

山东省糖酒会主题论坛助力鲁酒高质量发展

“鲁酒企业要牢牢掌控好山东市场,通过经营上的扁平化运作和城乡市场的精耕细作,把山东市场做深、做透、做扎实。这是鲁酒企业最务实、最基本的生存和发展之道。”薛剑锐会长表示。

本报记者 孙晓琳 发自北京

为纵深推进“山东消费提振年”,激活释放有效需求,日前,山东省委、省政府研究确定了《关于进一步提振扩大消费的若干政策措施》。在着力扩大内需提振消费的总体战略下,特别是在消费升级、品质升级、名酒引领的大背景下,如何带领鲁酒加快创新发展,推动企业转型升级是十分紧迫的主题。

在8月25日~27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政府承办的“2023年秋季(第87届)山东省糖酒商品交易会”

上,山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐指出:“当下,白酒产业的集中度进一步提升,这是产业发展的必由过程,在白酒产业的高质量发展过程中,区域企业面临着不小的压力和挑战。各鲁酒企业必须下定决心调整产品结构,坚定不移地走中高端化发展道路,砍掉低档酒,大力发展中端、次高端鲁酒,只有这样,才能赚取效益,才能提高企业的经济实力。”

本次山东省糖酒会有来自全国20多个省市的1500多家企业参展,数以万计的客商齐聚焉都洽谈合作。



为扩大鲁酒影响力和提高知名度发挥重要作用

山东省糖酒会发轫于1978年,在近半个世纪的岁月里,其始终站在行业和市场前沿,根据工商企业的要求,切实对协会办会内容和办会模式进行改革创新,受到参会企业的一致好评,是全国唯一一个45年来没有间断、连续举办的省级糖酒会,也是除全国糖酒会之外,历史最悠久、持续举办时间最长、规模最大的省级糖酒会,被誉为“山东第一会”。

山东省糖酒会始终本着以会养会、略有节余的办会方针,多年来一直坚持低价位、低收费,不以经济效益为主的办会原则,吸引了大量工商企业前来参会,使山东省糖酒会办会45年来长盛不衰。多年来,山东省糖酒副食品商业协会借助山东省糖酒会的平台,大力宣传、展示鲁酒风采,促进鲁酒发展,使其成为鲁酒树立形象、展示实力的大舞台。

蕴含着山东省糖酒副食品商业协会与鲁酒企业的深情厚谊,山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐向《华夏酒报》记者介绍:“将继续坚持以鲁酒为中心、公益办会的原则,在举办形式上根据企业需求不断创新,内容更加丰富,宣传的力度和广度继续加强,同时努力提高服务水平和工作效率,使山东省糖酒会为助力鲁酒崛起、促进行业发展发挥实实在在的

作用。”

山东省糖酒副食品商业协会一直准确地把握行业发展的节奏和步伐,不断根据企业出现的新需求、行业出现的新形势和消费出现的新变化,及时采取新的举措,革故鼎新,积极求变。为积极推介鲁酒、宣传鲁酒,协会从2019年开始,紧紧围绕如何振兴鲁酒这一主题,先后在山东省糖酒会期间组织主办了5场不同内容的主题论坛,为推动鲁酒健康快速发展赋能聚力,不但为扩大鲁酒影响力和提高知名度发挥了重要作用,而且对鲁酒如何创新发展、转型升级提供了参考。协会通过组织举办主题论坛,外树鲁酒形象,内促鲁酒发展升级。

45年来,山东省糖酒副食品商业协会坚持不懈地搭建好山东省糖酒商品交易会这个平台,给山东省酒类行业各工商企业创造信息交流、感情沟通、商品展示和工商共融的交流交易机会,不断改革办会形式,提高办会质量,为推动鲁酒健康快速发展赋能聚力,为繁荣山东省糖酒副食品市场、振兴山东经济、促进行业发展做出了重大的贡献。

近几年来,山东省春季糖酒会一般固定在淄博举办,秋季糖酒会在省内各地市轮流举办。



充分挖掘本地市场潜力,做好精耕细作

山东市场潜力广阔,“精准营销”依然是行业的主旋律,鲁酒企业既要有长期发展的规划图,也要不断调整营销动作,实现山东大本营市场的精耕细作,实现鲁酒品牌、精准营销的双赢。

今年在山东省秋季糖酒会上,协会组织了主题为“论酒天下事 齐鲁青未了——鲁酒实战营销高峰论坛”的第6场论坛,在论坛现场,来自15家鲁酒骨干企业的嘉宾代表,一一介绍了鲁酒如何精耕细作根据地市场,如何在激烈的市场竞争中发挥优势特色,实现营销的创新、蝶变。

第一轮对话环节,由山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐主持,山东兰陵美酒股份有限公司营销总监贾爽,泰山酒业集团股份有限公司副总经理、营销总监吴修刚,古贝春集团有限公司总经理助理、营销总监赵恩国,济南趵突泉酿酒有限责任公司副总经理、济南趵突泉白酒销售有限公司总经理王凯,云

门酒业股份有限公司副总经理、销售公司总经理高东生,山东红太阳酒业集团总经理任志刚,山东秦池酒业有限公司总经理王建伟,山东金彩山酒业有限公司副总经理孟恺文参与了对话。与会嘉宾表示,要坚守鲁酒的品质自信,打造适应市场需求的产品梯队,做好本地市场的精细化运作,培育能打硬仗的优质营销人才队伍,不盲从品类热,不追风营销热,扎扎实实做好鲁酒的根据地市场。

第二轮对话环节,由华夏酒报总编辑吴贤国主持,围绕鲁酒在品牌升级、与消费者对话等方面的探索与成绩展开探讨,山东景芝白酒有限公司副总经理、销售公司总经理路泽刚,国井集团常务副总裁张辉,青岛琅琊台集团副总裁殷邦荣,山东花冠酒业有限公司副总经理陈孟奎,山东百脉泉酒业股份有限公司销售公司总经理康新春,山东景阳冈酒厂有限公司销售总监辛庚池,山东

沂蒙老区集团销售公司营销总监赵伟参与了对话。与会嘉宾表示,要走好自己的路,做好营销管理,结合地域文化打造品牌文化,赋能场景化营销,向消费者讲好鲁酒的原料之美、品牌之美、品质之美。

山东省是酒类产销大省,也是酒类消费大省,给各鲁酒企业的生存和发展提供了很大的空间,充分抓住和利用好家门口这个天然优势,挖掘本地市场潜力,做好精耕细作式的市场开发,科学有序地规划市场布局,有针对性地与外来品牌进行合理竞争,最大限度地占领本地市场,才是鲁酒的生存发展之道。鲁酒企业只有牢牢地掌控好山东市场,通过经营上的扁平化运作和城乡市场的精耕细作,把山东市场做深、做透、做扎实,这是鲁酒企业最基本的生存和发展之道,也是山东省糖酒副食品商业协会每年坚持为鲁酒企业发展提供一个相互交流平台的初衷。

会长把脉鲁酒,共话发展大计

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,只能靠企业自己努力慢慢积累;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。”

“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存在差距,这就导致企业向省外市场拓展时,受到资金投入的掣肘。大家知道,拿下一个省级市场需要几年的持续性投入,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,资本积累相对较慢,这是当前鲁酒面临的两个重要问题。”薛剑锐会长深感振兴鲁酒使命在肩,他表示,面对当前市场现状,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,鲁酒企业团结抱团,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耐劳、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比较优秀。

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,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。