

导读

- T02 言论: 突破
秋季糖酒会时间表
鲁酒沈阳宣言
- T04 鲁酒进军东北市场
全国糖酒会变阵
- T06 鲁酒知名企业之泰山酒业
- T07 鲁酒知名企业之花冠
鲁酒知名企业之古贝春
- T09 鲁酒知名企业之趵突泉
鲁酒知名企业之天地缘
- T11 白金酒礼行成功奥秘
- T13 鲁酒知名企业之景阳冈
知名经销商 宝真酒业
- T14 山东消费者喜爱名酒品牌简介(外省)

鲁酒振兴的神兵利器: 芝麻香+大品牌

——领军者扳倒井举旗“国井芝麻香”图划全国

为何是芝麻香?

鲁酒产区的根在这里

近年来,四川提出“打造中国白酒金三角,建设千亿元产业”;贵州也提出要实现“未来十年中国白酒看贵州”的奋斗目标;鲁酒怎么办?

“要借此机会实现鲁酒振兴,第一要务是要继续深耕鲁酒产区概念,有了白酒产区基础的支撑,鲁酒才会在未来做大做强。”山东扳倒井集团董事长赵纪文如此说。

四川是一个大产区,贵州是一个大产区,鲁酒要实现昔日的辉煌,必须打造同川酒、黔酒一样的产区概念。鲁酒也有能力打造中国白酒第三极,这并不是盲目的自信,山东白酒产业有着雄厚的基础,鲁酒的总产量曾经十几年领先,十几年都是全国第一,现在也是第二名,第三名离着鲁酒有着很大的差距。

“扳倒井的成功,主要得益于十余年来我们坚持鲁酒特色,在鲁酒这块地盘上作文章,要形成真正的白酒产区概念,只有产量是不够的,必须要有自己的个性。”扳倒井集团副总经理这样认为,鲁酒需要打造产区概念,基础是做好芝麻香,如同浓香之于川酒,酱香之于黔酒一样其他区域无法比拟的特色,对鲁酒来说,芝麻香型白酒正是打造鲁酒

十几年一个轮回,鲁酒经历了曲折的九十年代末,经过十多年的励兵秣马,而今又站在了一个全面提高的新起点上。鲁酒将何去何从?面对未来,人们自然将目光再次聚焦鲁酒振兴的领军企业:山东扳倒井集团。

当此关键时期,笔者来到扳倒井集团,采访中发现,他们依旧是坚持深耕“鲁酒产区”概念,靠芝麻香研发和国井品牌再造,谋求全国高端市场的全面突破。

产区概念的基础,是真正的、不可复制的地域特色,鲁酒要发展前提就是要将芝麻香做好、做强,应当致力于形成鲁酒芝麻香产区的概念,进而上升到“中国香”的高度去看待。

山东扳倒井集团与中国食品发酵工业研究院、山东省食品发酵工业研究设计院合作,成立首家中国芝麻香白酒研究院,就是打造一个中国芝麻香的最好智力平台,形成科研优势,最终目标是做大做强鲁酒芝麻香。

为何要品牌再造?

好的鲁酒让全国闻名

“产区的形成只是第一步,其次要拉动提高整个产区的品牌层次,要在全中国的消费者心中形成一个山东产好酒、产高端酒的形象。”赵纪文开始谋篇布局。

产区的概念当中一定要形成优势品牌,而且是全国性优势的品牌,芝麻香一定要跟一个高端品牌绑在一起,只有这样,才能在高端突破,形成整体优势,经

过多年蓄力,鲁酒的质量再造已经完成,但品牌基因却没有完善,鲁酒虽然有很多品牌,但具备全国化基因的品牌却不多,没有一个真正意义上的“技之全国皆知”的高端品牌,这严重制约着鲁酒的全局发力。

所以打造具有全国化基因,如茅台、五粮液这种放之四海而皆知的高端品牌对于提升鲁酒整体形象,提高鲁酒影响力,实现鲁酒的全国化发展有着至关重要的作用,如此才有利于芝麻香的发展,有利于这个品牌的发展,包括产区概念的发展。

“国井”品牌的推出正是肩负着“扳倒井”品牌再造的重任,打造具有全国影响力的高端品牌,经过测试,证明“国井”这个品牌具有全国基因,对于扳倒井全国化品牌营销提供了新的动力。

为何要有领军者?

产业集群需要领袖

实践证明,一个产业集群

中,需要领军者领路,不管是苏酒还是皖酒,省级酒厂的群起离不开洋河、高炉家等领头羊的带动,鲁酒要想真正重新崛起,还需要有一个集群的概念,要有如洋河提升苏酒一样的领头羊,一个产区应该形成两到三家比较领先的企业,前面两家竞争比较激烈,第三家可能和前面两家较大一些差距,下面一家做一些补充,形成一个行业,一个产业的竞争规律,也就是自然形成的格局。

山东扳倒井股份有限公司拥有中国第一品酒师、中国唯一的井窖工艺、大世界基尼斯之最酿酒车间等三项中国第一,近年来,企业坚持可持续发展战略,重视人才队伍建设和科技创新,形成了包括全国技术能手、国家级评酒员、中国白酒酿造科技专家、山东省首席技师等在内的全国一流白酒酿造团队;2009年,总工程师张继国获国务院特殊津贴,成为鲁酒第一人,扳倒井技术中心现为省级企业技术中心、中国白酒复粮芝麻香研究基地;同时重视品牌建设,把“国井”品牌打造成高端品牌,国内一流的研发团队、全国最大纯粮固态发酵酿酒车间提供产能优势,与第十一届全运会开展战略合作的品牌优势,品牌再造和产品风格创新的成功,成就了国井第一高端芝麻香品牌。

扳倒井曾荣获“国家地理标志保护产品”、“中华老字号”、“山东省质量管理奖”、“中国驰名商标”、“中国食品工业质量效益奖”、“中国白酒

质量优秀产品”、“中国历史文化名酒”等多项荣誉,经过多年蓄力,扳倒井已成长为鲁酒当之无愧的领导者。

要振兴鲁酒,让鲁酒走向全国,还需要政府和行业协会引导,提出一个概念性的东西,比如四川提出的“打造白酒金三角”,提出一个非常好的、具有影响力概念,一方面是提前在行业内造势,另一方面能够把省内这些品牌的眼光拉到全国市场,而不是仅局限在省内市场的竞争,鲁酒企业要借助政府的力量,同时提升自己的战略眼光与操盘能力,振兴鲁酒,政府还得再出把力,企业自己更得努力。

经过国井扳倒井长期不懈的努力,发源于齐国故地、成熟于国井扳倒井集团的芝麻香白酒研发技术,得到了国家有关部委和科研机构的认可,开始上升为国家科技战略。

任何一个全国性品牌名酒,都实现了品牌再造,包括茅台、五粮液、郎酒、泸州老窖等,因此,扳倒井在完成全省布局之后,将改变前几年扳倒井的成长主要靠营销的作用,未来要把品牌的潜能逐步发挥出来完成“十二五”目标,在省内市场,营销和品牌要同时发力;而在省外市场,则要进行品牌再造,挖掘品牌的历史渊源,高青作为齐国古都、齐鲁文明的重要发源地,竖起齐文化的大旗,把齐文化和酒文化结合,才能更好的延续“国井”的文化基因,更好的完成全国市场布局。