

# 济宁白酒领军品牌，为什么是红太阳？

历来以热情好客、厚道实在著称的山东，是白酒生产大省，也是白酒消费大省。而有着孔孟之乡、东方圣城之称的济宁，更是名副其实的“酒窝子”，几乎县县有酒厂。

过去，在电视媒体主导的广告营销时代，济宁白酒企业曾取得过短暂辉煌，济宁白酒老大的“桂冠”也几易其主；如今，白酒消费进入品质竞争、品牌竞争的新时代，作为济宁本地的老牌酒企，一直沉潜蓄势的红太阳酒业，却以厚积薄发之势，一跃成为济宁白酒的龙头。

那么，红太阳酒业凭什么能在众多白酒企业中脱颖而出，成为济宁白酒的领军品牌和畅销品牌？

## 打基础

### 好酒品质，人尽皆知

上世纪90年代，山东白酒率先在全国开启了广告营销模式，一度成为中国白酒行业的“主角”。在鲁酒围绕“标王争夺”展开激烈角逐的时候，红太阳酒业（前身为“国营山东祥酒厂”）并没有把精力投入到“广告营销战”之中，而是冷静地提出“以质量求发展、向管理要效益”的经营战略，坚持做好自己的事，走好自己的路。

在此后的二十年时间里，无论外部环境如何变迁，无论各种香型谁是主流，红太阳酒业始终心无旁骛地致力于工艺创新和品质提升，扎扎实实搞研发，踏踏实实酿好酒，在实现了产品质量的精益求精的同时，还匠心独运的根据济宁当地的酿造环境和消费者的饮酒喜好，成功开创了北方五粮浓香跑窖工艺、绵柔酱香工艺和馥香型白酒工艺，真正为消费者奉献了与众不同的品质好酒。

不随大流，自成潮流。无论是中国白酒的黄金十年，还是深度调整时期，红太阳酒业始终清醒的认识到，白酒竞争的本质，最终还是品质。也正是基于对品质的极致追求和对消费者的尊

重与用心，酒质更卓越、口感更绵柔、香气更纯正、风格更优雅的红太阳酒，不仅在日复一日、年复一年的时间积淀中，赢得了济宁人民信赖和欢迎，而且还荣获“济宁市市长质量奖”，以荣誉证明品质实力，成为济宁白酒的一面标杆旗帜。

从最初的口耳相传，到后来的一致称赞，再到如今的人尽皆知，红太阳酒业用最传统、最接地气的方式，建立了远比“广告酒模式”更为坚固的品质壁垒和难以撼动的口碑地位，也为红太阳酒业在市场的厚积薄发和企业的高质量发展，打下了最坚实的基础。

## 抓创新

### 科技领先，差异竞争

尽管凭借着出众品质树立起强大的竞争优势，但红太阳酒业创新的步履却从未停止，始终聚焦核心主业，深耕专业领域，保持科技领先的红太阳酒业，一直坚定不移的走差异化发展之路。

早在十年前，红太阳酒业就专门成立了由中国酿酒大师、白酒国家评委领衔的技术团队，开展馥香型白酒工艺的深入研究，经过十年的不懈努力，2021年5月份，红太阳馥香型白酒正式通



过国家级项目成果鉴定，标志着其关键酿造工艺和典型风格特征，正式获得官方认定，也代表红太阳酒业在传统香型产品的优势之上，取得了品类创新的全面成功，真正做到了人无我有，人有我精。

此外，为了更好地提升科技领先水平，红太阳酒业还先后与江南大学、贵州大学和中国食品发酵工业研究院达成战略合作，通过牵手中国白酒科研顶级领域的“两校一院”，为红太阳酒业开展白酒技术创新，培养专业技术人才，构建产学研一体化酿造体系，提供了强大的支撑力和源动力。

2022年，在现有实力规模和科研优势的基础之上，红太阳酒业百尺竿头更进一步，将实现抓技改、扩产能、增储量三个层面的全新提升：

第一，通过“国家级博士工作站”和“中国馥香研究院”一站一院的建立，继续完善和提升馥香型白酒生产工艺水平，进一步放大红太阳酒业独有的馥香型产品差异化竞争优势。

第二，全面建成现代化制曲车间，年制曲量达到2000吨以上；同时在现有万吨级纯粮优质原酒产量规模的基础上，加快馥香型白酒车间扩容，实现3000吨馥香型白酒的年产能。

第三，增加不锈钢罐和陶坛的容积量，新增原酒储能5000吨，达到储酒4万吨的能力，并完成年份老酒的相关认定。

系列数据表明，目前，无论是酿酒规模、储酒能力，还是科研水平、技术实力，红太阳酒业不仅在济宁白酒企业中冠领群雄，而且在鲁酒阵营中也处于领先地位。

## 起势能

### 营销拓局，步步为赢

依托于内修外练塑造的强大技术自信、品质自信和消费自信，红太阳酒业在济宁白酒市场的快速崛起，那自然是瓜熟蒂落、水到渠成。

蓄势于前，后发先至。以品质征服人心的红太阳酒业，开始在市场上精心布局、多点

发力，全面释放营销势能。短短几年时间，红太阳酒业以破竹之势，顺利完成从嘉祥到济宁市区和周边县城的全方位营销布局，并不断拉开与竞争对手的差距，夯实济宁白酒市场领军者地位。

一枝独秀的品质领先优势和步步为赢的营销策略实施，让红太阳酒成为济宁白酒市场最畅销的产品，也让红太阳酒业成为名副其实的济宁白酒代表品牌。

此外，随着“双品三香”战略的落地推进，红太阳酒业还建立了定位精准、职责分明、目标明确的产品体系。从定位国民好酒的红色经典系列，到主打商务消费的馥香红1号，再到发力高端市场的酱香祥酒，红太阳酒业通过大单品打造、特色化引领和差异化竞争的产品策略，实现了全价位段覆盖，并构建起精细化、立体化、标准化的产品矩阵。

可以说，无论是市场占有率，还是品牌高度，红太阳酒业都已经实实在在地成为“济宁市地标酒”。

事实上，不仅是在济宁市场实现强势引领，红太阳酒业还不断加快在菏泽、枣庄、聊城等周边城市的扩张步伐，并在济南成立了营销中心，成为济宁为数不多能走出鲁西南、走向全省化的白酒品牌。

从县城酒企到市酒龙头，再到鲁酒第一阵营，红太阳酒业成功打造了山东区域名酒如何突破的新样本，也为济宁白酒企业探索出一条高质量发展的新路径。

## 占心智

### 打响品牌，代言济宁

当下，随着物质生活和消费水平的显著提升，白酒消费主流加速向品牌化集中。因此，物华天宝、人杰地灵的济宁城，需要一个叫的响的白酒品牌，热情好客、厚道实在的济宁人，需要一瓶有面子的家乡酒，这也是红太阳酒业当仁不让的责任和使命。

目前，产品出类拔萃、市场

热度极高的红太阳酒，已经在济宁全面打响了品牌知名度和美誉度，并形成强大品牌效应，成功引领消费潮流，成为济宁人引以为傲的家乡酒。尤其是馥香型红1号的推出，以“一品三香，和而不同”的独特风格，开创了济宁地产名酒的特色香型，以更特殊的工艺、更高端的品质、更高级的品类，为济宁白酒发展创造了新的开始。

更重要的是，兼具品质、品类、品牌的三大价值势能，红太阳酒业不仅在产品层面为消费者带来更好的感官体验和精神享受，而且也为企业在与全国名酒的头部竞争中争得了强势话语权，为济宁白酒树立了品牌新高度。

为了更好地讲好品牌故事、传播品牌文化，红太阳酒业还每年定期举办度夏头排酒开窖节、酱香祥酒下沙节、品鉴会、回厂游等活动，并全力打造“一园（生态酿造园）、一馆（酒文化博物馆）、一庄（国祥酒庄）”三大工程，让更多经销商和消费者实地见证红太阳酒业如何匠心酿造好酒的同时，也让这些主题活动和酒场场景成为企业的品牌超级IP。

两大生态酿酒厂区，万吨优质纯粮原酒产能，传统手工酿造技艺，以及红色文化和祥瑞文化的发扬传承，用硬实力塑造企业品牌、用软实力打造金字招牌，没有谁比红太阳酒业更有资格、更有底气，用一瓶好酒代言家乡、代言济宁。

从好酒品质的人尽皆知，到科技创新的领先优势和营销拓局的步步为赢，再到打响品牌代言济宁，这是红太阳酒业奏响高质量发展三部曲，也描绘出一条区域龙头品牌成功的必然路径。在中国白酒品质消费、品牌消费的潮头迎面而来之时，红太阳酒业牢牢抓住了打开新局面、实现新作为的时代契机，为历史文化名城济宁打造了一张白酒新名片。



扫码下载齐鲁壹点  
找记者 上壹点

编辑：晋森 组版：李腾 校对：陈睿潇

