齐鲁酒水

主办:山东省轻工业协会 齐鲁晚报

协办:景阳冈酒业 孔府家 天地缘 百脉泉酒业 古贝春 兰陵酒业 趵突泉酿酒有限公司 花冠酒业 扳倒井 泰山酒业 景芝酒业

糖酒会上,“羊和狼”都来了

记 者 李克新 王 丛
实习生 汪思兴 计 鹏

2011山东秋季糖酒会近日在美丽的潍城隆重召开,来自全国的酒界大佬和各层次经销商汇集一堂,上演了一场“羊和狼”群舞的盛宴。

在这场盛宴上,东道主鲁酒的新品战略,显示出由羊向狼进化的积极一面;以黑土地为代表的东北酒,则成为山东低档酒的主力;中国名酒则在山东出手中档市场,“自降身份”由狼变成羊。中国白酒第一大市场,正在演绎一场格局上的新版“射雕英雄传”。

鲁酒出新品,欣慰!

每年两届的山东省糖酒会,历来是鲁酒的舞台。在鲁酒整体上台阶的时代,省会更是被鲁酒“包了”。整个展会的VIP展位,90%被鲁酒企业所包用。东道主景芝酒业和青州云门酒业,把持了整个会场入口的展位。鲁酒八大家族扳倒井、泰山酒业、趵突泉、兰陵酒业、花冠酒业、孔府家酒业、古贝春、百脉泉酒业等,每家展位都成为秋季展的样板工程。

除了展位上的当仁不让,鲁酒企业在本次展会上集中推出新品,则成了整个展会的最大看点。景芝酒业则在原来千元芝麻香基础上,推出了33°、34°、38°、39°四款“淡雅芝香”一品景芝,四款新品定价从100元到400元之间,成为芝麻香走向大众化的典型代表作。

作为高端芝麻香的代表品牌,中国国井在本届糖酒会上针对省外市场推出了七款中高端新产品,受到了广大经销商的青睐,近年来,扳倒井通过品牌再造和品牌升级,打造国井中国高端芝麻香,中国国井在高端市场有了很好的表现,受到了广大经销商和社会各界的广泛关注,也使鲁酒加快了进军全国高端市场的步伐。“鲁酒要走出山东,单靠芝麻香还不够,还要有一个能够在全国叫得响的品牌,至少是有希望在全国叫响的品牌。”扳倒井副总经理张辉表示。

扳倒井和景芝在芝麻香上下功夫,花冠酒业则在浓香型上开始丰满产品线。在推出花之冠(金冠)备受市场追捧后,在本届糖酒会上推出了下档产品花之冠(银冠),“银冠外装设计更上一层楼,在市场上与金冠成为很好的交叉,前景值得期待。”花冠酒业副总经理郑海峰告诉记者。

被誉为有着国酒基因的泰山酒业和兰陵酒业,已经有针对性地开始推出全国性新品。“这是面向全国市场推出的九朝陈香,浓香型分金奖级和鉴赏级,价位在二三百,以商务酒为主,加上芝麻香型,已经有四五个品种了。兰陵王和兰陵陈香还是本地的主力品种。”兰陵集团副总经理尹辉如此解读。泰山酒业总经理张铭新则成立了一家新公司,全面单独运营全国新品泰山五岳独尊,定位中档商务用酒,迅速在全国铺货,这是张铭新最近的核心任务。

借势,意味着借力。正在全国热播的《水浒》,豪迈的武松“三碗不过岗”,群英聚会豪饮景阳冈,景阳冈酒业除了紧跟《水浒》热点外,在本届糖酒会上推出了“景阳冈-三碗不过岗”新品,“《水浒》播到哪里,三碗不过岗热销到哪里。”公司副总经理刘进文现场指挥订货。借势“金榜题名,涌泉相报”大型高考学子赠酒活动,百脉泉酒业推出了9年和12年百脉泉生态原浆酒,成为山东市场热销品种。

点评:与中国名酒相比,鲁酒历来被称为白酒市场上的“羊”,除了喜羊羊,一般的羊是对付不了狼的。在本届糖酒会上,我们看到了鲁酒这只“羊”开始进化了,多少有点“狼”的气魄了。鲁酒这些年的共同提升有目共睹。随着鲁酒芝麻香的隆重推出,鲁酒结束了没有高端白酒的历史。但一个不争的事实是,鲁酒因为曾经是“羊”,因为没有品牌支撑,原有的系列酒大多是中低档的,几十元一瓶算高的。在推出几千元的高端芝麻香酒之后,下面直接对接的几十元的中低端大众酒,缺少强有力的中端商务酒。令人可喜的是,此次糖酒会上,鲁酒领军企业,纷纷推出了以创新为主的中端商务酒,让鲁酒体系更加丰满起来,这一点,值得欣慰!

东北酒“进村”,挺猛!

“这瓶酒市场上卖6元,加上盒子包装一下,能卖12元。量很大,农村的不能天天喝好酒吧。如果你想卖我们的酒,你定瓶子、包装,甚至品牌名称,我们给你生产,利润都算你的。”同样在一楼大厅驻扎在鲁酒展厅中的正通小烧酒业务经理,积极向记者推荐自家的酒。“喝小烧,够朋友。这是我们宣传语,就是6元的酒,利润怎么也得保障您有50%以上。”

同样来自东北的龙江家园,打着爽朗型白酒的旗帜,也是走农村市场的路子。记者注意到,与往届糖酒会相比,糖酒会的老客户黑土地、老村长等东北酒代表作品,并没有在糖酒会上过多展示自己。

“糖酒会本身是高端品牌展示的场所,东北酒大多都农村路线,以低价格、酒精酒为主,除非真要在全省招商,否则没有必要在这个大舞台上展示自己。他们的品牌与这个大舞台不太相称。虽然不在糖酒会上吆喝,但东北酒在农村市场做的挺猛。”组委会一位负责人告诉记者。

点评:与前几届相比,此次糖酒会上,东北酒有迅速退潮的感觉。除了上述人士所说的品牌不匹配外,恐怕还另有隐情。“4.5升,52°,20元一桶。”这就是糖酒会上的事实。应该说,东北酒在山东农村市场销量挺大,为何?鲁酒在提升,一个重要的标示就是提升单瓶酒的均价。“不卖个位数酒也罢,只赚吆喝不赚钱。”鲁酒一家负责人如此说。

名酒下探,迈出第二步

皇帝的女儿不愁嫁,这只能针对国酒茅台、五粮液的正宗们所说。但对旗下的子孙品牌,则没有那么幸运,面对咄咄逼人的鲁酒,他们也在不惜一切打拼中。

秋季糖酒会上,茅台派来了旗下的习酒厂和水立方、名将等子孙品牌前来演戏。五粮液则只有几家代理商在摆摊。而上阵比较猛的则是泸州老窖、洋河、沱牌等厂家。泸州老窖这次推出了一款世纪荣耀的新品,也是走单独事业部形式运作,首次在山东招商,在糖酒会上还自己组织了论坛,其98元—400元的定价,剑指鲁酒中档商务酒。正品五粮液带的稀缺,也给前面加定语的五粮液腾出了市场空间,会上“真藏五粮液”亮出了高于五粮液的单瓶价,消费者能否接受,还要市场验证。

记者现场调查发现,名酒拓展市场,在山东开始迈出第二步,名酒开始在山东抢占几十元的大众酒市场,部分厂家甚至还开卖个位数酒。

在贵州茅台酒厂集团技术开发公司专柜,一瓶外形极其相似的茅台家常酒,出厂价只有22元。

“不会这么便宜吧?”面对记者的疑惑,销售经理解释道:“没错,还是52°的,是浓香型的,给你们经销商就是22元。”“茅台应该是酱香的,有酱香的吗?”“有,这里,这是茅台镇产的赖茅酒,53°酱香的,出厂价30元一瓶,量大还便宜。”“你们是茅台酒厂的,怎么还卖茅台镇的酒,这奇怪。”记者嘟囔道。“没啥奇怪的,只要赚钱,卖啥不一样。”这位销售经理见怪不怪。

随后的调查更让记者吃惊:在泸州老窖酒厂专区,泸州红高粱主攻农村市场,单瓶价从7元起步,还有11元、15元不等的价位;即使专供酒店的泸州老白干,单瓶价格也就20元。“两种酒是一样的,主要为了区分商超和酒店两个渠道而已。”业务员一点不掩盖。沱牌酒的业务员更直接,“光腚的(无包装盒)一瓶6元,加上盒子12元,你要哪种都行。”

点评:名酒自然有名酒的道。除了国酒不愁嫁,即使这两大集团,还面临一个每年上调的经营指标问题,于是名酒家族中会平添出一个又一个连自己都认不过来的子孙品牌。名酒下探,迈出第二步,鲁酒应该有新招。

◓延伸阅读

板桥来了

糖酒会上,穿过山东“八大名酒”的展位,一个淡绿色的展位十分醒目——山东板桥酒业。“这可是很多年都没有见到板桥的身影了。”一位在现场找项目的经销商感叹道。

板桥来了,带着“板桥酒坊”系列、“和顺板桥”系列、板桥老窖几个产品大有卷土重来之势。板桥来了,从6月13日板桥新产品下线到8月13日山东省糖酒会开幕,正好两个月的时间。板桥来了,随着景芝酒业一期注入资金5000万到位,板桥酒业已经步入良性循环。而板桥未来发展如何还得拭目以待。

赖茅走了

记得在今年春季山东省糖酒会上,“赖世刚”、“赖世家”、还有一个自称在“315网站上能查到的赖茅”,诸多赖茅让消费者和经销商看花了眼。在这次秋季会上,记者看到只有一家赖茅在招商。同时,在一家名为“贵州茅台酒厂集团技术开发公司”的展位上,也仅有一款赖茅在招商。“连‘茅台酒厂’的展位都开始卖赖茅了,这不是笑话吗?”一位参展商笑言。可见,赖茅如此之“赖”,面对鲁酒振兴也该走了。

◓行业新闻

阿胶传承人秦玉峰荣膺十大教导型企业家

在近日举行的第七届中国企业教育百强年度盛典上,东阿阿胶有限公司及总经理秦玉峰分别当选“中国企业教育百强先进单位”及“中国十大教导型企业家”,成为本届年度盛典的大赢家。

秦玉峰力主将员工个人职业成长纳入公司发展规划,多年来一直在公司内部推广培训机制。秦玉峰作为国家级非物质文化遗产东阿阿胶炼制技艺的代表性传承人,这让他同时也成为传统阿胶制作技艺的导师。为了做好这个导师,秦玉峰在百忙之余还亲自授徒,与徒弟研习技艺。当下的秦玉峰,已经能把秦老师的身份演绎得有声有色。

CASTEL首发在华品牌战略

8月16日上午,欧洲第一大葡萄酒企业法国卡斯特兄弟简化股份公司(CASTEL FRERES SAS)在上海外滩华尔道夫酒店举办盛大启动仪式,宣布旗下酒庄酒产品2011年度中国市场巡回品鉴会正式启动。在未来四个月,CASTEL决定在中国26个城市巡回举办酒庄酒专题品鉴会。

在启动仪式上,CASTEL上海代表处中国区总经理毕杜维先生(Xavier PIGNEL-DUPONT)把CASTEL进入中国市场13年来的品牌营销历史划分为品牌联合、自有品牌体系建立和旗下产品品牌的持续扩张三个阶段。“高品质葡萄酒生活鉴证者”是CASTEL第三阶段的品牌营销目标。为此,CASTEL将继续保持并扩大在中国进口葡萄酒市场上的商业领先优势,进一步加大品牌营销和品牌传播的力度,使CASTEL品牌成为中国消费者鉴赏高品质葡萄酒的重要参照物。为了促成品牌目标的实现,CASTEL未来工作的重心是完善CASTEL品牌体系布局,扩大在中国销售的法国葡萄酒的品种、产地和规格体系,对CASTEL品牌进行整合推广,促进中法葡萄酒文化的进一步沟通与交流。

“高端检测”护航趵突泉名酒品质

济南趵突泉酿酒有限责任公司
赵书学 贾禄娟

食品安全是关系国计民生的大事,国家正对各行各业进行食品安全大检查,各种关乎食品安全的政策法规也相继出台。酿酒行业相对于其他行业来说发生食品安全问题的概率较小,因为其上游产业链较短,安全程度相对较高,但对于酿酒企业来说,把产品安全放在至关重要的位置始终是企业的责任所在。

近日,济南趵突泉酿酒有限责任公司又从美国引进三套国际顶尖的检测设备—高效液相色谱仪、气相质谱仪和原子吸收光谱仪,这三套设备正是为了进一步提高检测能力,保证白酒质量安全而投入使用的国际一流的检测仪器。其中高效液相色谱仪主要用于检测白酒中的甜味剂,灵敏度更高,检测更准确快捷;气相质谱仪也称气质联用色谱仪,主要用来检测酿酒原材料中的农药残留,如有机磷、有机氯、氨基甲酸酯类,因而可以做到从源头避免酿酒过程中出现的不安全因素;根据国家食品卫生标准,铅、汞、砷、锰四种金属离子的含量都有明确的限量规定,一般的检测仪器只能检测铅、锰两种元素,且传统的检测方法危险性大,数据准确率也不高,而原子吸收光谱仪可以快速准确地检测出铅、汞、砷、锰四种金属离子的含量,准确率更高,检测结果更具权威性,从根本上保证产品符合国家食品卫生标准。

好产品需要科学技术做支撑,食品安全也需要高端检测设备、检测技术做保障。济南趵突泉酿酒有限责任公司董事长邢介平说:“我们会不惜一切代价引进顶尖的检测设备,保障我们的产品绝对安全,这是的企业使命。”

公司引进的这三套设备,一方面进一步提升了检测能力,保障产品质量安全,另一方面,该设备还有先进的科研能力,如气相质谱仪可以检测几百种的微量元素,已经超越了国际标准,使检测结果更精细,同时可进行微生物代谢成分分析研究,公司作为全国白酒标准化技术委员会芝麻香型白酒分技术委员会秘书处承担单位,为下一步芝麻香型白酒标准的制定和香味成型的研究奠定基础。

芝麻香进入科技时代

一直在中国名酒圈子外转悠的鲁酒,却迎来了中国白酒行业最高档次的科技盛宴。由中国酿酒工业协会主办的“中国芝麻香型白酒科学技术大会”,11日上午在济南举行,这是中国白酒行业继“酱、浓、清”三大香型之后,推动实施的规格最高、起点最高的又一个国家级“香型科技战略”重大举措。

过去三十年,鲁酒跌宕起伏,但最终因为无缘中国名酒榜单,至今还在一线品牌之外徘徊。“山东没有自己的代表品牌,没有在全国叫得响的品牌,这是制约鲁酒挺进全国、健康发展的瓶颈。”省轻工业协会会长李伟鸣如此说。

芝麻香让鲁酒墙里开花,里外香。山东省是酿酒大省,芝麻香型白酒的诞生,是鲁酒发展史上的一个里程碑,结束了鲁酒无自己代表香型的历史,成为建国后中国白酒界仅有的两个创新香型之一,也是鲁酒唯一创新香型。“芝麻香”又是建国以来由当代专家和企业技术人员在“浓、清、酱”三大香型之外,全新发现、全新研创并最终得以确立的一个独具魅力的白酒香型,既有清香型白酒的清净典雅,又有浓香型白酒的绵柔丰满,还有酱香型白酒的幽雅细腻。

8月11日上午,由中国酿酒工业协会主办,山东省轻工业协会、山东省白酒工业协会、山东景芝酒业股份有限公司协办的“中国芝麻香型白酒科学技术表彰暨中国芝麻香型白酒研究院成立大会”在济南山东大厦隆重举行。会议对全国芝麻香型白酒科技进步做出突出贡献的五位专家进行了表彰和奖励。

令人瞩目的是中国芝麻香型白酒研究院的成立。作为中国酿酒工业协会内设机构,研究院设在景芝酒业。中酿协理事长王延才亲自任院长,中国著名酿酒专家季克良、沈怡方、高月明等任院士。“成立全国最高规格、最高技术的水平“中国芝麻香型白酒研究院”,旨在汇聚中国白酒业内的著名专家、芝麻香生产企业进行深入研究,推动“芝麻香”的技术水平、研发能力、产业升级和行业进步,做到资源共享,优势互补,做强做大中国芝麻香白酒产业,为中国白酒未来的“香型科技”研究做出突出贡献。”刚刚上任的院长王延才表示。

“起源于景芝的芝麻香,已经成为中国白酒高贵品质的代表。研究院的成立,意味着芝麻香进入了科研时代,也意味着鲁酒首次进入国家级‘香型科技战略’。景芝将以此为契机,扛起鲁酒第一高端大旗,担当起鲁酒振兴的历史使命。”景芝酒业董事长刘全平表示。 (曹天河)

深股(000421-000821)
个股简评 仅供参考
个股数据资料来源于
山东神光启明星Level-2