

(上接一版)红太阳酒业,从建厂时就与红色文化结下了不解之缘。1958年,酒厂搬至嘉祥县城并改名为“国营嘉祥县酒厂”;1986年在麸曲酱香型白酒研制上取得突破性进展,并进行了科学的规划,企业面积增加至133亩,改造白酒发酵池,扩大麸曲酱香型白酒的生产能力,达到年产1000吨,产品得到了消费者的认可,被誉为“北方茅台”,取其吉祥之意为“祥酒”,“祥酒”商标于1986年11月30日成功注册。1988年更名山东祥酒厂,1989年6月山东祥酒厂生产的“祥”牌祥酒荣获山东省“十佳白酒”称号,同年9月荣获第27届布鲁塞尔世界优质产品评选会上荣获铜质奖,1991年54°祥酒在比利时第29届国际食品博览会上荣获金奖。

“1993年在公司的发展上具有里程碑式的意义,这年7月,研制开发了东方红太阳系列酒,并正式注册了红太阳商标。”任志刚说,红色文化融入企业发展中,为后来企业的兴旺发达奠定了文化基础,并一直引领企业发展至今。

## 继承和发扬红色经典 红色文化引领企业发展

在1993年推出东方红太阳系列酒的基础上,红色文化成为红太阳酒业发展的主题。2018年9月19日,红太阳文化博物馆开馆,在这个展览面积达1500多平方米的博物馆内,藏品有6600余件,内设公司发展史馆、党史文献馆、毛主席像章馆、雷锋精神馆、酒器博物馆、白酒体验馆等6个主题展馆和一个长征历程长廊。通过博物馆内大量的图片、书画、像章、酒器、雕塑等文物的积



红太阳印象济宁系列白酒。

累和收集,结合声、光、电、美工等艺术形式,将红色文化完美的呈现出来。

“把红色文化与现代文化,与社会的发展实际结合起来,使成功人士摆脱浮躁心理,精神有所寄托,为追求事业的年轻人带来精神鼓舞。”任志刚表示,以红色文化为基调的“红色经典”品牌,不仅代表着一个产品系列,还代表着企业品牌文化的未来发展方向,在区域市场乃至更广阔的区域内传递、传承红色文化,如果说以往红太阳酒业给消费者带来的联想更多是历史的、传统的,那“红色经典”所代表的文化理念则是以优良传统、伟人精神服务于当下。这就使得“红色经典”的市场营销工作具有灵魂和主题,始终

目标明确,循序渐进。

红太阳酒业集团也一直坚持对“红色文化”的塑造与传播,如举行红色文化展,组织经销商和核心消费者进行爱国主义主题教育,组织客户赴西柏坡、井冈山等红色旅游景区参观等。“在中华大地,红太阳不仅是传承红色文化的载体,更是中国人纪念老一代无产阶级革命志士的载体。”任志刚表示,红太阳的红色文化有内涵,这不是我们自己说出来的,而是消费者给出的评价,因为红太阳的品牌文化对消费者产生了精神鼓舞,使人从中有了思考,有了追求。

## 实施“双品牌”战略 祥酒发力酱香酒市场

目前,红太阳酒业集团出品的“红色经典1949”、“红色经典1921”、“红色经典红1号”都成为广受市民喜爱的白酒品牌,为了庆祝新中国成立70年华诞,红太阳酒业集团又推出42度纪念版1949酒,成为“红色经典”家族的新成员。

作为酱香型白酒的历史积淀者和1991年第29届世界国际食品品质评鉴大会优质金奖的获得者,酱香祥酒将进行全新升级,于下半年重磅推出。“目前酱香型白酒的风口已经到来,祥酒作为1991年世界优质金奖的获得者,将立足高端定位。”任志刚表示,祥酒有着历史的品牌积淀,能唤起的一种怀旧感情,红太阳酒业集团的前身就是山东祥酒厂,具备酱酒酿造

的天然基因,所以今年红太阳酒业将实行“双品牌”战略,重点发力酱酒市场,满足消费者对高端酱香型白酒的需求,“今年我们将会重磅推出一系列‘拳头产品’,并成立红色经典渠道联盟和祥酒渠道联盟体;为让广大消费者切身了解、体验生态自酿、手工酿酒,今年我们将计划1万人次的回厂游。”

“传承红色文化,酿造品质生活。”任志刚表示,红色文化博大精深,红太阳酒业集团始终以“党建引领,文化助兴”为宗旨,红色文化的基因早已经注入到了红太阳人的血液之中,成为公司跨越发展的动力,而红太阳酒业也将继承红色文化中奋发向上的长征精神,鼓舞着红太阳酒业集团奋勇向前。