

编者按:

齐鲁大地既是中国酒文化的发源地,拥有源远流长的酿酒历史,同时也是闻名全国的白酒生产大省和消费大省,在中国白酒行业具有举足轻重的地位。即日起,齐鲁晚报·齐鲁壹点推出“秋糖荟”系列观察栏目,带你游览糖酒会,纵观高端市场,探索酒类高质量发展之路。

# 鲁派酱酒的春天来了?

齐鲁晚报·齐鲁壹点  
记者 朱贵银

## 一场营销的胜利

目前,“酱酒热”正在改变白酒市场的发展形态。尤其是去年,酱香型白酒爆发式增长也正在快速改变白酒消费市场。随着酱酒加速升温,加之山东优良的酱酒基础,入局的“山东玩家”越来越多,也因此诞生了一大批“超强选手”,对于鲁派酱酒企业来说也是一个坚守和蜕变的过程。

4月底开始推广,并收取预收款,5月10日开始邮寄配送,5月底全部销售完毕,从动议到完成整个销售一共有一个月的时间。这是秦池酒厂龙宛重酿·中国力量白酒的营销时间表。

“全部先收预付款,全部在网络上提前预定。”秦池集团总经理王建伟告诉记者,“今年情况比较特殊,中国力量在世界范围内得到了广泛认可,从这个角度说消费者的心里更容易接受类似‘中国力量’这样的说法。”

秦池的管理团队精准提炼了“中国力量”,或者说把“中国力量”完全融入了酒中。

一瓶卖600元,每一瓶2斤装,采取买一赠一的方式进行,换句话说4斤53度的龙宛重酿·中国力量酒卖600元。

此时强大的“秦池IP”和“鲁派酱酒IP”起到了重大作用。

一个创意,通过网络,让山东酱香白酒的代表龙宛重酿走进了很多白酒爱好者的酒桌上,几千万资金也被迅速盘活,这对疫情期间的酒企来说,非常不容易。

鲁派酱香本身就比较受欢迎,这也是对营销团队和“秦池品牌”本身的一次检阅,王建伟说,我们更要销售好酒,绝对不能砸了牌子,而且还要提升我们的品牌。

收到酒的消费者,很多想复买的,但是已经没有了,“只有这么多!”饥饿营销若隐若现。

酱香白酒,之所以备受消费者的青睐和追捧,并成功引领高端白酒的潮流,很大程度上得益于其严格的“12987”生产工艺,决定了酱酒优质、稀缺的品质和价值。

## 群雄逐鹿出酱香

酱香白酒产地在哪里?茅台镇!这是个肯定答案,贵州的茅台镇、赤水河谷产区,而山东却是中国两大酱香产区中的另一个。在上世纪八十年代,山东也是全国闻名的酱酒产区,巅峰时期有五十多家酒厂生产出近百个酱香产品,开创了风格自成一派的鲁派酱香。那时的山东,与贵州齐名,一南一北,并列为中国酱香白酒两大产区。

2011年12月1日起酱香型白酒国家标准(GB/T 26760-2011)由国家标准委正式实施,这是中国酱香型白酒首份国家标准。

云门和茅台、郎酒,正是酱酒行业的三家制定者,位于潍坊青州的山东云门酒业集团,书写了山东酱香白酒一段传奇。

早在1973年,山东省酿酒专家于树民来云门酒业集团的前身——山东益都酒厂考察,品尝了青州陈酿(1983年改名为云门

山东不仅是浓香型、芝香型白酒的重要产区,也是中国酱香白酒的主要生产基地,当前“酱香热”正兴起,市场潜力巨大。早在上世纪八九十年代,由五十多家酒厂组成的鲁派酱酒,不仅成功开创了对中国白酒产业影响深远的“鲁派酱香”,还改变了中国酱酒的传统格局,塑造了茅台之外的另一个酱酒高地,“南黔北鲁”之名在中国的白酒界有着极高的声誉。

山东向来是高端白酒消费的热土,也是全国一线白酒品牌布局的必争之地,鲁派酱香正代表了山东白酒复兴的未来,在本届秋糖会上也吸引了众人的关注,在多重利好之下,如何理性看待酱酒市场,鲁派酱酒的春天来了吗?

陈酿)后,认为青州陈酿有酱香风格,并提出了一些工艺改进措施,于是他建议青州云门酒厂到茅台酒厂进行学习和交流,由此拉开了山东酒企学习茅台,研发生产酱香白酒的帷幕。

为了全面提升酿造质量和水平,从1980年代开始,云门酒业专门成立了茅台酒工艺学习小组,在历时八年时间里,先后九次赴茅台学习,从制曲、投料、发酵、蒸酒、贮存等各个工序进行全面学习。同时,茅台也多次派遣技术人员到云门指导生产,共克技术难关。

为了全面学习酱酒生产技术,云门、古贝春、秦池、金贵、东阿、今缘春、蓬莱、沂州等五十多家山东酒厂先后派遣技术人员到茅台学习。

1992年4月,经国家工商局、



山东省工商局、贵州省工商局、茅台酒厂、景阳冈酒厂五方达成协议:茅台酒厂用“赖茅”,景阳冈酒厂用“赖茆”,同音同意不同形。从此,赖茆酒成为景阳冈的专属品牌。

事实上,景阳冈赖茆酒属大曲酱香型白酒,原酒也是严格按照“12987”的工艺酿造。优质酱香原酒在完成三到五年的陶坛存储周期后,没有像普通酱酒一样灌瓶包装,走向市场,而是进入一道意味深长的新工序——复窖工艺。

而1984年,古贝春集团的前身武城酒厂与茅台开始合作,成功推出了第一代酱香白酒——古贝元的前身东阳好酒,在当时的山东引起了不小的轰动。凭借过硬的品质和与茅台嫡亲关系,让这款酱酒获得了“武城茅台”的美誉。

历经多年的技术积淀和上千次的反复试验,2018年,中度酱香古贝元白版正式上市,在白酒行业尤其是酱酒圈引起不小的轰动。毕竟市场上的酱酒白酒基本以53度为主,46度的中度酱酒实属少见。

“品质价值”“文化气质”和“高端属性”的鲁派酱酒,无疑是鲁酒企业布局中高端市场,实现产品升级迭代的最好选择和最佳路径。事实上,以云门、古贝春、景阳冈、红太阳、秦池、花冠金贵为代表的“鲁派酱香六大标杆企

业”,已经走在了鲁派酱香的前列。

## 蓄势待发的酒企

其实,早在1987年鲁派酱香就曾经迎来了它的高光时刻。

1987年,中国白酒协会以官方的名义向消费者推荐过一批优质酱香型白酒,全国共有36个品牌酱酒入选。值得特别强调的是,这也是中国白酒协会从成立至今唯一一次酱酒产品推荐。在经过专家品评后推荐的36款产品中,山东青州酒厂的云门陈酿、金乡酒厂的金贵酒、蓬莱酒厂的醉八仙、嘉祥酒厂的祥酒、聊城酒厂的鲁酒等均名列其中。据统计,山东酱酒产品入选数量最多、占比最高。

近几年,随着茅台酒的持续走高,酱香白酒成为众多白酒爱好者心中消费的主选。业内人士表示,伴随着酱香酒的热潮,消费者会日渐成熟,消费会聚焦全国头部品牌或核心产区。而山东必将占有一席之地。

酱香时代的到来,激活了蛰伏已久、蓄势待发的鲁派酱香。从目前来看,山东近五十年的酱香技术积累和酱酒存量产能,所造就的历史、产区、工艺、品质、品牌等优势,是贵州之外其他省份短时间内难以企及的,而强大的文化底蕴价值更是无可比拟。

“鲁派酱香白酒是未来五到

十年最受欢迎的白酒之一。”在采访中有白酒专家断言。

2018年6月18日山东省委、省政府出台了《关于加快培育山东白酒骨干企业与知名品牌的指导意见》,“支持降度酱香型白酒”成为其中重要的一环。

在采访中,有专家表示:人们消费观念的改变;几十年来鲁酱技艺、创新和文化的积淀;营销手段的丰富,体验馆、酒道馆的兴起;对高端酒的认可,山东省和行业的引领。

对于坐拥本届秋糖会主场之利的鲁酒企业而言,高端得失决定着未来的生死存亡,只有掌握高端,才能掌握市场的主动权和话语权,才能让鲁酒实现真正的崛起,而鲁派酱香正是那个标杆。

## 延伸阅读

## 茅台家的“亲戚”

### 中国酱酒的第二大产区

鲁派酱香,师承茅台。山东人爱学习、善钻研的习惯在酱香白酒的传承和创新中发挥到了极致。到茅台去,一次不行,两次,两次不行,三次,直到完全掌握酱酒工艺为止。云门九赴茅台取真经,蓬莱酒厂五下茅台,秦池酒厂、莱芜酒厂三去茅台等许多故事在中国白酒界流传至今。

1979年,蓬莱酒厂先后几次派技术骨干远赴茅台酒厂、武陵酒厂等知名的酱香型酒生产企业学习,并于次年生产酱香白酒醉八仙酒;1980年,秦池酒厂、高密酒厂、东明酒厂开始采用茅台工艺生产酱香白酒;1982年,金乡县酒厂在茅台酒厂指导下,研制出酱香酒,命名为金贵;1983年,茅台酒厂来到古贝春酒厂,协助其酱香型白酒的研发和生产……多年来,山东酒企或派遣人员到茅台学习,或高薪聘请茅台专家到厂亲授酿酒技艺,成功推出一百多种酱香产品。

四十余年,鲁派酱香完成了坚守与创新,不断发扬光大,传承了一代人的梦想。体现古青州文化的云门陈酿,产自中国祥瑞文化发源地嘉祥的祥酒,以临朐名胜之地老龙湾命名的龙湾重酿,由民间神话八仙过海而得名的敬八仙、蓬莱阁……鲁派酱香更显地方情怀,更具特色韵味,不仅彰显出地方的风物和人文,也实实在在走进了消费者的心里。

(齐鲁晚报·齐鲁壹点  
记者 朱贵银)