

薛剑锐：淄博春糖再开坛，鲁酒振兴正当时

鲁酒要紧紧抓住“低度浓香”这个大方向，打造出山东白酒的拳头产品。此外，山东作为北方最大的酱香酒产区，一直引领着北派酱香酒的发展，坚持产品特色，逐步扩大销量，同样是鲁酒发展的重中之重。

本报记者 孙晓琳 发自济南

4月19日~21日，“2024年春季（第88届）山东省糖酒商品交易会”将在淄博会展中心举办。来自全国20多个省市的1500多家企业参展，数以万计的客

商将再次相聚齐都，洽谈合作。

随着会期的临近，山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐比往日更加忙碌，各种会务相关的来访和对接纷至沓

来，会前的筹备和组织工作也是千头万绪。

百忙之中，薛剑锐会长应邀向《华夏酒报》记者独家解读了第88届山东

省糖酒商品交易会的全新特色内容，以及鲁酒当下的发展等问题。

据悉，2024年春季（第88届）山东省糖酒商品交易会将于4月20日在淄

博会展中心开幕。4月19日下午2点，淄博齐盛国际宾馆·宴会厅3楼举办官方主题论坛；4月20日上午9点，淄博会展中心举办开幕式。

鲁酒因此而兴，鲁酒因此而强

2024年春季（第88届）山东省糖酒商品交易会即将启幕，规模、展商数均创新高。山东省糖酒会发轫于1978年，是全国唯一一个46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”。

薛剑锐会长向《华夏酒报》记者介绍了第88届山东省糖酒商品交易会的筹备情况和会议规模概况。

本届交易会主会场设在具有“淄博珍珠”之称的气模式结构的淄博会展中心，规划展出面积5万余平方米，共设A馆、B馆、C馆、室外展棚区、室

外一桌两凳区、灌装设备区6大展区，设置特装展位160余个，标准展位700多个，桌凳展位600余套，灌装展位若干，涵盖高、中、低多种档次、价位，基本满足了不同企业层次的各种参展需求。预计全国其他20多个省市的工商企业也将参加山东省糖酒会。

多年来，山东省糖酒会是广大企业开拓山东市场、稳固山东市场的重要抓手和途径，而作为主办方的山东省糖酒副食品商业协会一直不忘初心，以服务行业发展为宗旨，以促进鲁酒发展为重心，坚持低收费、公益为主的办会原则，努力为广大工商企业搭建一个性价比最高、效果最优、环境最

宽松的交易、交流、展示平台，为促进全省乃至全国糖酒行业发展发挥了重要作用。薛剑锐会长向《华夏酒报》记者介绍，对于即将举办的第88届山东省糖酒会，张店区委、区政府也明确表示，将继续给予重视和支持，并要求各部门提高服务水平和质量，为广大家企业创造良好的会议环境。

作为山东省内外广大工商企业交流、交易的重要平台，山东省糖酒会将把握糖酒经济和扩大内需摆在首要位置，引导山东省糖酒食品行业在新的形势下创新发展，激发市场活力，挖掘消费潜力，为促进山东省乃至全国糖酒行业健康发展做出更大贡献。

数十年如一日的坚守，护航鲁酒行稳致远

当《华夏酒报》记者问到山东糖酒会与全国糖酒会的不同时，薛剑锐会长诚恳地说道：“山东省糖酒副食品商业协会的宗旨就是为鲁酒企业服务，办会也是以宣传鲁酒企业为重点。把最好、最优质的会务资源优先分配给各鲁酒企业，为鲁酒的振兴和发展提供各种便利条件，这是山东糖酒会所具有的独特的地域特色。此外，山东糖酒会不以营利为目的，长年坚持以会养会、略有节余的办会原则，受到广大参会企业的赞誉和拥护，这也是山东糖酒会举办46年来长盛不衰的根本原因。办好山东省糖酒会是协会的一项重要工作，除此之外，我们始终坚持以企业服务为宗旨，每年搞大量调研，掌握市场发展脉络，正确引领企业，让企业得以长远发展。山东省糖酒副食品商业协会将伴随鲁酒企业，共履时艰，共创辉煌。”

针对未来发展，薛剑锐会长为广大家鲁酒企业提出四个方面的建议：

一是坚持高端化发展。

坚定不移地走鲁酒高端化生产和经营的路子，把高端、次高端鲁酒产品的营销规模搞上去。一定要占据当地的政务终端市场，并以此为带动，扩大本地市场高端、次高端鲁酒的销量。只有高端、次高端白酒的销量上去了，才能获得可观的经济效益，增强企业经济实力和后劲。

近年来，各地白酒品牌纷纷进入山东，抢占中高端市场，这对鲁酒的影

响也是最大的，它们抢夺的是效益产品。

“如果你赚钱的产品都让人抢了去，还拿什么赚钱？”薛剑锐会长强调，“要提高产品质量，将高端鲁酒发展起来，并坚定不移地走好这条路。只有高端鲁酒发展上去，企业实力才会大大增强，这不光解决了生存问题，还能为企业进一步发展打牢基础。”

二是做好本地市场。

一定要加强本地市场的维护，无缝隙地提高市场占有率，要树立强烈的危机意识，对本地市场的覆盖和创新要具备“舍我其谁”的决心和勇气。具体的营销操作要采用扁平化的市场运作方式，精耕细作，不留死角，核心市场要采取直销模式。全国各大酒厂一直对山东市场虎视眈眈，茅台、五粮液、泸州老窖、洋河、郎酒在山东市场表现都比较好。近年，汾酒、西凤也进入山东市场并取得一定的销量。山东白酒企业一定要意识到激烈的市场竞争，并做好充分的思想准备。

“山东是中国最大的白酒消费市场，有1亿多人口，其白酒纳销量非常大，这是我们的先天优势。山东酒企必须把根据地市场、家门口市场保护好，扎好篱笆垒好墙。”薛剑锐会长说。

三是增强营销实力。

在确保产品质量的前提下，狠抓营销队伍建设，调集企业精兵强将充实和强化营销队伍。在各项政策上，要向营销方面倾斜，采用科学有效的

管理手段，掌控本区域市场。同时，实事求是地分析研判市场，提高营销服务水平，强化与经销商的密切合作。20世纪80年代中后期到90年代初期，山东白酒创造了业界的一个神话。“我们的粮食酒生产基础这么薄弱，还能有这么大的发展，主要是依靠当时比较先进的创新思维和营销理念。我们从包装方面进行大胆创新，使用高档包装，同时，我们在报纸上、电视上做广告来推销产品。这些在当时非常超前的创新思维引领和带动了整个白酒行业的快速发展，是鲁酒对中国白酒行业的历史贡献。”薛剑锐会长说。

四是坚持鲁酒特色。

一定要坚定信心，走鲁酒特色的发展路子，尤其是当前酒业进入新的发展周期，鲁酒要坚持自己的优势和特色，坚持以低度浓香为主，高端、次高端产品为主，自产畅销香型为主，产地地销营销方式为主的生存发展之路，平稳正确地走下去。

薛剑锐会长说：“低度浓香我们已经发展了40多年，无论是质量、产量还是销量，都是全国第一。山东古贝春酒厂曾经在全国低度浓香的评比中获得全国第一名。所以，我们要紧紧抓住这个大方向，打造出山东白酒的拳头产品。此外，作为北方最大的酱香酒产区，我们一直引领着北派酱香酒的发展，坚持产品特色，逐步扩大销量，同样是鲁酒发展的重中之重。”



会长把脉鲁酒与骨干企业共商发展大计

如何把行业内的各工商企业紧密团结到一起，共同发挥作用，是检验协会工作成功与否的基本标准。从单纯的商业性质协会到工商一体的社会组织，协会的工作始终紧紧围绕各工商企业的生存和发展，不断更新思路，正确引导各企业的发展方向，从鲁酒的集体辉煌到跌入谷底，从鲁酒强势振兴到今天的平稳发展，协会始终和各鲁酒工商企业一起，助力其行稳致远。

多年来，协会通过组织、举办山东省糖酒会、经营厂长座谈会及山东省糖酒会主题论坛等一系列活动，外树鲁酒形象，内促鲁酒发展升级。特别是协会从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7场不同内容的主题论坛，对引领鲁酒整体发展，提高鲁酒品牌知名度和整体营销水平都具有重要意义。

由山东省糖酒副食品商业协会主办、华夏酒报社承办的2024年春季（第88届）山东省糖酒商品交易会主题论坛——“酒海观潮起，鲁酒稳中行”，将于4月19日下午14:00，在齐盛国际宾馆3楼·宴会厅举办。官方主题论坛的举办，将丰富山东省糖酒会的内容，充分发挥山东省糖酒会的平台对接作用，为广大工商企业提供更加高效的交流机会和更多的沟通途径。薛剑锐会长强调，目前，全国白酒行业的

发展呈现出品牌集中度越来越高、大牌企业越来越强、经营规模越来越大的竞争格局。在这种形势下，鲁酒板块作为山东的强势生产经营集群，依托山东当地得天独厚的白酒消费大市场和天然的地域优势，依然具备较强的竞争实力。立足山东区域、精耕细作市场，是所有鲁酒企业生存和发展的基本方针，对此，必须要有清醒的认识。目前，各鲁酒企业大多采用直销模式、经销模式及“直销+经销”相结合的营销模式拓展当地市场，收效十分显著，鲁酒企业要进一步提高掌控市场的能力，适当地扩大直销面，才能更容易取得经营主动权，扩大市场覆盖率。本次主题论坛是根据目前山东省白酒市场的现状，围绕鲁酒如何在根据地市场做深、做透、做扎实，如何在激烈的市场竞争中发挥区域优势，所举办的一场相互交流、相互学习的业务活动，届时，将有17家鲁酒骨干企业负责人齐聚淄博，共商鲁酒发展大计。

山东省糖酒副食品商业协会始终都在准确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，真正做到为山东省酒类食品行业各工商企业把牢发展方向，提供优质服务，为繁荣山东糖酒副食品市场、振兴山东经济发展做出更大的贡献。