

山东地标 颁奖特刊

景阳冈酒业副总经理刘进文： 发挥好文化优势



对于景阳冈酒，景阳冈集团副总经理刘进文最骄傲的地方是几十年来，“景阳冈”生产的酒从未出现过质量问题，景阳冈酒也因此被评为“国家级质量稳定合格产品”。

赖茆作为“景阳冈”在上世纪90年代开发的一款高档白酒，虽然在整体行业形势的影响下2013年的销量有所下滑，但“景阳冈”旗下的中低档白酒的市场销量却稳中有涨。

对于刚刚进入的2014年，“景阳冈”也做好了充足的准备。刘进文告诉记者，为了发展，他们里外一起抓。内部抓节流，通过降低费用压缩基建来保证公司的正常生产。外部抓

市场，在守好聊城本地市场，稳住山东市场的基础上，在能力范围之内发展全国市场。

“武松打虎”的故事人人皆知，而“三碗不过岗”的说法提高了“景阳冈”的品牌认知度。刘进文说，跟其他品牌相比，“景阳冈”具有独特的文化优势，公司在营销过程中也一直在开发这方面的潜能，希望通过文化的贴近感得到消费者更多的认同。

基于文化优势和质量过硬的基础上，刘进文对于2014年的发展信心十足，他表示2014年“景阳冈”要实现10%-15%的增长。

万德酒业集团董事长王照勇： 用特色打开市场



万德酒业集团董事长王照勇对于万德酒的优势信心十足，他说万德的酒非常有特点，所以对于未来的发展万德有应对的能力和优势。

万德主要产品包括“大山特”、“枣木杠”系列酒等，目前已成为鲁北、燕南地区很受欢迎的品牌酒。大山特是使用粮食酿造的白酒，而枣木杠则是使用金丝枣制作的白酒。

王照勇告诉记者，万德是国内唯一一家使用水果生产白酒的企业，在市场上有着独一无二的优势。枣有“百果之王”的称号，具有极高的营养价值，而且度数较低，入口之后回味无穷，很受消费者喜欢。

2014年，万德要做大做深枣木杠系列酒的发展。王照勇说，2014年万德将通过更严格的科学检测，对枣木杠系列酒在营养成分方面做出更详细的解读，以此推动枣木杠系列酒更好的发展。

目前，万德酒在无棣及滨州的消费市场已经比较稳定，而在2014年，省内市场的扩展以及山东周边地区的市场拓展将是万德努力的方向。目前，万德已经在天津、海南、广东等多个省市通过设置办事处、销售点的方式进行营销，并希望以点带面，以此开拓更广泛的市场。

本版采写 本报记者 林媛媛 宋磊
本版摄影 本报记者 左庆

山东帝豪酒业有限公司总经理倪士伟： 调整产品结构应对竞争



山东帝豪酒业有限公司总经理倪士伟认为，帝豪作为区域品牌，在新的市场形势下肯定有一定压力，为此帝豪将调整产品结构，应对竞争寻求发展。

倪士伟认为，知名品牌受到较大影响的同时，地方性品牌因为有较好的消费者基础和集中的认知度，所以受到的影响相对较小。但是知名品牌下一步肯定要向二三级市场扩张，这对地方性品牌来说，肯定具有很大的压力。

帝豪主要经营中低端价位的白酒，市场主要集中在枣庄当地及山东部分地区，在价位和渠道上具有难以动摇的优势。倪士伟介绍说，

之前帝豪推出了一系列价位较高的酒品，主打政商务用酒，但是经历了2013年的形势转变之后，2014年帝豪将对产品结构进行调整，主要倾向于大众消费用酒。

产品架构转变的同时，倪士伟表示，更要做精品。目前，帝豪已经做出一些尝试，并且在市场上得到了很好的反响，这让倪士伟对于2014年的发展前景非常有信心。

在营销渠道上，倪士伟认为，原有的渠道太过传统，像团购这样的新型营销很值得关注。新一年，帝豪将在团购和婚宴用酒上大做文章，通过更有效的营销手段拓展更大的市场份额。

中国驰名商标

洛北春

首创清雅 浓香经典 **大师级手酿原浆**

莲花春曲，还原1586年邢侗古法独门技艺。 山东洛北春集团有限公司