

## 齐鲁酒水

协办: 孔府家 天地缘 百脉泉酒业 古贝春 洋河 兰陵酒业 趵突泉酿酒有限公司 扳倒井 花冠酒业 泰山酒业 景芝酒业 景阳冈酒业

主办: 山东省轻工业协会 齐鲁晚报

鲁酒芝麻香再添高端新品 品质价位双双看齐国酒茅台

# 景芝“国标芝香”叫板高端

被誉为鲁酒标签的芝麻香阵营，再添高端新品，其品质和价格与国酒茅台比肩。由芝麻香酒国标制定者景芝酒业推出的高端新品——国标芝香，依靠其独有的品质特征，采取了限量式的生产方式，其90周年纪念版价格与国酒茅台一致，成为鲁酒一款标杆式新品，这也意味着鲁酒企业开始向高端发力。

□记者 李克新 王丛

15日上午，景芝酒业在潍坊召开全国经销商大会，其中一项重要内容，就是发布了蕴育已久的高端新品——国标芝香系列。该系列共有三款酒，分别是纪念改革开放30周年推出的国标芝香30款纪念酒；纪念建国60周年推出的国标芝香60款纪念酒；纪念建党90周年推出的国标芝香90款纪念酒。景芝酒业副总经理来安贵告诉记者，这三款酒不仅仅是

原来一品景芝芝麻香型白酒的翻版，而是严格按照国标要求，从选料、发酵、储存、调兑等，采取了独有的技术酿制而成，应该是芝麻香酒中的上品。国标芝香系列将采取限量生产的方式，只针对高端客户定向营销，而不是采取商超酒店等原有销售渠道。

记者注意到，既然是限量版的纪念酒，国标芝香系列的定价也是令人瞩目。价格最低的国标芝香30款纪念酒，市场零售价每瓶688元，

在现有市场上也属于高端酒系列了；而最高端的国标芝香90款纪念酒，市场零售价每瓶1860元，这一价格恰好与国酒茅台（指茅台最经典款，而不是它的子孙品牌）完全一致。

应该说，作为鲁酒芝麻香的最典型代表一品景芝，已经得到社会的高度认可，并成为景芝酒业继景阳春系列之后，又一款支柱产品。一品景芝系列中的尚品，其市场定价已经超过千元，为何此时景芝酒业要推出比肩国酒茅台的高端新品？“这是景芝酒业做强做大需要，也是鲁酒走出去的需要。”景芝酒业董事长刘全平如此解读这款新品。

刘全平认为，未来三至五年，是鲁酒发展最关键时期。目前，鲁酒发展面临“群峰连绵无主峰”的局面，企业多、个头小。在鲁酒大本营，三分之一的销售

市场，被“茅五洋剑”“外来和尚”占据着，并且是占据着其中的中高端市场。鲁酒芝麻香源于景芝，发展于山东，这是鲁酒的集体财富，也是鲁酒走出去的机会所在。但鲁酒如果没有个性化的产品，如果没有资本做

靠山，没有人才做基础，走出去只能是纸上谈兵。“国标芝香”的推出，就是为了打造一款鲁酒的个性化高端产品，通过限量向高端人群销售，打造鲁酒高端新形象和新渠道。

北京盛初营销咨询有限

公司董事长王朝成认为，景芝酒业推出“国标芝香”，除了担纲鲁酒走出去、向高端发展的目标外，同时也在创造一个鲁酒营销的新模式，也为中国区域龙头酒企发展提供了一个崭新的课题和模板。

## 头条链接

### 鲁酒探索厂商联盟新模式

在潍坊召开的景芝酒业经销商大会上，鲁酒领军企业和山东最大的酒水流通企业山东新星集团牵手，签署了山东首个“一厂一商”战略联盟协议，其核心内容是景芝单独为新星打造一款“百年景芝”系列酒，让商家成为这款酒的“主人”，这也开辟了鲁酒营销的新模式。

15日上午，景芝酒业董事长刘全平与山东新星集团董事局主席魏心东，各自在

战略合作协议上签字，两双有力的手紧紧握在了一起。按照这份“一厂一商”战略联盟经销商协议，双方将在渠道建设、品牌运营、市场开拓、团队建设、资本运营等方面，进行全面深入合作。景芝酒业授予新星集团“百年景芝、十年老窖”系列酒山东省独家代理经营权。一个是山东最强势的白酒发展企业，一个是山东最大的白酒经销商，特别是“百年景芝、十年老窖”系

列酒，将成为两家共有的“孩子”，如何让孩子长大成人，两个家长会站在一个出发点扶持这个孩子快速成长。

“景芝酒业和山东新星集团的‘一厂一商’战略联盟，开辟了鲁酒营销渠道的新路子，真正使厂商共赢、创新发展的措施落地生根，这不仅对鲁酒企业营销策略的转变产生积极的影响，而且必将为鲁酒的振兴发展起到推动作用。”山东省白酒品牌推进委员会负责人认为。

## 儒雅香孔府家酒的有机之旅

生态酿造是优质好酒的保障，也是白酒行业的一个热点话题。近日，记者就此专访了孔府家酒业有限公司董事长邱振新。他向记者讲述了儒雅香孔府家酒“生态酿造，全程有机”的五个方面：

**第一，上吉之壤。**“生态酿造，生物发酵”是白酒生产的本质特征。这一特征对酒厂所处的地理环境提出了很高的要求。研究认为：乾坤聚秀之区，阴阳汇合之所，龙穴砂水，无美不收，形势理气，诸吉咸备，山脉水法，条理详明，洵为上吉之壤，乃是酿酒宝地。孔府家酒所在地曲阜就是这样一个适合酿酒的上吉之壤。

**第二，精选五粮。**儒雅香孔府家酒，精选优质五粮——即高粱、玉米、大米、大麦、小麦五种粮食作为酿酒原料。《黄帝内经》总结道：“五谷为养，五果为助，五畜为益，五菜为充，气味合而服之，以补养精气。”五粮搭配，体现了儒雅香孔府家酒遵循了源远流长的传统养生文化。

不仅如此，儒雅香孔府家酒所选粮食均为“有机原粮”。所谓“有机原粮”是指农民在种植过程中，采用世代相传的以物养物的轮种间作制度，在整个生产过程中不施用任何农药、化肥，天然栽培，竭力维护每一粒粮食的纯粹和有机。儒雅香孔府家酒采用有机粮食酿酒，是从一粒种子开始到一滴有机白酒，确保了酿酒生产的全程有机。

**第三，陈年老窖。**儒雅香孔府家酒选用的酿酒窖池均具有50年以上的窖龄。50多年从未间断的酿酒，一直在源源不断的生产中。在不断酿酒过程中，这些老窖池所产生的微生物菌群，也在一直不断的繁殖中，生生不息。用这样

的窖池所生产出来的酒，有着无法复制的醇香及口感，以及时间深处的文化意蕴。

**第四，四香合一。**儒雅香孔府家酒秉承儒家文化精髓，以“中庸为曲，和谐为基”，将浓香、清香、酱香、芝麻香四大香型工艺优势融为一体，吸收了清香型白酒的“清蒸清烧”，酱香型白酒的“高温堆积”，浓香型白酒的“老窖”发酵，芝麻香型的“多微共醇”工艺，生产出了兼具浓清酱芝四大香型白酒特点，而又独具风格、自成一体的儒雅香型白酒，一品四香，丝丝入味。

**第五，地下封藏。**传统酿酒刚刚酿造出的“基酒”有杂味，口感较暴烈，只有经过老熟储藏，等待陈年岁月才能升华和沉淀出柔和饱满的高贵品质。孔府家是国内最早采用地下封藏法储存白酒的企业，儒雅香孔府家酒地下封藏中心，在保持传统的基础上，经过科学设计深入地下9米，充分与地气结合，得天地之灵气。“地气”是天地之间的精微物质，是一股神奇力量，它对白酒的质量和口感起到重要作用。

在汲取大量地气之后，白酒中的微量元素会达到一个自然的平衡状态。这样的美酒具有迅速平衡人体阴阳、疏通人体经络的保健作用，所谓经络通，百病除就是这个道理。因此，贮藏时间越长的酒品质也就越好。

从酿酒地理的选择开始，到有机酿酒原料，到发酵、到贮存，儒雅香孔府家酒全程有机，生态酿造，酒体无色清亮透明，清香浓香酱香芝麻香谐调清雅，口味丰满醇厚，诸味协调，后味悠长，空杯留香持久，复合香型风格突出，是白酒稀缺品质代表，开创了中国特色白酒，有机酿造的先河。

## 芝麻香有奖征文作品选登②

# 俺姥爷喜欢芝麻的酒

父亲喜欢喝酒，从我记事起一直到现在，每天晚饭的时候，父亲都会烫上一小酒盅白酒，喝上两口然后再吃饭，小时候每次看着父亲喝酒的时候都会非常天真的问“辣不？”，每次父亲都会抿嘴一笑，“不辣，解乏。”

父亲一生没别的本事，但靠着一双勤劳的双手，供我上了大学，给哥哥买了楼房，成家立业，作为农民出身的父亲，能做到这些，我打心眼里敬佩，所以，赚的第一笔稿费，发的第一个月工资，我都会在第一时间买酒给父亲，尽管一瓶白酒也就十几元钱，但我清楚的记得，父亲第一次接过我买的白酒时，眼睛里泛着泪花，那满足的笑容让我至今难忘。

而今，我已成家立业，而且也有了自己的孩子，养育孩子过程中更加深刻的体会到为人父母的不易，所以每次回老家，我都会给父亲买上一瓶白酒，这习惯一直延续到现在，直到今年中秋节的时候，这

种习惯有所改变。

我很少喝酒，偶尔会喝点白酒，但对白酒的种类却从来没有研究过，所以每次给父亲买酒的时候都是超市的服务员推荐什么，就很随意的买什么，中秋节回家的时候，突然发现之前买的酒父亲竟然没怎么喝，还有好几瓶堆放在冰箱边上，刚开始以为父亲病了，赶紧去问厨房忙碌的娘，娘笑了笑，欲言又止的样子，最后经不住我死缠硬磨，娘笑着说“你爸爸自打上次在你叔家喝了一回芝麻香的酒后，每次喝酒的时候都念叨那酒有味道，好喝，每次周末盼着你回来给他买酒，可每次发现都不是，可碍于面子又不好意思

说。我听后不禁哈哈大笑，特别是想到父亲那期盼的眼神以及失落的表情，就不由的抿嘴一笑。人家都说“老小孩，老小孩”，看来确实不假。又逢周末，去超市买酒时就特意买了瓶芝麻香的酒，一回到家，我装作什么不知道神情故意把酒放在父亲面前，然后说了句“芝麻香型的酒，愿意喝不？”年迈的父亲看到酒听到芝麻香这几个字就眼睛一亮，情不自禁的笑出声，呵呵……

自此，每次买芝麻香型酒孝敬父亲，就成了我回老家必修课之一，以致现在影响到3岁的女儿，每次去超市买酒的时候，她都会给超市的服务员说“俺姥爷喜欢芝麻的酒”！

(邢吉霞)



## 挥师济南，酒祖杜康剑指山东

11月11日，洛阳杜康控股有限公司在济南隆重举行酒祖杜康上市暨高端品鉴会，在参会嘉宾的共同见证下，与济南金久源商贸有限公司结为战略合作伙伴，以更好地开拓酒祖杜康系列产品的济南市场。

“杜康是国内历史文化最为悠久、深厚，也是知名度最高的白酒品牌，在海外华人心目中具有无可比拟的优先优势，而酒祖杜康独有的玄武古泉、桑泥古窖、传承古法、分区窖藏等四大特性，成就了其不输于国内任何一款名酒的超群品质。”

济南金久源商贸有限公司总经理戚华莹解释说，这是他在诸多国内知名白酒中对酒祖杜康情有独钟的重要原因。

据了解，洛阳杜康控股有限公司是伊川杜康、汝阳杜康两家酒厂于2009年底重组而成，是杜康商标唯一持有企业，也是河南白酒行业当前唯一一家上市公司。此次携旗下核心高端产品——酒祖杜康挺进济南，是洛阳杜康控股继洛阳、新乡、天津、昆明之后，复苏全国市场的又一次战略布局。

“相比其他白酒，无论是品牌还是品质，杜康均丝毫不逊色甚至略胜一筹，因此，即使竞争再激烈，我们也有信心站稳市场。”此次在济南酒祖杜康高端品鉴会上，洛阳杜康控股总经理吴书青在接受采访时表示。

按照洛阳杜康控股的规划，只有在全国第二白酒生产消费大省——山东实现复苏，杜康将来才能谈的上复兴，因此，未来将以济南、青岛两大城市为中心，主推酒祖杜康和绵柔杜康两款核心产品，辐射、复苏整个山东市场。

# 从“茅五洋”看江苏白酒产业化机遇

时间之轮转到2011年11月，也就意味着江苏提出的“振兴苏酒”又进入一个新年轮。时轮飞转，奋斗不懈。13年来，苏酒骨干企业致力于品牌创新、营销创新、产品创新，实现了跨越式发展。特别是“茅五洋”格局显现后，以洋河为代表的苏酒阵营快速发展，这已成为中国白酒行业的兴奋点。

对于白酒产业化发展，2011年四川省政府积极推行一个“白酒金三角”的产业规

划，意在使四川白酒产业化再上新台阶。四川的设想是要将“茅五洋”中属于该省的五粮液以及贵州的茅台，都纳入该产业规划中。茅台一直没有积极呼应，也许是受此触动，拥有茅台的贵州也紧跟推出一个白酒产业化发展的新规划。

四川、贵州白酒产业化已经拉开帷幕，江苏白酒又将何去何从呢？洋河总裁、苏酒实业董事长张雨柏表示，优势已显现，机遇也已经来

临，所以江苏白酒不能让优势从身边溜走。他希望在激烈的市场竞争中，苏酒企业相互理解，相互支持，相互包容，共同发展，联袂演绎苏酒产业化大发展的华彩乐章。

“江苏白酒已经在行动，政府也在积极推动”，江苏酒协秘书长王建英指出，像宿迁、淮安、连云港等市政府对白酒企业振兴发展倾注了心血，把它当做振兴苏北工业的抓手来抓，在土地、资金、融资(上市公司)、体

制创新、科技创新、人才培养等多方面给予政策优惠和扶持，全力加快白酒产业化的步伐。

具体而言，王建英认为还体现在以下几个方面：一是打造白酒工业园区。“目前已经洋河、双沟镇规划15平方公里的白酒工业园区，一期工程已开工建设，将投入20亿元，规模宏大”，她指出，这将大幅度提高白酒产能规模，成为产业集群的核心竞争力和凝聚力。二是

高度重视酿酒生态环境的保护。在白酒工业园区建设中，在环保、低碳、“绿色酒业”上超前一步。三是开展白酒技术创新研究，应用现代生物工程技术改造传统工艺。例如引进江南大学等研发团队，开展技术研发，大力提升洋河、双沟、今世缘等名牌酒品的质量。四是配套、延伸产业链。五是加强组织领导。比如宿迁市有一名副市长专抓“宿迁酒都”工业园的建设，每月召开一次办公

会议研究解决建设中的突出问题，努力把握振兴苏酒规划落到实处。

江苏白酒产业化发展的目标是什么？王建英透露，江苏要用5—10年时间打造具有国内较大影响力，白酒销售收入将达到800亿元的酿酒产业集群带；这将成为继四川白酒金三角后我国又一个重要白酒生产基地。

相信，顺利推进白酒产业化，江苏白酒全面崛起也就不会遥远。