

2013山东省秋季糖酒会东营收官

家庭消费将成主力

素有省中秋市场风向标之称的“山东省秋季糖酒会”日前在东营闭幕。记者从展会上获悉,家庭消费已经成为消费主力,企业也都针对目前的市场状况进行调整。

本刊记者 王丛

经销商忙于中秋发力

“去参会的经销商应该会比往年少,我们今年也没准备搞什么活动。”一位酒水专业媒体的山东区域主管在糖酒会之前就大胆预测“今年的糖酒会人不会太多。”

果不其然,糖酒会期间记者参加了一场酒企的招待宴会,其中一家预留了15桌,而到会的只有不足六桌,其中一桌还都是媒体相关人员。“今年好几家企业招待宴都是这种情况,来的人比以前少不少。”一位德州的经销商告诉记者。

“一般来糖酒会就是选选新产品,看看老朋友。今年很多经销商没来,一方面是因为天气原因,更多的是因为都在积极开拓‘百姓餐桌’,一位经销商告诉记者,虽然受‘三公消费’等因素影响白酒销量下,但不可忽视百姓餐桌的消费能力,特别是中秋这一传统的团圆节日,家庭宴请白酒必不可少。”

业内人士告诉记者,仅济南一个地区全年大众消费白酒量就有10亿之多。家庭聚会、婚宴



东营市副市长杨梦斌(中)在山东省糖酒副食品协会会长薛剑锐陪同下参观会场

都是白酒消费较大的场合。

一线鲁酒增长放缓

记者在糖酒会现场看到,扳倒井、景芝、兰陵、花冠、泰山、趵突泉、景阳冈、古贝春、百脉泉、孔府家等一线企业一如既往在现场设立了展位。但与企业负责人聊天时了解到,鲁酒今年的发展情况基本属于“稳中有增”。

“不仅仅是今年,应该说未来一至两年都有可能是白酒行业的调整期。”兰陵集团总经理韩玉亮告诉记者。“中秋市场没有预期的那么好,整体与去年持平。”百脉泉酒业销售公司总经

理马业准告诉记者。

新星集团作为山东省屈指可数的糖酒流通企业,与鲁酒一线名酒乃至全国名酒都有很好的合作,其董事局总裁魏新东在接受记者采访时曾表示,现在的市场行情应该归结为“三难”:产酒难、卖酒难、喝酒难。

业内人士呼吁企业变阵

糖酒会开幕当天,“首届糖酒产业高峰论坛”在现场举行。此次应邀参加的国内咨询行业专家孟跃在现场提出,面对目前行业发展形式,企业应该积极变阵:“守市场是永远守不住的。”

孟跃提出酒企可以通过一下留个方面进行“变阵”:扩大市场份额,开发强势品牌,创新产品、服务、体验,开发忠诚客户,采取激励营销,合并收购、联盟。

“最近我走访了几个鲁酒企业,发现虽然存在困难,但鲁酒整体发展稳定。少数企业下滑也都在10%左右,有的企业甚至出现了增长。不管怎么说大家的精神十足,如果说以前用七分力去开发市场,现在都用出了十二分力。各个企业都在问困难找办法,谋出路,我相信鲁酒在这段调整期会交出一个较好的成绩单。”山东省糖酒副食品商业协会副会长薛剑锐告诉记者。

链接

第70届 山东省糖酒会 签单20亿元

本报讯 记者从2013年秋季(第70届)山东省糖酒商品交易会组委会获悉,本届糖酒会共签约20亿元订单。酒类、食品、饮料、乳品、包装、日化、灌装等10余个行业,700余户商家,2000多个品牌、上万种商品进行展示,占据室内外展位1500多个,特装展位110个。

糖酒会上,鲁酒企业成为成交支柱。国井集团以国井G3、G6、G9展示主打品种,成为本届糖酒会上的明星产品。一品景芝继续领跑商务用酒时代,除了在济南市场大步快跑外,糖酒会上更是成为名酒的绝对竞争对手。泰山集团展位上的“神十飞天纪念酒”,以今天独有的神十飞天大事件为背景,加上媒体的参与制作,一方面被前来参会的白酒收藏爱好者所拥趸,同时成为今秋礼品用酒的最佳选择,订货量遥遥领先。

在高端白酒消费不景气的情况下,很多酒企借助这次糖酒会推出了自己的新产品,给新产品提供了一个很好的宣传平台。

(本记)

天地同酿 工标芝香 走进中国芝麻香白酒第一镇——景芝

“景芝”拥有6000年的历史文化积淀,其文化底蕴深厚,历史悠久而物华。近年来,山东景芝酒业将历史传承与现代企业文化有机融合,让传统白酒文化更加经典,现代白酒文化更加时尚。景芝先后建立的“景芝酒文化展览中心”和“酒之始文化广场”两大地标性建筑,将景芝的文化内涵扩展到更广阔的传播平台。

名企名笔今日带您一起走进中国芝麻香白酒第一镇——景芝,一起领略国际芝麻香所传承和融合的景芝文化和酿造艺术。

天地同酿

几乎每一座河流在天对地利方面有着得天独厚的自然条件,景芝亦然。

从地理区位来看,景芝镇位于山东省潍坊市东南部,地处山东半岛中部,属于山东半岛四连岛的一块,其西侧是丘陵,东侧是山区,中间则是土肥物丰的平原地带。值得注意的是,这里不管是南到黄海,还是北到渤海,距离都是100公里。如此一来,来自黄渤海湿润的季风得以长驱直入,使得景芝镇呈现出海洋性的气候特征。同时,这种冬无严寒、夏无酷暑的自然环境,反过来又非常适合微生物菌群的繁殖,为丰富窖中香气成分、提升酒体品质创造了天然的“屏障”。

古人云:“曲为酒之骨,水为酒之血”。景芝镇坐拥优质的水文资源,其处于潍河、沂河以及弥河的三河并流地带,潍河水质甘冽、清澈透明;沂河系汇多股山泉而下,其身处深林跌宕,浅处水净沙明,是不可多得的酿酒佳源。有“三产聚芝真宝地,一条碧河是源泉”之称。在景芝境内的两公里处则为山东第一大水库——峡山水库,有“峡里一碧万顷”的美誉,为景芝镇源源不断地输送着湿润空气。河

对,峡山水库地下泉水脉相连甘冽爽口,亦成为酿酒的重要水源。

不过,正宗的酿酒水脉则还是景芝企业文化中的“地下古井”。有人这样形容景芝水:同样的纯净,同样的酿酒技艺,出自景芝镇则醇厚芳香,故有“景芝水含三分酒”的说法。

景芝水的优质品质也有科学的论据支撑。1992年,山东省地质矿产部门通过对景芝水化学分析认为,景芝水质是一种含有锶、镁、偏硅酸等多种微量元素的饮用天然矿泉水。这一珍贵的生态水脉来源景芝山脉深埋矿泉带,地下水经历数几十年净化周期,原生态、无污染,是天然的酿酒佳水。

酿酒需要好水,也需要有好粮。景芝镇地势南北平原与胶莱平原相接壤,土地平坦肥沃,为天然粮仓,尤其生产小麦、玉米、大豆、谷子和红高粱。特别适合作为景芝酒的红高粱,其秆高叶大、穗子饱满、籽粒饱满,为景芝酒注入了良好的先天基因。不仅如此,这里的红高粱还成为了张艺谋电影《红高粱》的主角,当年电影的取景地就在高粱和景芝的交界处。

传承景芝文化

“几时景芝酒名扬,长辈贪杯我酌否。佳酿声入人已老,沾唇不禁念故乡。”这是我国当代著名诗人臧克家的一首《忆景芝酒》七言诗,几句朴实的诗话,乡情、亲情、酒情尽在其中。有对景芝美酒的倾慕,有对童年生活的回味,有对家乡的概念,无不体现出对故乡的热爱。既勾勒出作者对景芝酒的深刻印象,又可见其对家乡美丽的热爱珍惜。

景芝,既是地名,又是酒名,既是一方文化的代表,又是一种独特的诠释。景芝芝麻香的白酒品质提升了另一个标杆;将文化品位与白酒品味融为一体,使消费者领略的

美好体验从感官层面延伸到精神层面——滋润心田,方为美酒。

1967年,山东省著名白酒专家于树民首次在景芝镇中发现芝麻香“香味”,于1968年开始对芝麻香型白酒的探索研究;至1986年,以景芝酒业为主起草的芝麻香型白酒行业标准经轻工业部发布,芝麻香型白酒正式确立;2007年,由景芝酒业为主起草的芝麻香型国家标准经国家质量监督检验检疫总局和国家标准化管理委员会颁布实施;2009年,景芝酒业被认定为首批山东旅游工业示范企业;2011年,“酒之城”晋升为山东白酒企业唯一国家级AAAA级旅游景区;2012年,“景芝”更是荣获中国芝麻香白酒第一镇。

借助坚实的资源优势,景芝酒业进一步全方位构筑和夯实文化建设工程,全面打造和弘扬“景芝文化”。“酒之城”广场建成后,景芝酒业致力于提升景区文化底蕴,打造传统的景芝酒文化,广泛传播“景芝酒”文化遗产的珍责价值。同时,景芝酒业积极成立景区旅游服务接待中心,组建导游团队,为各界游客提供优质导游服务,确立了品味酒文化,开建文化之旅的新概念。游客在景芝酒历史文化长廊、酒之城文化展览中心、景芝酒工艺长廊等地的同时,可以寻根溯源地感受景芝文化之旅。以酒之城文化展览中心为例,其通过序厅、历史溯源、酿酒技艺、人物传记、文化探秘、誉酒名扬及品质区七大展区来系统展示景芝文化脉络。

融合酿造艺术

中国古语盛产美酒,中华酒文化更是源远流长而博大精深,景芝这样从当地的历史土壤中生长的文化基因着实非一家。但不可否认的一点是,仅仅依靠与生俱来的“基因”并不足以赢得文化底蕴。道

理简单,好比一个人天资出众,但如果后天的锤炼磨砺,同样也成就大器。

而如果将文化素养、人文精神与酿酒技艺融合又会怎样呢?我们在景芝找到了一个样本以及一大片灵感空间,景芝人用自己的创新实践,诠释了文化名城应有的酿造魅力。

谈及景芝芝麻香,更多人对其的第一印象是其细腻醇和、芬芳纯净的口感,以及先天稀缺所赋予它的独特价值。而著名白酒专家沈怡方先生被誉为景芝芝麻香酒闻曰“齐鲁之光”,便是称赞其魅力非凡,而若从景芝芝麻香的酿造工艺角度加以探究,则又会发现“齐鲁之光”这个评价另有深意。

综合来说,芝麻香一品景芝的酿造技艺是集兼香、浓、清三大香型生产工艺之精华,融合大曲、麸曲酒的有点,多种微生物混合发酵,使其达到最佳平衡点上的完美统一。兼收并蓄,和而不同——在芝麻香酿造工艺中无处不体现出这种兼容胸怀和创新魄力。

向更高更远奋进

景芝酒业站在中国白酒发展的新赛道上,肩负引领景芝酒业发展的重任,制定了“十二五”发展规划,全力打造“两大园区(景芝现代生态酿酒产业园、齐鲁酒业文化创意产业园)”,“三大工程(五十万吨固态发酵车间;山东是中国白酒发源地之一,山东白酒发源地在景芝的技工工程;百亿级企业和中国北方生态酿酒第一镇工程)”,四个平台(人力资源平台、营销平台、科技平台、信息平台),坚持“匠心酿美酒”的经营理念,以市场为导向转型升级,以品质保障、品牌建设、文化建设为支撑,推动企业健康快速发展,向“百亿景芝”和“中国北方生态酿酒第一镇”的目标奋进。



▲中国芝麻香白酒第一镇标志



▲景芝“酒之城”广场



▲景芝酒业文化园中的“地下古井”



▲传统酿酒生产场景