

导读

- | | |
|-----|--|
| T02 | 言论：突破
秋季糖酒会时间表 |
| T04 | 鲁酒进军东北市场 |
| T06 | 全国糖酒会变阵 |
| T07 | 鲁酒知名企业之泰山酒业 |
| T09 | 鲁酒知名企业之花冠 |
| T11 | 鲁酒知名企业之古贝春 |
| T13 | 鲁酒知名企业之趵突泉 |
| T14 | 鲁酒知名企业之天地缘
白金酒礼行成功奥秘
知名经销商 宝真酒业
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，四川提出要“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把芝麻香做好、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，形成科研强势，最终目标是做大做强鲁酒芝麻香。

“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，要在全国的消费者心中形成一个山东产奸酒、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“放之全国皆知”的高端品牌，这严重制约着鲁酒的全国发力。

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，重视人才队伍建设与科技创新，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，总工程师张铁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，一方面是提高在行业内造势，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，得到了国家有关部门和科研机构的认可，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。