

荣获“2025年山东省感官质量五星级产品”最高荣誉

# 金钢山酒业战略新品“孟子之道”隆重发布

近日,在山东省食品工业协会主办的“2025年食品行业评委会暨评委换届会”上,金钢山酒业旗下战略新品——52%vol“孟子之道·道20”凭借卓越的酒体品质与独树一帜的风格表达,荣获“2025年山东省酒类行业感官质量五星级产品”称号。

此前,一场以“问道孟子——金钢山酒业战略新品发布暨儒酒振兴论坛”为核心的行业盛典,在邹城举行。本次活动不仅标志着扎根邹城138年的老字号酒企——金钢山酒业,正式吹响了以“孟子之道”战略新品破局中高端市场的号角,更是其双品牌战略——“孟子+钢山”全面启动的标志。

## 老字号的新挑战: 有资源,更要有未来

金钢山酒业总经理王云松在发布会上,深情回顾了企业自1887年“恒盛公酒坊”至今的百年匠心传承。作为山东省粮食酒重点生产企业及“钢山酒传统酿造技艺”非物质文化遗产的持有者,金钢山坐拥3000余口老窖池,2万吨原酒储能及江北最大的生态活泉藏酒洞,底蕴深厚。

荣耀背后亦有隐忧。王云松直面行业“存量时代”的激烈竞争,犀利地指出了企业面临的三大发展瓶颈:“有资源,无溢价”“有文化,无赋能”“有品质,无标杆”。这一深刻反思,揭示了老牌酒企在新时代寻求价值突围的普遍困境,也引出了本次发布会的核心——金钢山酒业的破局之作,战略新品“孟子之道”系列酒的诞生。

## 战略破局: “孟子之道”的三重价值跃迁

“孟子之道”酒并非一次简单的产品上新,而是金钢山酒业面向未来的一次全面战略升级。它的推出,基于三大核心思考:

文化赋能,抢占价值高地:品牌名“孟子之道”源自康有为亲笔题字,旗帜鲜明地打出了“孟子故里”这张文化王牌。此举旨在将邹鲁圣地的“浩然之气”与“君子之风”具象化于一瓶美酒之中,实现品牌从区域产品到文化名片的跃迁。

品质护航,释放老酒价值:“孟子之道”系列酒全部采用圣泉洞中珍藏十年以上的老酒作为基础,并首创“复合浓香型”酒体风格,完美融合多粮浓香的醇厚与单粮浓香的净爽。通过应用“一降一平衡”工艺技术,在保障卓越风味的同时,更带来了“饮时尽兴,饮后轻松”的健康舒适体验。

双品牌驱动,重塑市场格局:金钢山酒业正着力构建清晰的“双品牌”矩阵——“孟子之道”作为战略尖兵,定位中高端,主攻政商务与礼赠市场,树立价值标杆;而“钢山”品牌作为基石,将继续深耕大众消费市场,巩固根基。



## 展望未来: 勇做经典产业的扛旗者

今年10月份,工信部《关于推动历史经典产业高质量发展的指导意见(2026—2030年)(征求意见稿)》发布,首次将酿酒纳入“历史经典产业”范畴,白酒行业再迎发展新机遇。

站在“十五五”的新起点,金钢山酒业已明确前路:将继续深化双品牌战略,并积极拥抱数字化转型与跨界融合。通

过拓展酒旅融合等项目,创造更多元的消费体验,让消费者在品味美酒的同时,深度感受深厚的文化底蕴。

金钢山酒业此次以“孟子之道”酒破局中高端,不仅是一次企业自身的涅槃重生,更为众多底蕴深厚但面临转型压力的老字号区域酒企,提供了一个“科技+文化”双轮驱动范本。

金钢山酒业愿与时代同行,与消费者共鸣,以文化为魂,以品质为根,坚定不移地走经典产业高质量发展之路。