



# 济南产的白酒泉城人自己喝了八成

“济酒三强”年产值超10亿元，省外市场基本没有销售



济南一家白酒企业的生产车间。(受访者供图)

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 李培乐

## 历史很悠久 年产值超过10亿

说起济南本地的白酒，济南食品工业协会秘书长李平介绍，济南白酒的三强分别是趵突泉、百脉泉和今朝酒业。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者了解到，作为济南白酒市场的老大，济南趵突泉酿酒有限责任公司可上溯至明朝崇祯年间，上世纪战争年代由鲁中军区掌管，新中国成立后历经公私合营，1958年建成国有企业，目前一年的产值6个多亿。“前两年我们的产值都是增长的，今年因为疫情等受到了一定影响，但是销售额到现在为止和去年处于持平的状态。”趵突泉酒业副总经理杨连明介绍。

山东百脉泉酒业有限公司位于章丘区，起源于光绪年间“福祥和”古酒作坊，1948年成为章丘第一家国有企业，公司现已发展为集白酒科研、生产、销售、服务以及工业旅游于一体的大型白酒企业。该公司总经理马业准介绍，现在年产白酒1万吨、产值4.6个亿。让人引以自豪的是，该公司的“42度百脉泉泉城壹号”在2019布鲁塞尔国际大赛上获大赛最高奖——大金奖！

济南今朝酒业有限公司位于商河县，其所生产的“封王御液”白酒荣获山东省优质产品称号，多次在世界级酒品博览会上获奖。据介绍，该公司目前的年产值7000万元。

## 香型多元化 八成市场在济南

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者了解到，目前百脉泉酒业拥有多种香型，主要是浓香、酱香、芝麻香。今朝酒业当前主要是浓香型，酱香型只有一种名叫“封王古酒”。趵突泉酒业的香型有芝麻香和浓香，现在又开发了自己独有的泉香型白酒。“我们的芝麻香为最高端的酒，泉香处于中端市场，浓香型是相对低端市场。”杨连明告诉记者。



济南一家大型白酒企业的酒窖。

作为济南白酒市场的三强，三家白酒企业每年的总产值超过10个亿。那么，这些白酒都被哪些人喝了呢？记者了解到，这三家企业目前的主流市场都是在济南。

“济南市场占到80%，除了济南，省内像济宁、泰安、日照等地也有销售。”杨连明说，趵突泉酒业在省外市场基本没有销售，“不是妄自菲薄，不仅是我们济南的白酒，就是山东的白酒到了省外的竞争力都不是很强，品牌力还欠缺，走出去难度很大，利润也不高。”

同样，百脉泉酒业也是八成销量在济南市场，另外的两成在省内，“主要是滨州、泰安、德州等地。”说起外省的销量，马业准用了这样一句话，“基本可以忽略不计。”

今朝酒业区域性就更加明显，主要在商河县境内，其他的销售区域基本在以商河为基点的60公里之内，像德州的庆云、乐陵、临邑，济南的济阳和主城区等。

## 技术层面没有落伍 营销方面还需提高

在采访中，各个酒企也都提到，目前白酒市场的总量在缩减。面对这种趋势，济酒该如何突围呢？

“主做济南，练好内功，先守住济南这片市场，时机成熟也可能走出去！”杨连明说，“在全国的品牌白酒都在加剧整合，我们能和去年持平已经很不错了。”

杨连明说，要想在市场上突围，还是需要有自己的特色拳头产品。“很多白酒企业都去追赶成功者，如果所有的酒口味都差不多，缺乏个性，那样竞争力照样不强。所以，中小企业没有必要去模仿。”这也是趵突泉酒业开发出泉香的初衷，也是增强自己的特色竞争力。

今朝酒业总经理刘鑫对走出去也是持谨慎态度，“外地市场不能盲目做，要根据市场容量和市场增量通盘考虑，我们现在基本不做低端市场。”

“要想守住市场，做大做强，必须要以品质为先，把酒的质量做扎实，同时希望能够抱团取暖，济酒之间要做到没有恶性竞争，可以有竞争，但必须是良性竞争。”刘鑫说，抱团可以让济酒增强抗风险的能力，对市场的变化及时作出回应。

面对白酒市场的变化，马业准说，济酒乃至鲁酒与国家一线名酒有差距，而且现在消费者对品牌的认知度越来越高，“我们济酒乃至鲁酒在技术层面没有落伍，但是在营销等方面还需要提高。”

针对白酒行业当前的现状，马业准说：“受到经济形势的影响，白酒行业的洗牌会加速，我预计今明两年三分之一的酒厂可能被淘汰。”对于当前白酒市场总量缩减的情况，马业准说，销量在下降，但是利润和营业额并没有下滑，现在白酒市场进入的是一个量跌价升的市场环境。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 白新鑫

## 山东葡萄酒总产量居全国首位

据山东省葡萄与葡萄酒协会秘书长李保国介绍，近年来山东省葡萄酒产业发展迅速，特别是酒庄酒，烟台酒庄建成四十家，落户蓬莱的拉菲·朗岱酒庄于2019年9月开庄营业，张裕葡萄酒小镇开放，可雅白兰地酒庄、丁洛特酒庄相继开庄等，标志着中国的酒庄在国际上的品牌影响力越来越大。

葡萄酒市场的特点是潜力大、增长快，目前葡萄酒消费基数相对较小，但增长快，一旦市场成熟，中国将成为全球最大的葡萄酒消费市场。

目前国内葡萄酒市场还处于调整时期，受消费升级、渠道结构变化等影响，国内企业经营情况开始分化，一些注重品质的规模化企业开始崛起。李保国告诉记者，现阶段山东省葡萄酒生产设备和工艺水平已达国际先进水平，销售模式也已经不仅仅满足于传统单一的供销方式。

## 60—150元葡萄酒为核心价位带

从葡萄酒消费的年龄分布看，新生代消费群体正在形成，消费的个性化特征日趋明显。蓬莱葡萄与葡萄酒产业发展服务中心企业科科长沈国全告诉记者，现阶段中国葡萄酒消费群体主要集中在19—30岁、31—40岁这两个年龄段，消费占比分别为46%、38%，80后甚至90后正在逐步成为葡萄酒消费市场的主力群体，酒类消费呈现出低酒度、多风味的特点。

对于普通消费者来说，60—150元是核心价位带。80元左右的葡萄酒主要用于亲友宴请，如婚宴、乡宴等场合；用于家庭消费的葡萄酒，消费者普遍选择80—150元/瓶的葡萄酒；商务宴请则会选择200—400元/瓶价位的葡萄酒。中秋国庆是亲友聚会、家庭消费的用酒高峰期，商务宴请消费相对减弱，60—150元这一价格区间的葡萄酒在今年中秋国庆档最受欢迎。

如今，年轻消费者对葡萄酒的接受程度更高，他们购买葡萄酒往往会选择瓶单价较高的产品，更愿意选择100—200元的葡萄酒。

## 地域、人才、技术都有着独特优势

葡萄属于落叶果树，有明显的休眠期，需要800—1200小时休眠，才能结果。山东处于葡萄种植黄金纬度线，热量、有效积温、光照适宜发展酿酒葡萄，超过3000公里的海岸线让山东初步形成了海岸葡萄酒文化，烟台市被称为世界七大葡萄酒海岸之一。

除此之外，山东省受泰山山脉、黄河影响，地形复杂多样，平原、丘陵、山地等各种地形都有，区域小气候丰富多样，具有发展特色葡萄酒和特色果露酒产品的优越条件。

“我们在人才和技术等方面也有着独特的优势。”李保国说，齐鲁工业大学、山东农业大学、鲁东大学、泰山学院、滨州医学院等多所大学设有葡萄与葡萄酒专业，此外，山东省还拥有全国唯一的公益一类省级葡萄与葡萄酒科研院所——山东省葡萄研究院。

张裕、长城、威龙、拉菲·朗岱、盛唐国宾、君顶……山东省葡萄酒企业及酒庄林立，因此在地域及葡萄酒品牌消费历史培养上抢得先机，这一点上较大部分进口酒席卷市场的省份，形势要好得多。但不可否认，即便在山东省内，国产酒也越来越多地感受到进口酒市场的压力。

2018年我国葡萄酒进口量为6.875亿升，前十大进口葡萄酒来源国分别为法国、澳大利亚、智利、意大利、西班牙、美国、南非、新西兰、阿根廷、德国。就市场份额来说，澳大利亚、法国和智利占据压倒性的地位，加起来占了78.24%的份额。

根据国家统计局数据，2019年全国葡萄酒规模以上企业累计产量45.15万千升，山东省葡萄酒规模以上企业累计产量11.40万千升，总产量占全国的25.25%，位居全国首位。齐鲁晚报·齐鲁壹点记者了解到，目前全省16市均有葡萄酒企业分布，2019年底山东省共有339家葡萄酒企业，规模企业近60家。企业数量占全国的28%左右。

**山东葡萄酒总产量占全国四分之一**

◎2019年全国葡萄酒规模以上企业累计产量45.15万千升，山东省产量11.40万千升，总产量占全国的25.25%。

◎葡萄酒消费群体主要集中在19—30岁、31—40岁这两个年龄段，消费占比分别为46%、38%。

◎60—150元的葡萄酒主要用于亲友宴请；用于家庭消费的葡萄酒，消费者普遍选择80—150元/瓶的葡萄酒；商务宴请则会选择200—400元/瓶价位的葡萄酒。

