

一线名酒下沉,山东名酒发力,调查发现——九成山东消费者依然选择“家乡酒”

中秋佳节越来越近,在这举家团圆之时,自然少不了小酌几杯,以倾诉思念之情。对商家而言,作为一年中最重要的两个消费旺季之一,中秋节市场备受各大白酒企业重视,加之今年形势严峻,包括一线名酒在内的白酒企业更是降低身段,腰部新品、促销齐上阵,让白酒消费市场竞争进入了一个白热化阶段。记者走访各大商超卖场时发现,在这场鲁酒与一线名酒腰部产品的对决中,超九成山东百姓选择站在了“家乡酒”这边。

感情深厚 胜出的不只是性价比

8月30日,记者在济南市中区的几个大型超市走访时发现,不少消费者都在选购白酒,与一线名酒并肩的鲁酒十大家族扳倒井、景芝、泰山、兰陵、古贝春、花冠、孔府家、百脉泉、景阳冈、天地缘等备受消费者青睐。

“这酒我喝了十几年了,别的牌子不认,我就觉得这个酒顺口。不仅品质好,自己地区产的,喝着也自豪。”家住济南章丘的宋先生手里提着刚刚买的百脉泉生态原浆系列白酒,边结账边

对记者说道。

像宋先生这样来超市买酒家庭消费的人还有不少,记者在白酒销售区域守候不到半小时的时间里,就有十几位消费者买酒后结账,90%以上选择的是“家乡酒”。

“今年听说名酒降价,前段时间给家里老人买了两瓶国窖1573,结果吃饭时亲戚喝了都说是假的,弄得老人生了好几天闷气。以前价高买不起,现在低价不敢买,还买它干什么?再说了,咱山东的酒文化悠久,性价比又这么高,我喝着也是鲁酒顺口。”一位消费者在问及为何选择鲁酒时说道。

据记者了解,消费者更多选

择的是鲁酒一线品牌。为方便消费者选购,鲁酒一线品牌纷纷在商超搭设产品展销区,记者看到在大润发、扳倒井单独设立了营销展区,国井销售火爆,景芝在银座购物广场有着成片的专区,摆列品种众多,前来采购的人络绎不绝。

鲁酒很忙 一线名酒下沉站不稳

国家政策的调整,山东白酒市场的依然火爆,让国内一线名酒纷纷推出腰部产品大举进攻中国白酒第一消费大省。

在商场记者看到,茅台旗下汉酱、王子、迎宾酒,五粮液旗下五粮醇,洋河旗下海之蓝、天之蓝,泸州老窖旗下的泸州原浆等系列产品贴出了促销标签,让人看的眼花缭乱,记者粗略统计,至少有三四十个品种,有的促销幅度之大,令人咋舌。

卖场促销员也坦然,一线品

牌旗下的腰部产品,在山东市场卖的很不理想,虽然顶着名酒旗号,但品质和品牌都无法跟“家乡酒”相提并论。

据了解,国井集团自去年推出G系列产品,以芝麻香酒为基础,面向中高端市场,很快受到消费者的青睐;山东景芝酒业目前正在推出景芝千万大奖寻老酒活动,意在答谢消费者多年对景芝的青睐,提升品牌形象;泰山酒业为庆祝神舟十号飞船成功飞天,同齐鲁晚报联合推出了神十飞天纪念酒,其独有的三大文化和稀缺性让神十飞天纪念酒上市伊始就被哄抢。山东百脉泉酒业则回报学子,连续多年举办金榜题名涌泉相报高考学子免费赠酒活动,企业参与社会公益得到一致好评。

越搅越浑 一线白酒自砸品牌

一方面是鲁酒的意气风发、

高更猛进,一方面是一线名酒的腰部产品销售遇冷,连连颓败。以茅台为代表的的一线白酒面对危机采取的下沉策略,无疑自砸品牌。

“茅台飞天从2000元自动跌落到千元以内,而旗下的汉酱、仁酒直接降价50%出货,无疑一种自杀行为。泸州贴牌无数,一年一个新子品牌,最终消费者发现上当了,泸州就是在忽悠消费者。”泸州老窖、洋河、茅台贴牌与中档产品的市场混乱,令众多消费者大呼“想说爱你不容易”。

一方面是外地白酒的混战竞争,一方面是鲁酒凭借强化自身大力提升。“从济南大型商场、超市看,鲁酒‘家乡酒’在这波调整中已经将名酒子品牌拉开了距离,而县乡市场又是‘家乡酒’的绝对市场,从全省看,鲁酒应该是完胜省外名酒,抓住机遇,会迎来属于鲁酒的收获季节!”山东省白酒品牌推进委员会秘书长说道。(本刊记者 于成功)

2013中网MVP评选暨中网嘉年华在京启动

8月26日,“巅峰中网 问鼎昆仑”—— 2013中网MVP评选暨中网嘉年华启动仪式,在国家网球中心钻石球场盛大举行!随着2013年昆仑山中网MVP评选第一批选票的投出,中国网球公开赛MVP评选正式升级启动。

昆仑山天然雪山矿泉水携手中网,对2013年中网MVP奖项进行了全新升级,成了本次发布会最大看点!与去年相比,除了继续对在中国网球公开赛中成绩最好的中国球员颁发用昆仑玉打造的MVP奖杯、一万美元奖金外,为了鼓励在中网赛事上表现杰出的中国网球运动员,增设了“饮用水升级大奖”,凡是进入中网前16强的中国球员,奖励这些中国球员日常的训练生活饮用水。奖项的升级,将惠及到更多的运动员,给中国网球运动员带来更多的鼓励,希望他们保持更好状态,去再创佳绩!

在启动仪式现场,演员廖亮作为中网明星队的代表,被授予“饮用水升级行动大使”的证书,将与昆仑山、中网嘉年华一起,倡导健康生活、提升生命质量、推进全民升级饮用水。

据了解,今年中网MVP评选活动同样延续去年媒体记者及球迷共同参与,以成绩优先、媒体及球迷投票作为补充,评选出今年的中网MVP。昆仑山还特别设立了增加了“饮用水升级大奖”。

与往年相比,今年的中网嘉年华活动将携手昆仑山,在北京深入社区、商圈,并将足迹扩大到广州、温州等各大城市。昆仑山还专门为活动参与者设置了四级水分级展示区、饮用水升级体验区,为球迷们免费升级昆仑山天然雪山矿泉水! (本刊记者 孟萌)

“全国技术能手赵德义传记④” 赵德义：品如佳酿自生香

编者按:鲁酒的发展离不开领军企业。国营65周年的景芝酒业,始终引领鲁酒创新发展,传承了中国白酒史上最早的高粱大曲酒中华老字号景芝白乾,创新了山东省第一个浓香型白酒景阳春,研发了中国芝麻香型白酒一品景芝,改写了鲁酒无香型代表的历史。历经半个世纪对“芝麻香”的不懈探索追求,“芝麻香型白酒的研制”荣获中国轻工业科技进步一等奖,是迄今为止中国白酒企业唯一荣获的至高荣誉,芝麻香型白酒国家标准确立,载入中国白酒发展光辉史册。技术的飞跃离不开科研人员的孜孜追求,近日,中共安丘市委组织部、安丘市人力保障局联合发文《关于开展“学习赵德义先进事迹、争创十佳技术能手”活动的通知》,将这位默默无闻、潜心钻研芝麻香的技术能手推向前台。

从莘莘学子,到一位行业技术能手,26年来,赵德义在中国古酒镇景芝潜心钻研,成为中国芝麻香型白酒诞生的核心人物之一。本报从即日起推出系列报道“全国技术能手赵德义传记”,全面展示这位行业领军人物对芝麻香技

术的追梦历程。

世上无难事,只要肯登攀。当今信息社会,科技日新月异,知识爆炸,不抓紧学习,就跟不上时代前进的步伐。赵德义没有躺在昔日的光环里吃老本,而是以时不我待的精神,如饥似渴地在白酒知识的海洋里探求。

近几年,他不仅阅读了百万字科技书籍,撰写了大量的读书笔记,而且将学到的专业理论运用到实际工作中。作为主要起草人,他先后参与《白酒企业良好操作规范》、白酒企业《食品安全追溯体系》国家标准、白酒酒糟企业《食品质量安全》和《HACCP体系应用指南》地方标准、白酒企业《浓香型原酒能耗限额》地方标准的制订。他忙里偷闲,利用业余时间撰写的《白酒蒸馏过程的研究》、《景阳春酒工艺风格特点及成因探讨》、《微生物生态系统的研究》、《芝麻香型白酒质量与安全控制》等十几篇论文,先后在《酿酒》、《华夏酒报》上发表,引起业界的广泛关注。

近年来,作为技术中心主任,他还



◀近日,世界顶级知名奢侈品集团LHVM下属的首个白酒品牌文君酒,在济南举办了品酒会。中国著名白酒品评专家、文君酒首席品酒师吴晓萍,亲临现场,教给济南20位消费者代表如何在白酒中调出果香的味道。图为:消费者亲手调好酒样,请吴晓萍大师签名纪念。

第二届齐文化高峰论坛暨十艺节全程合作伙伴 国井之光文艺演出献礼“十艺节”

9月1日,在第十届中国艺术节即将开幕之际,第二届齐文化高峰论坛暨十艺节全程合作伙伴国井之光文艺演出在省城济南隆重举行。活动由第十届中国艺术节全程合作伙伴国井扳倒井联合淄博日报社、山东理工大学齐文化研究院、山东孙子兵法研究会、山东省企业集团海外发展促进会共同举办,目的是向齐文化、中国传统文化的致敬,并向第十届中国艺术节的献礼。

齐文化是我国传统文化的重要核心部分,它历经数千年的

传承、创新与发展,内容丰富、博大精深,是一种变革性、开放性、务实性、兼容性、谋略性的意识形态,更是世界文化宝库中的一块瑰宝。论坛上,原山东省常委、省军区政委、山东孙子文化研究会会长赵承凤,山东理工大学齐文化研究院院长、著名齐文化专家宣兆琦分别就“齐文化与酒文化”“齐文化的普世价值”等课题做了精彩的主题演讲。中国殷商文化学会副会长张光明宣读了《关于认定山东省高青县为中国酿酒文化起源地、酒祖仪狄

故里的通知》,随后进行了十艺节全程合作伙伴国井之光文艺演出。

坐落于中国酿酒文化起源地、酒祖仪狄故里,齐国初都、中国白酒名城高青的国井扳倒井,一直以文化建设作为企业经营管理、品牌建设等的核心工作,注重齐文化的挖掘、传承与保护,并成立了中国唯一的以齐文化为主题的酒文化博物馆,多次举办了“齐文化高峰论坛”等学术性活动,将变革、开放、多元、务实和智慧的文化价值与思想内涵融汇于国井

扳倒井的文化内涵中,并借助中国唯一井窖工艺、世界最大酿酒车间、中国白酒行业唯一院士工作站、中国白酒行业唯一国家级技能大师工作室、中国第一品酒师、中国唯一芝麻香型菌种库等六项中国第一,和山东省白酒企业唯一的中国酿酒大师的平台优势,全面加快“国井”芝麻香、“扳倒井”淡雅浓香两大品牌、两大香型的快速发展,高端产能、市场占有率、综合效益、品牌影响力等主要指标继续稳居山东第一,名列全国前列。今年以来,全

面开展国井百亿白酒产业园、国井酒文化生态博览园等项目建设,加速推进全国化步伐。国井集团凭借品质、品牌、历史、文化、企业规模五大优势,与茅台、五粮液同时成为中国白酒3C计划的主要成员。

国井扳倒井将借与第十届中国艺术节全程合作、及中国白酒名城全面建设的契机,更加详尽的挖掘齐文化,更加有效的运用齐文化,使齐文化在国井扳倒井的发展中进一步发扬光大,并助力齐文化国际化、世界化。