

# 时隔11年再回潍坊 第87届山东省糖酒商品交易会开幕

山东省糖酒副食品商业协会通过组织举办山东省糖酒会和糖酒会主题论坛等一系列活动,外塑鲁酒形象,内促鲁酒发展升级。鲁酒企业也要坚定信心发挥优势,大力开拓本土市场,使鲁酒的发展不断迈上新的台阶。

本报记者 孙晓琳 发自潍坊

秋高气爽迎盛会,美酒飘香汇齐鲁。8月26日,由山东省糖酒副食品商业协会主办、潍坊市商务局和潍城区人民政府承办的2023年(第87届)山东省糖酒商品交易会在潍坊鲁台会展中心盛大启幕。潍坊市人民政府副市长狄波,山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐,潍坊市政府办公室二级调研员曹立忠,潍坊市商务局局长冯波,潍坊市潍城区委副书记、区长程

锦,潍坊市经济技术合作中心主任刘义,北汽福田汽车股份有限公司诸城厂区党委书记王志华出席开幕式。

出席开幕式的协会副会长和嘉宾有:山东秦池酒业有限公司董事长胡福东,山东景芝白酒有限公司副总经理来安贵,古贝春集团有限公司党委副书记、总经理张洪昌,山东云门酒业股份有限公司副总经理唐树林,国井集团常务副总裁张辉,兰陵美酒股份有限公司常务副总经理孙茂忠,青岛琅琊台酒业集团副总裁殷邦荣,山东九州集团原董事长杨沂城,泰山酒业集团副总经理、营销总监吴修刚,山东新星集团有限公司副总经理高兵,济南趵突泉酿酒有限公司副总经理王凯,山东花冠酒业有限公司副总经理陈孟奎,山东孔府家酒业有限公司副总经理李艳超,山东省糖酒副食品商业协会副会长兼秘书长李明信。



## 糖酒盛会再现繁荣景象

开幕式上,潍坊市人民政府副市长狄波宣布第87届山东省糖酒商品交易会开幕。

山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐在致辞时讲道:“山东省糖酒会作为全国历史最悠久、影响力最大、连续举办时间最长的大型区域性专业展会,多年来,不但为服务行业发展、推动工商交流合作发挥了重要作用,也成为繁荣地方经济、引领消费升级的重要力量。本次会议恰逢中秋、国庆旺季前举办,对深入贯彻落实当前党中央、国务院关于恢复和扩大消费的系列决策部署,推动厂商精准对接,激

活释放有效需求,促进全省经济回升具有重要意义。”

薛剑锐会长强调,2007年至2012年,山东省糖酒会曾连续6年在潍坊市举办,受到潍坊各界的欢迎和肯定。本次会议是时隔11年再回潍坊举办,不但受到行业内外的极大关注,也得到了潍坊市和潍城区两级政府及相关部门的高度重视与大力支持。在新的市场形势和消费环境下,作为行业的晴雨表和风向标,第87届山东糖酒会将充分发挥其引领和标杆作用,助力广大企业紧跟时代步伐、满足新需求,加快产业升级和营销创新,构建新的

发展格局,推动山东省糖酒行业高质量发展。希望广大工商企业充分利用山东糖酒会这一重要平台,加强沟通交流,深入洽谈合作,相互学习借鉴,共觅商机、共叙友谊,都能收到实效,满载而归。

为振兴鲁酒,赋能鲁酒,近日,山东省糖酒副食品商业协会与福田汽车、果然营销达成战略合作。开幕式上,山东省糖酒副食品商业协会副会长兼秘书长李明信、北汽福田汽车股份有限公司诸城厂区党委书记王志华、果然营销(深圳)有限公司董事长郭恩旭进行了三方签约仪式。

## 高调亮相,鲁酒踊跃参展

据了解,本届交易会实际展出面积5万多平方米,折合标准展位2000余个,参展企业达1200余家,涵盖酒类、食品、饮料、乳品、饮用水、调味品、茶叶、包装、灌装、日化等10多个相关行业,展出商品近2000种。其中,兰陵、景芝、孔府家、泰山、国井、古贝春、琅琊台、趵突泉、云门春、花冠、红太阳、秦池、百脉泉、景阳冈、沂蒙老区、威海颐阳、金彩山等近30家白酒骨干企业,以

华裕为首的葡萄酒企业,以即墨老酒为主的黄酒企业,以青岛劳特啤酒、圣洲啤酒等为主的啤酒企业作为东道主企业在会上高调集中亮相,全面展示鲁酒近年来的发展成就和实力风采。

另外,如五粮液、泸州老窖、山西汾酒、北京二锅头、双沟、浏阳河、青稞等省外名优酒类,金酱、金沙、怀庄、国台、柔酱等众多酱酒企业也在本次会议上主动出击,重点布局山东市场。其他如

法国、加拿大、澳大利亚、智利等众多进口葡萄酒品牌也踊跃参展,抢抓机遇。

同时以山东新星集团、淄博锦上添花、山东一帆酒业、东营源泉、山东星盟供应链、山东鲁旭为代表的众多流通大商也携各自代理产品在会上精彩亮相。为期3天的会议,与会代表突破6万人次,实现交易15亿元左右,对于稳定经济大盘、提振行业信心、恢复和扩大消费具有积极的促进作用。



## 会长把脉鲁酒,开具良方

8月25日下午,薛剑锐会长在2023年(第87届)山东省糖酒商品交易会“论酒天下事 齐鲁青未了——鲁酒实战营销高峰论坛”上,做总结发言时强调,鲁酒今后的发展首先要找出优势和劣势。目前,鲁酒的第一个短板是品牌,品牌不是我们现在所能左右的,只能靠企业自己的努力慢慢积累,因为品牌打造需要一个漫长的过程;第二个短板是山东没有国家名酒,这个劣势造成了山东没有大型、特大型的白酒企业。像四川的五粮液、剑南春、泸州老窖,贵州的茅台,以及后来崛起的习酒等,我们没有这些优势。

“因为历史原因,山东白酒品牌缺乏国家名酒的背书,同时鲁酒企业的规模相对较小,经济实力与国家名酒相比有一定差距,这就导致我们在向省外市场拓展时,会受到资金投入的掣肘。大家知道,拿下一个省级市场,需要长达几年的持续性投入,如果市场反应差就会不敢投,那么,前面的投入就打了水漂,但是继续投又怕企业支撑不住。这些问题短时期内难以解决,因为我们的规模不大,资本积累相对来说比较慢,这是当前鲁酒面临的两个最重要的问题。”薛剑锐会长指出。

所以我们必须面对现实,围绕山东的优势做好鲁酒市场:

第一个优势,山东是全国最大的白酒销售区域,企业应苦练内功做好区域市场;

第二个优势,低度浓香酒是山东最大的优势,现在山东白酒企业的低度浓香质量日渐成熟,而且现在总体质量是全国第一,销量也是全国第一,另外在今后发展过程中,低度、健康、营养是鲁酒发展的方向。低度浓香的发展永远不过时,要坚定信心,坚持做好低度浓香;

第三个优势,鲁酒团结抱团,是最具有凝聚力的团队。山东白酒企业之间很少出现恶性竞争现象,这也是山东酒行业的一个优势;

第四个优势,各鲁酒企业都有一支能吃苦、能战斗、能打硬仗、能打胜仗的营销队伍。鲁酒普遍重视营销人员的队伍建设,山东营销队伍、营销人员吃苦耐劳的精神,在全国营销队伍里都是比较优秀的。

针对鲁酒今后的发展,薛剑锐会长表示:一是山东各酒企整体经济实力不强,因此,企业的决策者一定要在投资方面、扩大产能等方面谨慎对待,不要出现大的失误,不要走弯路,保证资金积累不断往上升;二是各酒企在提升一线营销人员专业水准的同时,相应地提升营销人员的待遇。

薛剑锐会长亲力亲为守望鲁酒发展,真情实意为鲁酒排忧解难,深感振兴鲁酒使命在肩,对鲁酒的挚爱以及对鲁酒企业的发展所付出的努力和心血,都体现在薛剑锐会长对鲁酒企业的真情总结和建议中。薛剑锐会长犹如鲁酒江湖的一面旗帜,指引着鲁酒不断前行。