十几位专家及领导。本次会议旨在集聚各方面的智慧和力量，推动中国传统白酒的健康研究及生物活性成分的功能认识。同时，本次会议将对中国传统白酒行业产业、学、研结合，中国传统白酒产业的健康研究推动，以及白酒行业科学的、可持续发展的有现实的意义，并为中国白酒的国际化发展奠定科学基础！（周宁）

“鲁酒有约”泰安站周六出发

本周六，鲁酒有约泰安站即将开始。齐鲁晚报带领消费者走进泰山酒厂，参观酒厂酿酒、灌装过程。品尝泰山美酒，见证泰山品质。

齐鲁晚报特联合山东省白酒协会、山东省糖酒副食品商业协会共同发起“鲁酒有约”活动，在全省范围内招募上千名消费者代表，一起走进山东各大白酒企业，旨在带领消费者走进鲁酒企业，亲身体会鲁酒的酿造、灌装过程，让消费者明明白白消费、安安心心饮酒。让企业用事实说话，用企业现代化生产水平抹除社会上对白酒企业存在的误解，普及理性消费观念。消费者代表将会亲身参观山东主

流酒厂的酿酒过程、品鉴优质白酒、体验现代工业旅游园区，全方位对企业的食品质量安全进行客观公正监督。每场活动结束后，《齐鲁晚报》“鲁酒有约采访团”将会如实地对活动现场情况进行报道，让更多的消费者可以放心购买到满意的白酒。

泰山酒业集团股份有限公司(原山东泰山生力源集团股份有限公司)，2011年5月企业更名)坐落于驰名中外的泰山脚下，被中国航天基金会授予“中国航天事业合作伙伴”称号，高端产品五岳独尊酒则被授予“中国航天庆功酒”，成为全国白酒领域唯一一家中国航天合作伙伴和庆功酒。近

期，泰山酒业旗下的五岳独尊相继在天津、长沙开了专卖店，继续低调布局全国市场。五岳独尊专卖店不仅是泰山酒业省外酒水销售的大本营，更是五岳独尊的形象展示。是泰山酒业销量与品牌并举的重大战略布局。据悉，泰山酒不但在省内具有很强的影响力，在省外市场的表现更是在鲁酒阵营中遥遥领先，成为鲁酒“走出去”的典范。不同于很多鲁酒品牌占山为王，割据一方的做法，泰山特曲的营销思路更加的开放和大气，很早就在全国范围内进行选点布局。在广东、杭州、苏州、吴江等地区，泰山特曲通过与当地的强势经销商合作，厂商

明确分工，迅速占领市场，成为市场强势品牌，现阶段所形成的年销量甚至占到企业总销量的70%。十几年来，泰山酒业在江苏、浙江、广东、海南等市场稳步增长，在河北、河南、安徽等市场也逐步打开局面。

据悉，鲁酒有约已经圆满完成淄博、潍坊、章丘、滨州等站的行程。此次泰安站开始报名以来，读者踊跃报名。截止目前本站名额已满。有兴趣的读者可报名参与下一站的鲁酒有约活动。

报名电话：
0531—85196215 85196722

（本记 孟萌）