



# 济南产的白酒泉城人自己喝了八成

## “济酒三强”年产值超10亿元,省外市场基本没有销售



济南一家白酒企业的生产车间。(受访者供图)



第103届全国糖酒商品交易会于13日在山东国际会展中心开幕。作为国家级盛会,全国各地的酒企都摩拳擦掌,展示自己的拳头产品,作为东道主的济酒也纷纷亮相,推荐自己的拳头产品。说起济南白酒,您知道有哪些?齐鲁晚报·齐鲁壹点记者了解到,“济酒三强”一年产值超过10亿元,不过八成市场在济南。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 李培乐

### 历史很悠久 年产值超过10亿

说起济南本地的白酒,济南食品工业协会秘书长李平介绍,济南白酒的三强分别是趵突泉、百脉泉和今朝酒业。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者了解到,作为济南白酒市场的老大,济南趵突泉酿酒有限责任公司可上溯至明朝崇祯年间,上世纪战争年代由鲁中军区掌管,新中国成立后历经公私合营,1958年建成国有企业,目前一年的产值6个多亿。“前两年我们的产值都是增长的,今年因为疫情等受到了一定影响,但是销售额到现在为止和去年处于持平的状态。”趵突泉酒业副总经理杨连明介绍。

山东百脉泉酒业有限公司位于章丘区,起源于光绪年间“福祥和”古酒作坊,1948年成为章丘第一家国有企业,公司现已发展为集白酒科研、生产、销售、服务以及工业旅游于一体的大型白酒企业。该公司总经理马业准介绍,现在年产白酒1万吨、产值4.6个亿。让人引以自豪的是,该公司的“42度百脉泉泉城壹号”在2019布鲁塞尔国际大赛上获大赛最高奖——大金獎!

济南今朝酒业位于商河县,其所生产的“封王御液”白酒荣获山东省优质产品称号,多次在世界级酒品博览会上获奖。据介绍,该公司目前的年产值7000万元。

### 香型多元化 八成市场在济南

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者了解到,目前百脉泉酒业拥有多种香型,主要是浓香、酱香、芝麻香。今朝酒业当前主要是浓香型,酱香型只有一种名叫“封王古酒”。趵突泉酒业的香型有芝麻香和浓香,现在又开发了自己独有的泉香型白酒。“我们的芝麻香为最高端的酒,泉香处于中端市场,浓香型是相对低端市场。”杨连明告诉记者。



济南一家大型白酒企业的酒窖。

作为济南白酒市场的三强,三家白酒企业每年的总产值超过10个亿。那么,这些白酒都被哪些人喝了?记者了解到,这三家企业目前的主流市场都是在济南。

“济南市场占到80%,除了济南,省内像济宁、泰安、日照等地也有销售。”杨连明说,趵突泉酒业在省外市场基本没有销售,“不是妄自菲薄,不仅是我们的白酒,就是山东的白酒到了省外的竞争力都不是很强,品牌力还欠缺,走出去难度很大,利润也不高。”

同样,百脉泉酒业也是八成销量在济南市场,另外的两成在省外,“主要是滨州、泰安、德州等地。”说起外省的销量,马业准用了这样一句话,“基本可以忽略不计。”

今朝酒业区域性就更加明显,主要在商河县境内,其他的销售区域基本在以商河为基点的60公里之内,像德州的庆云、乐陵、临邑,济南的济阳和主城区等。

### 技术层面没有落伍 营销方面还需提高

在采访中,各个酒企也都提到,目前白酒市场的总量在缩减。面对这种趋势,济酒该如何突围呢?

“主做济南,练好内功,先守住济南这片市场,时机成熟也可能走出去!”杨连明说,“现在全国的品牌白酒都在加剧整合,我们能和去年持平已经很不错了。”

杨连明说,要想在市场上突围,还是需要有自己的特色拳头产品。“很多白酒企业都去追赶成功者,如果所有的酒口味都差不多,缺乏个性,那样竞争力照样不强。所以,中小企业没有必要去模仿。”这也是趵突泉酒业开发出泉香的初衷,也是增强自己的特色竞争力。

今朝酒业总经理刘鑫对走出去也是持谨慎态度,“外地市场不能盲目做,要根据市场容量和市场增量通盘考虑,我们现在基本不做低端市场。”

“要想守住市场,做大做强,必须要以品质为先,把酒的质量做扎实,同时希望能够抱团取暖,济酒之间要做到没有恶性竞争,可以有竞争,但必须是良性竞争。”刘鑫说,抱团可以让济酒增强抗风险的能力,对市场的变化及时作出回应。

面对白酒市场的变化,马业准说,济酒乃至鲁酒与国家一线名酒有差距,而且现在消费者对品牌的认知度越来越高,“我们济酒乃至鲁酒在技术层面没有落伍,但是在营销等方面还需要提高。”

针对白酒行业当前的现状,马业准说:“受到经济形势的影响,白酒行业的洗牌会加速,我预计今年明年三分之一的酒厂可能被淘汰。”对于当前白酒市场总量缩减的情况,马业准说,销量在下降,但是利润和营业额并没有下滑,现在白酒市场进入的是一个量跌价升的市场环境。

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 白新鑫

### 山东葡萄酒总产量居全国首位

据山东省葡萄与葡萄酒协会秘书长李保国介绍,近年来山东省葡萄酒产业发展迅速,特别是酒庄酒,烟台酒庄建成四十家,落户蓬莱的拉菲酒庄于2019年9月开庄营业,张裕葡萄酒小镇开放,可雅白兰地酒庄、丁洛特酒庄相继开庄等,标志着中国的酒庄在国际上的品牌影响力越来越大。

葡萄酒市场的特点是潜力大、增长快,目前葡萄酒消费基数相对较小,但增长快,一旦市场成熟,中国将成为全球最大的葡萄酒消费市场。

目前国内葡萄酒市场还处于调整时期,受消费升级、渠道结构变化等影响,国内企业经营情况开始分化,一些注重品质的规模化企业开始崛起。李保国告诉记者,现阶段山东省葡萄酒生产设备和工艺水平已达国际先进水平,销售模式也已经不仅仅满足于传统单一的供销方式。

### 60-150元葡萄酒为核心价位带

从葡萄酒消费的年龄分布看,新生代消费群体正在形成,消费的个性化特征日趋明显。蓬莱葡萄与葡萄酒产业发展服务中心企业科科长沈国全告诉记者,现阶段中国葡萄酒消费群体主要集中在19-30岁、31-40岁这两个年龄段,消费占比分别为46%、38%,80后甚至90后正在逐步成为葡萄酒消费市场的主力群体,酒类消费呈现出低酒度、多风味的特点。

对于普通消费者来说,60-150元是核心价位带。80元左右的葡萄酒主要用于亲友宴请,如婚宴、乡宴等场合;用于家庭消费的葡萄酒,消费者普遍选择80-150元/瓶的葡萄酒;商务宴请则会选择200-400元/瓶价位的葡萄酒。中秋国庆是亲友聚会、家庭消费的用酒高峰期,商务宴请消费相对减弱,60-150元这一价格区间的葡萄酒在今年中秋国庆档最受欢迎。

如今,年轻消费者对葡萄酒的接受程度更高,他们购买葡萄酒往往会选择瓶单价较高的产品,更愿意选择100-200元的葡萄酒。

### 地域、人才、技术都有着独特优势

葡萄属于落叶果树,有明显的休眠期,需要800-1200小时休眠,才能结果。山东处于葡萄种植黄金纬度线,热量、有效积温、光照适宜发展酿酒葡萄,超过3000公里的海岸线让山东初步形成了海岸葡萄酒文化,烟台市被称为世界七大葡萄酒海岸之一。

除此之外,山东省受泰山山脉、黄河影响,地形复杂多样,平原、丘陵、山地等各种地形都有,区域小气候丰富多样,具有发展特色葡萄酒和特色果露酒产品的优越条件。

“我们在人才和技术等方面也有着独特的优势。”李保国说,齐鲁工业大学、山东农业大学、鲁东大学、泰山学院、滨州医学院等多所大学设有葡萄与葡萄酒专业,此外,山东省还拥有全国唯一的公益一类省级葡萄与葡萄酒科研院所——山东省葡萄研究院。

张裕、长城、威龙、拉菲酒庄、盛唐国宾、君顶……山东省葡萄酒企业及酒庄林立,因此在地域及葡萄酒品牌消费历史培养上抢得先机,这一点上较大部分进口酒席卷市场的省份,形势要好得多。但不可否认,即便在山东省内,国产酒也越来越明显地感受到进口酒市场的压力。

2018年我国葡萄酒进口量为6.875亿升,前十大进口葡萄酒来源国分别为法国、澳大利亚、智利、意大利、西班牙、美国、南非、新西兰、阿根廷、德国。就市场份额来说,澳大利亚、法国和智利占据压倒性的地位,加起来占了78.24%的份额。

◎2019年全国葡萄酒规模企业累计产量45.15万千升,山东省产量11.40万千升,总产量占全国的25.25%。

◎葡萄酒消费群体主要集中在19-30岁、31-40岁这两个年龄段,消费占比分别为46%、38%。

◎80元左右的葡萄酒主要用于亲友宴请;用于家庭消费的葡萄酒,消费者普遍选择80-150元/瓶的葡萄酒;商务宴请则会选择200-400元/瓶价位的葡萄酒。

根据国家统计局数据,2019年全国葡萄酒规模企业累计产量45.15万千升,山东省葡萄酒规模企业累计产量11.40万千升,总产量占全国的25.25%,位居全国首位。齐鲁晚报·齐鲁壹点记者了解到,目前全省16市均有葡萄酒企业分布,2019年底山东省共有339家葡萄酒企业,规模企业近60家。企业数量占全国的28%左右。

企业超过300家,80后90后成消费主体

# 山东葡萄酒总产量占全国四分之一

