



“景芝”，是一个具有底蕴的白酒品牌。多年来，“景芝”以产品质量为保证，全面发掘景芝镇5000余年的历史文化，用心凝铸“芝麻香”系列产品的内涵及形象，使“真心酿真情”这一“情”感烙入齐鲁人的脑海；

“景芝”，是一个有责任感的品牌。多年来，“景芝”在产品创新、市场营销、质量管理、科技创新、文化创新、规模建设等方面，展开了一系列极富创新和引领价值的超前运作，担当起了振兴鲁酒的光荣使命与时代责任；

“景芝”，是引领鲁酒振兴的一面高高飘扬的靓丽旗帜。多年来，以省人大代表，公司党委书记、董事长刘全平为代表的“景酒人”，在全省、全国乃至国际市场稳健开拓，凯歌连连，开创了“景酒”事业全新的里程碑。

——采访手记

引领鲁酒振兴发展 共创“芝麻香”美好未来

——访山东省人大代表、山东景芝酒业股份有限公司党委书记、董事长刘全平

□杨晓

自2009年以来，景芝酒业立足白酒产业发展前沿谋发展，提出了以引领鲁酒振兴为己任，推动企业健康快速发展为战略方向，坚持以“优化结构、转型发展”为主线，以市场营销突破为引领，以品质、品牌和文化建设为支撑，注重产品质量和市场的开发维护，拉动经济效益和社会效益全面提升，企业由此步入健康快速发展的快车道。景芝酒业的快速发展很具有借鉴与启发意义！

景芝酒业的健康快速发展源于创新，成功于实践。酒，之于景芝人，已超越了商品的层面。作为以酒为载体，她凝聚着数千景芝人的弘道之梦，成为景芝人与生俱来的使命和信仰，成为景芝人精神的内核所在。

【同期声之一】近些年，国内白酒市场整合步伐加快，省外品牌如“茅台”、“五粮液”、“洋河”、“郎酒”、“剑南春”、“口子窖”等借助企业资本力、品牌力和渠道推广力，对鲁酒市场形成巨大冲击，白酒行业的整体竞争格局正快速被改写，区域性白酒企业面临市场竞争的压力将日趋加大。

创新战略 开创市场新格局

2008年末，刘全平出任景芝酒业党委书记、董事长。通过调研分析，刘全平认为：未来3-5年，将是鲁酒绝地反击，复兴重振的关键机遇期。“景芝”要想实现“全国化”乃至“国际化”的梦想，必须选择一条独特的跨越之路。

为此，景芝酒业规划了独具特色的未来发展“三步走”战略：第一步：继续巩固和强化山东根据地市场；第二步：积极挺进国际市场；第三步：稳步推进全国市场，实现在全国市场上的地位。

“三步走”的最大亮点是“反弹琵琶”，先“挺进国际”再“站位全国”，反其道而行之。这让很多搞战略的人看不懂，认为它违背了“常理”。其实，这样的战略规划，是立足于“景芝”现状而做出的。“景芝”的出口多年来前景观乐观，在东南亚等华人集中的国家和地区颇受欢迎。因此，挺进国际市场，让“墙内之花”形成“墙外香”效应，对全国化市场的发展会带来巨大促进和反哺作用，这无疑为“景芝”寻求差异化竞争优势的最佳途径。

【同期声之二】当前，全国酒企有过百亿的6家，过20亿以上的50多家。鲁酒的现状是“群山连绵，主峰不显”，发展潜力巨大。

创新营销 突破白酒新市场

景芝酒业根据当前国内白酒市场形势，以品牌高端化、市场规模化、区域板块化——“三化”创新战略为重要引领和支撑，不断创新营销架构体系，创新渠道全新模式，打造战略性市场，创新营销团队管理，凸现竞争新优势。

针对市场上存在的一系列问题，“景芝”积极调整销售组织架构，

先后成立了大部制机构，在渠道创新上，围绕渠道政策、产品推广、理念传播等进行系统筹划，进一步授权、放权，对经销商资源进行分级、分类管理，与经销商建立长期发展机制和战略评级奖励机制，积极探索“一厂一商一店”战略合作，深入完善“团购+烟酒店+酒店”三盘互动的营销渠道模式。

2011年，“景芝”启动“五十百”经销商培育工程，通过持续优化渠道，完善经销商管理体系，建立起与经销商共同长期发展机制和战略经销商年度评级奖励机制，培育一批具有专业能力、战略级经销商，最终实现企业与经销商的和谐共赢发展。

同时，加快推进“两翼扩张、三点成面、渠道创新、品牌领先、培育储备”营销战略，重点市场重点运作。对战略性区域加强资源支持，全力运作中高端市场，品牌利润贡献率与日俱增；有效推进省内培育型市场，完成了以省内大城市为基点、覆盖前瞻性市场的省内网络建设；建立省外市场发展平台，正式启动培育市场的战略性布局；进出口以东南亚市场为突破重点，进一步开拓了国际市场。

【同期声之三】目前，“景芝”和“景阳春”商标被国家工商总局认定为“中国驰名商标”，“景芝”成为山东首个双获“中国驰名商标”的白酒企业。

【同期声之四】“景芝”诞生“芝麻香”，与其独特的地理生态环境、物候条件和酿造工艺有关，是鲁酒崛起的王牌。

【同期声之五】多年来，“景芝”先后完成技术改造和创新项目110项，其中国家级3项，获国家和省市科技进步奖16项。

创新产品 站位“芝香”最高端

“芝麻香”是山东白酒专家于树民先生1957年最早在山东景芝酒厂发现的。1994年，景芝酒业根据芝麻香型白酒的特殊生产工艺及其典型风格特征，与中国食品发酵工业研究院等科研单位联合起草了该香型白酒的行业标准，并于1995年经中国轻工部发布，1996年在全国实施；2006年，景芝酒业又受中国食品工业标准化技术委员会酿酒分会委托，将“行业标准”升格为“国家标准”，并在景芝酒业召开了芝麻香型白酒、固液态白酒和液态法白酒三大国家标准研讨会。2006年6月，中国食品工业标准化技术委员会在北京通过了由中国食品发酵工业研究院和景芝酒业共同起草的芝麻香型白酒“国家标准”最终审核；2007年1月1日，国家质量监督检验检疫总局和国家标准化委员会正式发布了“芝麻香型白酒国家标准”。2008年，“景芝酒业担纲起草了“地理标志保护产品一品景芝（景芝神酿）国家标准”。

……
在白酒市场上，2010年10月，

“一品景芝·尚品”凭借其独特的香型、卓越的品质和稀缺资源的珍贵，一举完成了“千元”飞跃。2011年，景芝酒业再推战略新品——“一品景芝·国标芝香”，其系列产品最高一款“国标芝香1957”的价位，已接近“53度茅台”的终端价格。“景芝”让自己与“中国名酒”站在了同一“价值跑道”上。

2011年末，“景芝”牌获“中国驰名商标”。2012年4月，“景阳春”牌被认定为中国驰名商标。这是景芝酒业继“景芝”被国家工商总局认定为中国驰名商标后，通过行政审批程序获得的又一件中国驰名商标。“景芝”成为山东首个双获“中国驰名商标”的白酒企业。

2011年8月，“中国芝麻香型白酒研究院”成立，办公及研究机构就设在“景芝”，这在全国尚属首次。“研究院”汇集了国内最著名酿酒专家、多所高等院校组成的强大科研力量，充分确立和展示了“中国芝麻香型白酒研究院”在全国芝麻香“产、学、研、用”各方面的权威地位。

【同期声之六】“山东省省长质量奖”是我省质量方面的最高奖项，2009年设立，属国内首创。

创新管理 勇摘“省长质量奖”

2012年1月11日，在“山东省第三届省长质量奖表彰大会”上，“景芝”作为白酒行业唯一获奖企业接受了省政府的颁奖。

据悉，荣获前三届“山东省省长质量奖”的酒类企业只有三个：青岛啤酒、张裕葡萄酒、景芝酒业……全都是家喻户晓的标杆企业和全国大品牌，代表了山东酿酒业的最高水平和质量标准，体现了省政府高瞻远瞩的战略眼光，以及打造“头羊效应”推动山东酿酒产业做强做大的科学发展观，同时也凝注着省政府对鲁酒振兴的厚望。

走近“景芝”你会发现：在景芝酒业存在并实践着一套独特的“质量哲学”。在这里，“质量”不仅只是意味着“合乎要求”，而且是企业一切活动的根本；不仅只是目标，而且是常态化的管理、控制与方法。在这里，“质量”已成为一种习惯，一种风格，一种传承，一种文化，一种尊重，一种胸怀。基于质量的企业价值观，与企业的社会价值和经济价值融为一体。看似简单的“质量”二字，在景芝酒业已经成为企业的生存方式，成为“一种习惯”。

【同期声之七】景酒人发掘自身5000余年的酿酒历史资源，修复完善了明清时期景芝镇72家烧锅之一的“南校场烧锅遗址”；兴建了“酒之城”及其文化广场，被国家认定为AAAA级旅游景区。

【同期声之八】近期，“景芝”将经营理念凝炼为“真心酿真情”，景芝将靠情感的力量，行走天下。并将“芝麻香·中国香”品牌创意无私奉献给鲁酒“大芝香”整体传播。



创新模式 引领鲁酒振兴

景芝酒业制定的“十二五”战略规划是：以创建“两大园区”、“三大工程”和“四个平台”为目标，确立最终实现“百亿级企业”和“中国北方生态酿酒第一镇”的宏大构想。

自2011年以来，景芝酒业积极“调结构、转方式、超发展”，实现了“三年翻两番”和“省内强势”的阶段性战略目标。

2012年“景芝”全面推进景酒现代生态酿酒产业园和齐鲁酒地文化创意产业园“两大园区”建设。他们将全力将之打造成为以藏酒为核心，延伸拓展至酒类品鉴、拍卖交易、休闲养生、旅游观光等多元集合式发展的综合性酒类服务平台——“齐鲁酒地”。

近年来，“景芝”模式创新上探索的脚步正日益加快：

加快推进和完善酒类流通电子商务系统建设，利用RFID电子信息技术手段，实时掌握产品从生产、仓储、物流到销售等各环节流通信息，形成权威的全程可追踪信息链，从而加强酒类产品安全管理，保障消费者合法权益，切实满足消费者需求。

2012年5月，与“酒仙网”达成战略合作，强强联手为市场全国化拓展找到了全新运营路径。

2012年7月，“一品景芝”和“景阳春”系列产品，在大众网正式发售。

刚刚过去的一年，景芝酒业除获“2011年度山东省省长质量奖”外，捷报频传：

以近150万元的价格被收藏爱好者收藏。

2012年10月24日，在中国质量协会第十二届全国追求卓越大会上，“景芝”荣获“全国质量奖特别鼓励奖”。

2012年11月6日，中国轻工业联合会和中国酒业协会联合授予景芝镇为“中国芝麻香白酒第一镇”，景芝酒业为“中国芝麻香白酒生态酿造产区”。

2012年11月14日，中国首款白酒香型理财产品——【景芝·国标芝香】中国芝麻香发现55周年纪念收藏酒”在上海国际酒业交易中心成功上市交易。

……

【同期声之九】刘全平：“‘景芝’正处在突破发展的蓄势攀升期……”

景芝酒业多年来致力于打造中国高端芝麻香品牌，将芝麻香品牌作为进军全国的主导品牌。通过对工艺的创新、品牌结构的优化提升和文化营销模式的创新，使芝麻香品牌绽放出新的特色。建设了景酒现代生态酿酒产业园，使企业沿着“优质、多元、低碳、高效益、无污染”的生态循环经济发展，强化食品安全体系，芝麻香在特色鲜明，品质更加卓越的基础上，快速扩张量的攀升。

对芝麻香的发展未来，刘全平有着很深刻的认识：“芝麻香是景芝酒业进军全国化的一个利器，一个关键因素，这也是鲁酒进军全国高端品牌的突破口和出路，必将进一步提升芝麻香白酒品牌的美誉度和竞争力，扩大芝麻香品牌影响，助推芝麻香产业集群发展，做大做强。”