



淡雅浓香

中国风尚

中国低度浓香白酒发展大会 鲁酒名企特刊

“泰山现象”:鲁酒低度浓香的缩影

专访山东泰山生力源集团股份有限公司董事长 马西元

□吴修刚

在白酒界,三五年喝倒一个外地牌子是常态,有时一个牌子像一阵风一样,来势凶猛,一两年后却不见踪影。而作为鲁酒中唯一一个“中国白酒十大竞争力品牌”的泰山特曲,却颠覆了这一“宿命”,他连续十余年畅销江苏、浙江、广东、海南等中国南部经济发达地区,创造了一个二线白酒品牌在外埠市场屹立不倒的传奇,业内称之为“泰山现象”。“泰山现象”是偶然还是必然?它与鲁酒的低度浓香有什么关联?它能不能成为鲁酒走向全国的助推器……带着这些疑问,我们采访了创造这一传奇的泰山生力源集团掌门人马西元。



低度淡雅浓香成就泰山特曲

马西元认为,在市场经济条件下,产品必须适应市场才会有生命力,这是规律。泰山低度浓香型产品的诞生,就是市场发展的产物。早在上个世纪90年代初期,随着泰山特曲开拓江苏、浙江等南方市场战略的实施,低度浓香型产品也应运而生。当时南方人以喝黄酒、红酒和啤酒为主,即使是白酒,也是40度以上的烈性酒,而且销售量也很低。通过深入细致的市场调查,他们感到,随着生活水平的提高,人们的保健意识也在逐步增强,度数偏低、口味偏淡的白酒会被越来越多的消费者所接受。于是他们提出了“低而不淡,健康时尚”的新观念,在这种理念的指引下,他们及时调整产品结构,率先推出了适合当地人口味的30度左右的低度白酒,产品一推向市场就受到了江浙粤一带消费者的认可。如江苏吴江的30度泰山特曲,浙江33度八年陈泰山特曲、广东33度六年陈泰山特曲,都创造了连续多年畅销不衰的奇迹,至今仍保持着旺盛的生命力。当我们到南方出差或旅游,在异地他乡品尝到家乡的美酒时,心中的自豪感油然而生。

泰山低度浓香型产品的最大优势就是低而不淡,但这也是低度白酒生产的最大

难题。由于低度酒度数低,很容易产生口味淡、水味重、后味短等问题。为解决这些技术难题,泰山生力源成立了由国家级白酒评委牵头的攻关小组,做了大量研究工作:一是抓源头,采用优质“小窖”酒作基础酒,不断提高原酒品质;二是加强勾调技术的研究,解决了易水解、水味重等难题;三是加强对其他香型白酒如酱香、芝麻香等调味酒的研究和综合应用。通过以上研究,使低度泰山特曲形成了“窖香幽雅,诸味协调,醇和绵柔,回味悠长”的淡雅型鲁酒风格,并成为鲁酒的典型代表。

优异的品质加上强劲的市场表现,使泰山酒摘得了许多桂冠:1991年,39度泰山特曲获得第29届布鲁塞尔世界优质产品金奖;1992年,泰山特曲进入人民大会堂成为“国宴用酒”;2006年,泰山特曲荣膺“中国白酒十大竞争力品牌”,继而“泰山牌”白酒商标被认定为“中国驰名商标”;2007年,泰山特曲入选第六届“中国名酒”公示名单,并在山东首批获得纯粮固态发酵白酒标志;2010年,泰山特曲连续第八届获得“山东省消费者满意单位”称号;在历届苏鲁豫皖白酒峰会上,泰山特曲也连获金奖……

泥与发酵物的接触面积,从而使发酵更均匀,微生物的营养来源更充分,酿出的酒品质自然更胜一筹;二是一个“大”字,3000个窖池全部集中在3万平米的同一个车间内(该车间获大世界基尼斯之最),室内温度、湿度、酿酒微生物的种类和分布等生产环境十分接近,对产品质量起到了锦上添花的作用。白酒生产的理论和实践都证明,小窖泥池对淡雅浓香型白酒的生产最为适宜,尤其是在北方地区。因此,白酒权威专家沈怡方先生如此评价:

“泰山”小窖在全国是独一无二的,是名副其实的创新,“泰山特曲”是淡雅浓香型白酒的典型代表。

优势三:博大精深的泰山酒文化

泰山以博大的胸襟、厚重的文化被世人称为“五岳之首”、“五岳独尊”,被誉为“岳中之孔子”。泰山生力源集团就位于泰山之阳、汶水之滨,南临大汶口文化的发祥地。泰山的酒文化源远流长,大汶口文化遗址出土的酒器证明,在距今三四千年的大汶口文化时期就已经有了酿酒的历史。自秦始皇开始,历代帝王大都到泰山举行封禅大典,以祈求风调雨顺、国泰民安,据考证,当时的封禅用酒就取自泰山脚下的酿酒作坊,清乾隆皇帝更是12次登祭泰山,并把泰山酒钦定为宫廷御酒。

正是有了以上五大优势,泰山特曲才得以驰骋华南、华东、华北市场十余年,在酒潮起潮落的时候,才能够始终勇立潮头,并责无旁贷地担负起振兴鲁酒的重任。

优势四:科学完善的质保体系

“没有质量就没有市

场,没有市场就没有一切”。这是泰山生力源长期树立的质量价值观。目前,泰山生力源集团建立健全了六大质保体系——国际质量管理体系、完善计量检测体系、企业标准化体系、环境管理体系、食品安全管理体系和中食协的产品质量认证。其中,在计量检测方面,是山东省最早通过“C”标志的企业,并被评为“国家计量工作先进单位”;在标准化方面,2005年就被确认为“AAAA级国家标准化良好行为企业”,成为全国首批标准化水平达到最高级别的企业。科学完善的管理为泰山酒品质的提高提供了坚实的保证。

优势五:命运共同体的厂商合作。

无论面对的是拥有上亿资产的传统大客户经销商,还是分布在全国各地的县级代理商,我们的“态度”是一致,那就是在厂商合作过程中,我们始终把客户的利益放到第一位,让经销商真真正正的赚到钱。只有保障了经销商的利益,他们才会把“泰山”事业当成自己的事业。兄弟同心,其力断金。像兄弟一样,唱着歌卖酒,这是杭州新友商贸公司隋俊华董事长运作泰山酒15年来的心得体会,也是“泰山”营销的核心价值。

正是有了以上五大优势,泰山特曲才得以驰骋华南、华东、华北市场十余年,在酒潮起潮落的时候,才能够始终勇立潮头,并责无旁贷地担负起振兴鲁酒的重任。

优势二:独一无二的“小窖”工艺

泰山酒之所以能够在鲁

泰山如何能够畅销大江南北,创造这一奇迹的呢?马西元介绍说,这得益于泰山品牌所具有的五大独特优势,才成就了今天的“泰山现象”。

优势一:得天独厚的生态环境

泰山是世界自然与文化遗产,世界地质公园,也是世人公认的国家森林公园,特有的微生物群落给酿酒提供了得天独厚的生态环境。酿酒行业有一句话,叫作“水是酒之血”,可见名酒必有好水。泰山复杂独特的地质结构和400多种长年累月生长于此的药材植物,大量对人体有益的微量元素和

营养成分,经岩石层层过滤溶入龙潭水脉。正是神奇的泰山龙潭泉水为泰山酒“绵、甜、爽、净”的特点提供了天然的条件。

优势二:独一无二的“小窖”工艺

泰山酒之所以能够在鲁

泰山如何能够畅销大江南北,创造这一奇迹的呢?马西元介绍说,这得益于泰山品牌所具有的五大独特优势,才成就了今天的“泰山现象”。

优势一:得天独厚的生态环境

泰山是世界自然与文化遗产,世界地质公园,也是世人公认的国家森林公园,特有的微生物群落给酿酒提供了得天独厚的生态环境。酿酒行业有一句话,叫作“水是酒之血”,可见名酒必有好水。泰山复杂独特的地质结构和400多种长年累月生长于此的药材植物,大量对人体有益的微量元素和

走出山东是鲁酒振兴的必由之路

据马西元介绍,鲁酒历来在中国白酒中占有十分重要的位置,上世纪90年代曾盛极一时,红遍全国。然而,由于种种原因,最终难逃盛极而衰的命运。多年来,我们听到最多的词就是“振兴鲁酒”,然而十几年过去了,鲁酒仍旧走在艰难的振兴之路上。一个板块的振兴需要两个基本方面,一是政府的支持,二是企业的自强。去年,山东省出台了振兴鲁酒发展规划,并充分挖掘自身芝麻香的优势,联合中国酿酒工业协会和企业联合会召开了“中国芝麻香型白酒高峰论坛”,增强了鲁酒的核心价值,在业内引起了很好的反响,鲁酒也一度成为关注的焦点。我相信,随着今年“中国低度浓香白酒论坛”的召开,鲁酒的自身优势会被越来越多的业内人士和广大消费者所认识和接受,会给鲁酒企业的发展创造一个良好的外部环境。然而,一个板块的振兴,归根到底在于企业,如果企业不借势发力,乘势“突围”,如果只是把“振兴”二字放在口头上,而不去制定相应战略规划和路线图去逐步实施,振兴鲁酒只能是一种美好的愿望而已。

作为鲁酒大家庭的核心一员,振兴鲁酒,泰山生力源担负着更多的责任。近几年,“泰山”重点做了以下工作:

一是调整营销战略,拓展省内外市场。

2009年初,我们在“省内市场重点抓,省外市场抓重点”的基础上,提出了“巩固核心市场,提升省内市场,拓展全国市场”的营销战略转变,在巩固现有核心市场如浙江、广东、江苏、海南等市场的同事,把市场重心下移,以县级市场为突破口,全力提升省内市

场的份额,并发力全国市场。经过近两年的运作,成效显著,不到两年时间共成功开发省内外新市场近70个,使省内县级市场的覆盖率达到了80%以上,省外新市场涵盖河北、河南、江苏、安徽、上海等多个省市,尤其形成了以河北、河南为主的北方片区和以苏北、安徽为主的南方片区,使泰山生力源全国市场的开发实现了质的突破。

二是调整品牌战略,提升泰山品牌影响力。

品牌最终是为市场服务的。与营销战略相适应,我们提出了“核心市场提高忠诚度,省内市场提高美誉度,全国市场提高知名度”的品牌战略,并分别采取相应的措施,加大投入,扩大影响。2009年我们在央视二套投放广告,效果明显,之后在2010年我们进一步追加投入,在央视一套、十套投放广告,使泰山品牌的知名度有了很大提升,也直接促进了全国市场的有效突破。目前我们已经确定,在2011年将进一步追加主流媒体和市场的投入,为泰山品牌的全国化营造氛围。

三是调整产品结构,提高产品竞争力。

主要表现在三款芝麻香产品的打造上,即53度五岳独尊(1545)、42度五岳独尊(天尊)和39度五岳独尊(御尊)。在产品诉求上,我们结合泰山五岳独尊的文化特点,提出了“品泰山,容天下”的广告语,把泰山的博大精深、唯我独尊、文化包容和芝麻香的三种香型合一等众多因素都体现在一个“容”字上,提升了泰山五岳独尊的品牌高度,也实现了产品的差异化。

当然,除了以上几个调整外,在生产能力(新建两万吨灌装车间)、企业管理、企业文化、产业结构等方面我们都夯实基础,提升运作水平,提高综合竞争力。

对于未来的发展前景,马西元有着自己的判断,他认为,未来5年—10年,白酒产业仍将实现良性发展,最突出的表现不是“量”,而是“质”,品牌集中度会越来越高,产业整合的步子也会加快。对鲁酒来说,是机遇,更是挑战,我们期望鲁酒能够尽快突破发展的瓶颈,整合资源,眼光向外,在三到五家龙头企业的带领下,实现突围,使鲁酒板块保持强劲发展。对于泰山生力源来说,我们将做鲁酒突围的前锋,引领鲁酒企业走上更高的竞争层面,实现鲁酒振兴。



泰山生力源两万吨白酒灌装车间于今年6月28日建成使用,该车间投资五千余万元,占地面积三万平方米,集勾调、灌装、仓储、物流于一体。