

# 山东培育超400亿、50亿、30亿酒企,会是谁?

山东省出台政策指导,体现了其对酒业的关注和扶持,这个目标不算大,但从另一方面来说,鲁酒可能也到了需要焕发新质生产力的时候了。

本报记者 孙文东 发自北京

3月21日,鲁工信发[2024]3号文,关于印发《山东省酒业高质量发展行动方案》。文件强调,为深入贯彻落实山东省委、省政府决策部署,进一步提升鲁酒产业竞争力,加快实现高质量发展,结合实际,制定本方案。

文件以山东省工业和信息化厅、山东省发展改革委、山东省教育厅、山东

省科技厅、山东省人力资源和社会保障厅、山东省生态环境厅、山东省交通运输厅、山东省农业农村厅、山东省商务厅、山东省文化和旅游厅、山东省市场监管局、山东省总工会12部门联合发文。

这是继2月6日,山东省政府新闻办举行政策例行吹风会,解读山东省委

办公厅、省政府办公厅于2月3日印发的《关于聚力推动工业经济高质量发展十大行动的意见》中,关于实施“2024山东消费促进年”,组织“新轻纺·享生活”系列活动全力推进鲁锦、鲁烟、鲁酒振兴之后,又一关于鲁酒的重要文件。

关于鲁酒,这样的发文的确少见,也说明了重视程度。

## 目标不是很大,鲁酒还须努力

《行动方案》明确提出,力争到2025年,全省酒业规模总量和效益水平显著提升,培育1家营业收入超400亿元的领航企业,2家营业收入超50亿元的龙头企业,2家营业收入超30亿元的骨干企业,10家左右具有较强增长潜力的成长型企业,白酒盈利水平稳步提升,啤酒、葡萄酒保持领先地位,产业总规模居全国前列。

围绕这一具体目标,《行动方案》对白酒、啤酒、葡萄酒、特色酒等各酒种做了具体任务规划及部署。白酒振兴崛起行动,将围绕强塑白酒品牌、提升产品品质、筑牢香型优势、拓展销售区域,全面提升山东白酒产业的竞争力;啤酒巩固提升行动,要加快产品结构升级,鼓励龙头企业聚焦听装啤酒、精酿啤

酒、特色啤酒等领域,构建多品牌、立体化产品体系,并加快优化产能布局,推动产业升级;葡萄酒增效提质行动,提出以烟台市为核心,聚力塑造全球顶级葡萄酒产区品牌;支持企业优化产品包装、功能、定制服务,增加高品质、多元化产品供给,适应和引领新消费需求,持续扩大山东葡萄酒的国际市场影响力;特色酒树强培优行动,重点把握“年轻、时尚、养生”等发展方向,将通过品类创新、品牌推广,做大做强黄酒、果酒等特色酒,构建鲁酒多元化产品供给体系。

2018年,山东省经济和信息化委发布《关于加快培育白酒骨干企业和知名品牌的指导意见》,将酒类列入首批43条制造业重点产业链,并提出“鲁酒振

兴十七条”。

当时的《意见》提出,加强品牌梯次培育,培植2家主营收入过百亿元的全国白酒领袖品牌,培植5家主营收入过30亿元的全国白酒知名品牌,培植20家主营收入过5亿元的全国白酒区域品牌。

从目前的《行动方案》来看,400亿的企业应该不是指白酒企业,2家营业收入超50亿元的龙头企业,2家营业收入超30亿元的骨干企业,也应该不单单指的是白酒企业。有业内人士分析指出,在消费促进的2024开年,山东省出台政策指导,体现了其对酒业的关注和扶持,这个目标不算大,但从另一方面来说,鲁酒可能也到了需要焕发新质生产力的时候了。

## 鲁酒振兴正当时,还有哪些底气?

《行动方案》着重强调,塑强白酒品牌。深度挖掘山东白酒独特生态环境、技艺传承和文化底蕴,讲好“好品山东有好酒”的品牌故事,树立鲁酒品质自信、品牌自信、文化自信。

全力塑造“芝香核心产区”“北派酱香主要产区”“中国白酒低度浓香产区”名片,推动山东白酒由“产区名酒”向“名酒产区”跨越。鼓励企业设计推出经典系列、年份系列产品,创新宣传策略,推出充分体现地域文化、产品特色的形象广告,扩大品牌影响力。

加大鲁酒品牌整体推介力度,常态化组织开展“鲁酒全国行”“芝香价值峰会”“鲁酒创新发展大会”等系列活动,加大与川酒、黔酒等名酒产区的交流协作,力争在芝香、北派酱香、低度浓香等特色优势领域培育具有全国影响力的知名白酒品牌,提升山东白酒市场占有率、品牌影响力、产品美誉度。

支持省内外主流媒体、新媒体与重点白酒企业建立品牌宣传、产品推介等方面的战略合作关系,营造良好宣传推广氛围。2023年3月,山东省白酒感官质量鉴评大会召开。会上,山东省白酒协会会长姜祖模在讲话中客观地分析了鲁酒的发展现状,指出了鲁酒目前具备历史、文化、品质、产区等四大优势,同时,也存在产品价位低、经济效益差、同质化严重、品牌声量低的短板。

对于鲁酒的未来发展,姜祖模提出鲁酒要做好“文化、品质、品牌、价

值”四个表达,并强调鲁酒企业要携手共进、同频共振,形成鲁酒崛起的集群效应。

近几年来,鲁酒企业立足自身优势,相继推出高端鲁酒品牌产品,云门酱酒国标系列、扳倒井的G系列、泰山酒业的稳如泰山系列、古贝春白版双子星、古贝元1983等产品、趵突泉泉香系列、冠群芳甲天下等,都代表着鲁酒在抢占中高端市场份额。

北方酱香酒联盟首届轮值主席、高端鲁酒战略发展联盟2023年轮值主席、青州云门酒业(集团)党委书记、董事长汲英民表示,鲁酒虽然暂时没有全国性知名龙头引领企业,但近年来在省委、省政府的坚强领导下,“齐鲁美酒”在全国乃至全球的影响力和美誉度将持续提升。

目前看来,山东白酒品质稳步提升,高端产品市场占有率不断提高,多年的“鲁酒振兴”成果显著,《山东省酒业高质量发展行动方案》务实有效,当前鲁酒的高质量发展也更加自信。“力争到2025年,全省酒业规模总量和效益水平显著提升,培育1家营业收入超400亿元的领航企业,2家营业收入超50亿元的龙头企业,2家营业收入超30亿元的骨干企业,10家左右具有较强增长潜力的成长型企业。”

接下来的事情,就请大家对号入座吧。

欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

## 消费大省的霸气,生产大省的尴尬

各种权威数据表明,山东人是站在酒量食物链顶端的,是公认的中国酒量最大的省份。说起山东人喝酒的霸气,好像没有多少人不服。但比较尴尬的一点是,山东省没有一款具有全国代表性的白酒。大家更多知道的是青岛啤酒、张裕葡萄酒,但一说到白酒,你能想到什么?

青岛啤酒、张裕葡萄酒,已经畅销全国乃至世界,在这个《行动方案》里,应该是能占重要的一席之地了,这里就不做赘述了。相关数据披露,山东作为白酒消费大省,白酒市场规模600亿元,其中,省外品牌就占了400亿元左右,70多家规模以上鲁酒企业只占剩下

的200亿元的份额。而与此相对应的是,2022年,山东白酒产量为23.26万千升,在全国排名第七。

“鲁酒振兴发展的主线首先是做好山东市场,守好家门口,做好基础市场。”山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐在接受《华夏酒报》记者专访时表示,鲁酒振兴一定要精耕细作。

“这就要求企业的销售渠道要延伸到每一个县镇和自然村,最好在渠道下沉过程,酒企能成立自己的营销团队做直销,减少中间环节。此外,酒企需做好核心终端区域布局规划,建议核心市场做直销,重点市场可以采用‘直销+经销’的模式,但要注意经销商的质量而

非数量,并且酒企的销售服务质量也要跟上,能真正帮经销商实现动销,扎扎实实把营销工作做好、做深、做透。”

薛剑锐进一步指出,至于鲁酒到省外销售,建议发挥酒厂的地缘优势。“其实,山东有不少酒厂都与其他省份接壤,开辟和辐射周边市场是相对容易的,如果到距离较远的市场进行开拓,还是要量力而行。”薛剑锐坦言,目前,鲁酒只占山东省白酒消费总量的1/3,想要放大声量将占比提到2/5,出发点还是要先从精耕细作本地市场开始。

他所说的鲁酒,就是指山东的白酒。对此,不少山东白酒企业代表也表达了相同的观点。

中国酒业创新  
联盟企业展示



红星  
红星二锅头



牛栏山