



对于一个在山东市场知名的白酒品牌，近几年来，密州酒业通过重塑产品结构，发展兼香和清香型白酒产品，取得了令人瞩目的成绩，让密州春这个白酒老品牌在市场上绽放了新的生机，特别是公司打造洞藏文化，利用奶儿山超然山洞藏酒，更是引起了广大消费者的广泛关注和业内外人士的高度重视。

那么，密州春实现这种华丽转身的主要因素有哪些？在当前和今后一段时间内，密州酒业还有哪些大的发展规划？对此，我们对山东诸城密州酒业有限公司党委书记、董事长董长安进行了专访。



洞酒缸



超然洞



密州春洞藏飘香

——访山东诸城密州酒业公司董事长董长安

本报记者 于潇潇 本报通讯员 赵洪志

重塑产品结构

密州之星进军高端市场

齐鲁晚报:您好董总，公司近几年发展的如此之快，产品受到众多消费者的厚爱，请您简单介绍一下密州酒业在营销和产品质量等方面都做了哪些工作。

董长安:近几年，我们遇到过诸多困难和挑战。但是，有挑战就有机遇，抓住机遇，迎接挑战正是我们密州春人的不断追求。经过艰苦打拼和拓展，公司已经走上了跨越式发展的快车道。

一是重塑产品结构，打造以密州之星为代表的高端品牌。我们顺应当今白酒市场的发展趋势，推出密州之星系列高端酒产品：儒风、儒雅、儒颂。密州之星的出品经过了精湛的酿造工艺和各道严格的产品检验，从根本上保证了密

州之星系列酒产品的高端品质，让其在同类兼香型酒中出类拔萃。

二是重塑以鲁钟清烧、清悦为代表的清香型白酒，重新打造山东白酒市场清香型白酒领头雁地位，引领清香鲁酒开拓发展。

三是利用奶儿山超然洞藏酒，打造华东沿海第一山洞藏酒，为消费者提供液体黄金般高贵稀缺的美味甘醇。

四是着重抓好产品质量，始终坚持以产品质量为企业生命核心，精益求精，将佳酿密州春奉献于消费者，并以“点滴做起，酿造爱心”为企业核心理念。生产中严把质量关：原料质量不合格不购进、半成品酒不合格不勾兑、成品酒不达标不出厂、外观质量与内在质量不合格不进入市场，受到消费者的一致好评。

五是不断加大科技投入，先后投资1000多万元进行技术

研发和设备更新，与山东轻工学院和山东科技大学合建教学科研基地，提升产品科技含量。我们连年被评为山东省消费者满意单位、山东省重合同守信用企业、“密州”商标成为中国驰名商标。

我们的营销团队也付出了艰辛的努力，各个市场都取得了不错的战绩。

开拓鲁西南、鲁西北、济南三大市场

齐鲁晚报:为了更上一层楼，做强企业，下一步有什么打算和发展规划呢？

董长安:一是在保证质量的基础上，加大销售力度，目前，在诸城本地市场及周边的潍坊、东营、滨州、高密、胶东、平度、即墨、枣庄等地区，密州春的品牌知名度和美誉度已有大幅度提高，密州春系列产品深受广大消费者喜爱，市场

占有率稳步提升。今后，我们将在现有市场的格局基础上，新增鲁西南、鲁西北和济南三个市场大区，分别针对这三个市场制度相应的市场策略，争取实现山东市场的全面开花。

二是重点塑造洞藏文化，向消费者提供真正的优质洞藏酒。

重点塑造洞藏文化

打造液体黄金

齐鲁晚报:为什么塑造洞藏文化？洞藏酒有什么好处呢？

董长安:酒是有生命的，一坛好酒开始于精心工艺酿造，成长于独特的典藏环境。在山洞中藏酒，酒在储藏中继续自然发酵，使酒体变得更加柔顺、醇和，香味协调，有利于白酒品质高度升华。洞中存放一年相当于洞外存放三年的效果，存储二十年以上的好酒被称为液体黄金。

齐鲁晚报:那我们在山洞藏酒方面是如何做的呢？

董长安:山清水秀，气候宜人，植被丰富的奶儿山有一天然山洞，洞中常年恒温，冬暖夏凉，微生物丰富，完全符合洞藏条件。我们公司充分利用这一天然资源，在奶儿山上建设密州春洞藏酒基地，拓宽修葺山洞，并将优质密州春纯粮食原酒存于山洞进行修炼升华。

我们现在已经在山洞里存放的密州春原浆美酒已达4年，计划明年开始，货真价实的5年洞藏酒开始上市，并对外进行定制，全力契合消费者消费理念，根据消费者个人的不同喜好和用途量身定做洞藏酒，满足消费者的意愿，就是说，消费者可以根据自己的实际情况，定制不同年份的状元酒、结婚纪念酒、婚庆酒、生日酒、祝寿酒等。现在要求定制的消费者已经很多，我们正在制定相应方案，尽量满足消费者的要求，保证消费者满意。



中国驰名商标

山东诸城密州酒业有限公司

招商热线:400-0536-928

密州之星

水禾精华 人文佳酿

[饮酒遣怀为风、合礼为雅、致敬为颂]

