



一品景芝，凭什么“创领中国芝麻香”？

在研究白酒过程中，我们发现，无论是价格、概念还是营销理论，都不过是高档白酒华丽的外表。相反，真正让高档酒立于不败之地的是“历史厚重感”与“独特卓越的品质个性”，这两个因素最终演化成为一种不变的产品基因——即只有独特的口感风味，才能让消费者易于识别并形成强烈印象，也是就我们常说的“食品记忆”。这就是高端白酒区别于一般白酒的根本差异。

香型最能体现白酒的“品质个性”，长期以来，“浓香”、“酱香”、“清香”因为在各自领域中，形成的独特的酒体风格、市场占有率和品牌号召力成为三大主流香型。如果说“茅台”是酱香型的代表，“五粮液”或“泸州老窖”是浓香型的代表，汾酒是清香型的代表，那么，以创新型“芝麻香”当前的企业数量、地域布局、全国影响力和市场发展势头看，正成为潜力巨大的“次主流”香型，仅次于前三大香型。正像大多数业界人士预测的一样：“芝麻香”正以势不可挡之潜力，跻身中国白酒“第四香”，2010年以后，中国白酒的竞争格局将是“四香分天下”……。

□孙延元

舍我其谁，三股力量“创领中国芝麻香”

众所周知，千百年以来，但凡历史悠久的著名白酒品牌，都有着独特而神秘的“地理生态”和“人文生态”。中国近代工业微生物学奠基人陈陶声先生曾充满自信地说：“如果谁能把白酒的微生物研究透了，他能拿诺贝尔奖”。

作为千年酿酒古镇——山东景芝镇，因为盛产芝麻香型白酒而名扬四海，该香型被称为“建国以来中国白酒界两大创新香型之一”。座落该镇的酒厂——山东景芝酒业股份

有限公司，因为50年前发现了“芝麻香”而声名愈隆，成为白酒界关注的风水宝地。近年来，又因为借助新闻媒体等各种资源，声势浩大地引领了一场“芝麻香运动”而快速崛起，该企业倾力打造的“一品景芝”响亮喊出了“创领中国芝麻香”的口号。

山东“景芝”凭什么“创领中国芝麻香”，有什么独特优势？仔细研究发现，三股不可复制的“力量”成就了“一品景芝”中国芝麻型白酒的领导风采。

地缘力——

“离开景芝镇酿不出纯正芝麻香酒”

山东景芝镇被誉为“千年古镇”，也是山东“三大古镇”之一，环境独特，历史悠久，悠久的酿酒史由此可追溯到“新石器时代”。1957年，山东省文物考古队在景芝镇发掘出土了大汶口文化时期的一系列酿酒器具，最具代表性的蛋壳黑陶高柄酒杯，技艺精湛，华美绝伦，现收藏于中国国家博物馆，这些深厚的历史文化是不可复制的，为“景芝”的未来注入了深刻内涵和不可复制的价值。

数千年的酿酒文化，培养出了“景芝”一代又一代的酿酒传人。这里的人们非常朴实，世代靠酿酒而息，景芝的全部意识形态也是因酿酒而形成的，乾隆皇帝曾一度下令禁酒，但因景芝酒好而允准生产，这从侧面也反映出当时景芝酿酒业的发达和独特的地位。

从地理位置上讲，景芝镇是整个山东半岛上凹进去的一块，西边是丘陵，东边是山区，中间是肥沃的沼泽平原，渤海与黄海的季风交叉吹过，使这里呈现出典型的半岛湿润性气候特征，而冬无严

寒、夏无酷暑的自然环境，有益于酿酒微生物群的繁殖，成为丰富白酒香气成分、提升酒质的天然“屏障”。

景芝镇处于潍河、潞河、渠河三河并流地带，镇北约两华里的地方即为中国第一人工湖——峡山水库。常言说：名酒产地，必有佳泉，景芝酒厂院内有一口历史悠久的“松下古井”，井水清冽甘芳，当地盛传“三产灵芝真宝地，松下古井见酒泉”和“景芝水含三分酒”的说法。

应该说，景芝镇特有的地域、气候、原料、水质等诸多因素成就了芝麻香型白酒的生存土壤和独特的酒体风格。

1957年，景芝酒厂在“景芝酒”中意外发现了“芝麻香因子”。

这年春天，山东省轻工厅主管白酒的著名酿酒专家于树民到景芝酒业进行技术指导，在酿酒车间品味珍藏多年景芝原酒时，无意中品出一股淡淡的芝麻香味，初品芝麻香较浓，又品似乎没有了，再品芝麻香又回来了，这在全国的白酒中还是第一

次发现芝麻香。专家认为，“景芝酒”是融合当地地质、水质、气候等自然条件以及特有的微生物菌种，凭独特的酿造工艺，形成的一种独有的芝麻香因子。从1980年代起，景酒人和全国的各种科研机构合作，从生产工艺、微生物菌群、原酒储存、特征成分剖析等方面入手，对芝麻香作了大量深入研究，分析出了产生芝麻香的主要成分，掌握了酒类发酵、蒸馏、贮存过程中香味成分的变化规律，成功地找到了芝麻香生产工艺。

1985年，景芝酒厂芝麻香科研成果评鉴会，时任贵州茅台酒厂的总工程师季克良应邀出席，季克良为景芝攻克了芝麻香难关十分高兴，一口一个“难得”！当场挥毫题写了“芝麻香有了”五个大字。

经过50年的研究和实践，至2006年在全国成功首创了芝麻香型白酒——一品景芝，2007年受中国标准化中心的重托，公司

为主制定了“芝麻香型白酒国家标准”。2008年7月1日被国家质检总局批准公布一品景芝为“国家地理标志保护产品”，国家标准样品技术委员会酒类分技术委员会秘书长杨明认为，“一品景芝所以成为中国芝麻香型白酒代表和地理标志产品，关键在于他们独特的地理生态环境和科研优势，‘同一种工艺、同一种做法，离开景芝其地酿酒，酒味大有逊色’就是这个道理。”

无疑，景芝酒业的“一品景芝”是中国芝麻香的鼻祖，这一观点得到茅台集团董事长季克良的赞同，2009年9月11日，茅台集团董事长季克良再次专程来到了景芝酒业考察，并亲笔题词“一品景芝，芝麻香鼻祖”。可以说，景芝镇与茅台镇在中国博大精深的酿酒文化史上有异曲同工之处，所以，根据民间一直流传着离开茅台镇就产不出纯正的茅台酒之说，同理：“离开景芝镇酿不出纯正芝麻香”。



南校场酒坊遗址

产品力——

独特工艺品质，雄厚科研实力

“一品景芝”之所以有独特而高贵的个性品质，与其酿造工艺有直接关系。

“清蒸续楂、泥底砖窖、大麸结合、多微共酵、三高一长”，是景芝独特的酿酒工艺和历史传承。这独特的酿酒工艺成就了景芝芝麻香型白酒幽雅、高贵的风格特征，决定了景芝芝麻香的珍稀个性，成就了芝麻香走向高端的一个突破。

建厂60年以来，“景芝”站在祖先几千年酿酒技艺的肩膀上，酿造技艺在不懈的探索中日臻完美，借鉴浓、清、酱三大香型白酒工艺之精华，结合白酒香味剖析和微生物成果应用，经过科学研究，创新出独特的芝麻香型白酒生产工艺，一道道科学而缜密的工序，确保了酿出的“一品景芝”酒“色、香、味、格”等、具有丰富的芝麻酒特点。

“一品景芝”尤其在温度20℃时饮用，其芝麻香味典型性更加突出，这就是有别于其他高端白酒的关键所在。加上它酒体里含有比其他酒还多的有益于人体的微量元素，

把白酒消费提高到了细腻、高雅、健康的享受层次。“一品景芝”的窖藏时间要在5年以上，风味才能稳定，所以成品量更加稀少，景芝酒厂生产的芝麻香酒的珍贵稀缺可见一斑。

除了上天赐予的“芝麻香基因”，一直以来，“景芝”雄厚的科研实力在全国酿酒业也是有目共睹的。

目前，景芝酒厂成立了全国一流的技术中心、储配中心、科研中心等机构，引进了国际一流的检测设备，从技术内涵上武装自己。而山东省科技厅批准的山东省芝麻香白酒发酵工程技术研究中心落户景芝酒业，这为研究开发此品牌提供了强大的技术支撑，形成了酿造、储配、勾兑等严密的出品程序，并对生产的各个环节严格把关，确保消费者喝到的每一杯芝麻香酒都能“诸味协调，恰到好处”，体现出“景芝”的独特品质。近几年来，景芝酒业加快芝麻香酿造生产设施改造和科研步伐，已成为全国最大的芝麻香型白酒酿造基地。



芝麻香白酒国家标准



芝麻香鼻祖

营销力——

打造品牌价值，创领香型崛起

白酒发展历史一再证明，能不能成为大品牌，不能成为香型的创领者，不是专家说了算，而是市场和消费者说了算。

“环境独特、资源稀缺，工艺复杂，成品有限，高贵幽雅，绿色健康”——当芝麻香型白酒的这一产品特色及市场逻辑成立，并长期传播给消费者时，人们对芝麻香型白酒便形成了一定的心理，及思维定式，随着人们生活水平的提高，“芝麻香热”自然风生水起。在这种时代大背景和消费趋势下，谁抓住了行业本质，快速出击，谁将赢得市场。

不言而喻，目前，众多“稀缺性资源”决定了景芝产品的价值趋向——高端潜力股。研究认为，“一品景芝”的品牌特性应该是：1、历史是基础；2、个性是灵魂；3、品质是保障；4、高端是形象；那么，如何让以上这些资源转化为品牌力，最终走向市场，创造出经济效益和社会价值，并跻身名酒阵营前列？

梳理近10年来成功的高端品牌，“茅台”、“五粮液”、“水井坊”、“国窖1573”等都在“厚重历史传承”与“品质个性诉求”两大传播点上使足了功夫，同时在商业模式、价格制定等经营上更是智慧超前。

2009年以来，景芝酒业市场业绩实现了翻倍快速增长的大好势头，其品牌战略定位和高水平的市场营销力，令业界刮目相看。目前，芝麻香型白酒占全国白酒总产量不足0.1%，而景芝酒业芝麻香型酒占全国芝麻香型酒总产量的95%以上。

目前，“景芝”正成为山东省各级政府和消费者的香饽饽，成为振兴鲁酒的最佳“种子企业”。2009年9月12日，山东举办了以副省长挂帅的“中国香·芝麻香”为主题的“中国芝麻香型白酒发展论坛”。景芝被授予“芝麻香型白酒领军企业”，茅台董事长季克良亲自前来祝贺，并发表热情洋溢的讲话，语重心长道出了与景芝酒业25年的前世今缘。会后，景芝酒业董事长

刘全平成为媒体记者追逐的对象，大众日报、齐鲁晚报、山东电视台、消费日报、《东方酒业》、潍坊电视台、淄博广播电台等纷纷采访，媒体记者对“景芝”将“领军中国芝麻香”的话题无不充满探寻和期待的目光。

2010年，“景芝”品牌战略再次升级，进军中央电视台，打出“一品景芝，创领中国芝麻香”的口号，吹响进军全国市场的号角。大思路，大品牌、大传播，必将产生大格局，其雄心可见一斑。

2010年8月25日，“第二届中国新名酒战略高峰论坛”在广州隆重召开，期间，刘全平董事长接受全国各媒体采访时透露了“景芝”未来发展的“三步走规划”。

第一步是继续强化和巩固本省根据地市场；第二步进军国际市场；第三步在全国市场上占位。前两步已经实施，未来三年将考虑全国性市场，积极做好前瞻性的准备。目前“景芝”的出口前景也比较乐观，在东南亚等华人比较集中的国家和地区很受欢迎，广东是景芝酒未来重要的目标市场之一，正在做市场开拓的前期工作。

战略思想统一化、品牌定位清晰化、营销队伍专业化、企业管理系统化，“景芝”正象一块磁铁吸引着众多的经销商前来加盟，市场业绩突飞猛进，越来越成为业内人士关注的焦点。

创领中国芝麻香，“景芝”志在必得。

“景芝”的崛起是紧紧抓住并撬动了“白酒行业本质”，在“地缘基因、芝麻香品质、和谐团队”三股内力上挖掘创新，优化组合，以热情洋溢的进取精神“高空做品牌，落地做营销”，精心打造区域样板市场，科学规划全国战略市场，步步为营，走向了成功。

大潮涌动，势不可挡。我们相信，素有“芝麻香鼻祖”的景芝无疑很有资格“搅局”中国白酒产业，并最终影响、推动和改变白酒香型的竞争格局。

让我们为未来“百亿景芝”和“百年景芝”的光荣梦想而真心喝彩！