

2025.9.2

编辑:闫秀梅 读者热线:0535-6631047

山东550亿市场大盘,鲁酒如何夺回主场?

鲁酒的技术强项是低度浓香,其应将“低度爽净、醇和易饮”的产品特点,转化为“健康饮酒、轻松社交”的消费主张,通过内容营销、场景教育,抢占消费者心智。

本报记者 吴贤国 发自潍坊

今年以来,酒业整体承压。特别是5月“禁酒令”新规的出台,进一步加剧了行业震荡。

有市场调查数据显示,5月以来,高端酒市场的开瓶率,一线名酒同比下滑60%,二线名酒也下降了37%。在这一背景下,区域酒企尤其是山东地产酒如何应对冲击、突破困局,成为亟待思考的问题。

目前,山东白酒市场规模约为

550亿元,位列全国前列,但鲁酒本地品牌的市场份额仅占17%—18%,约百亿元规模,其余超过400亿元的市场,被全国性品牌瓜分。

相较之下,江苏白酒市场规模与山东相近,但苏酒品牌却能占据半壁江山;河南市场虽竞争激烈,却也孕育出仰韶、皇沟等开始走向全国的区域龙头企业。因此,鲁酒之困,不在市场,在自身。



鲁酒面临双重挤压, 一线品牌下沉与行业整合加速

当前,鲁酒企业正遭遇来自两方面的强烈挤压:

其一,头部品牌降维下沉。

茅台推行“一省一文一品”战略,设立省域公司,推动产品本地化运营,实则是通过规模化运作降低终端价格,形成对区域中高端市场的精准抢占;洋河以几十元光瓶酒切入大众市场,与玻汾等产品展开激烈竞争。这些举措不仅冲击区域酒企的价格

体系,更对其库存周转与市场空间形成持续压力。

其二,行业兼并重组浪潮初现。

借鉴啤酒行业的演进路径,白酒行业也正步入以资本为纽带的整合期。四川川酒集团整合“五朵金花”之外的本土知名白酒企业,贵州省酒集团也正在组建。区域酒企若不能在这一轮整合中主动作为,恐将错失战略窗口期。

市场占比背后, 三大短板亟待补齐

为何在550亿元的消费大省,鲁酒却难占主场?根本原因在于三大短板长期未解。

第一,渠道掌控力持续退化。

曾几何时,山东各大商超、餐饮终端,鲁酒品牌琳琅满目。而今,不少本地品牌在核心渠道的铺货率甚至不如贵州的一些非知名杂牌酒。渠道不仅是销售通路,更是品牌形象的展示窗口。渠道失守,意味着品牌在消费者面前隐身,再好的产品也难以触达用户。

第二,品牌形象严重老化。

市场对鲁酒的认知,仍停留在20世纪90年代的“老名酒”印象。除2010年前后通过芝麻香品类尝试高

端化外,鲁酒在品牌年轻化、情感化、价值化塑造等方面鲜有突破。当全国酒企纷纷讲文化、玩“跨界”时,鲁酒企业仍普遍停留在传统思路,与年轻消费群体渐行渐远。

第三,厂商思维与消费趋势脱节。

当前,消费市场已进入“少喝酒、喝好酒”时代,健康化、低度化、场景化成为新主流。今年市场增长较快的几个酒企中,劲酒增长超40%,宁夏红增长超50%,皆因精准捕捉健康饮酒需求。而鲁酒在产品创新、消费洞察、营销传播上反应迟缓,未能将“低度浓香”这一传统优势转化为现代话语。

深挖本土潜能,构建差异化优势,重塑鲁酒竞争力

鲁酒并非没有希望,例如,秦池酒业在临朐本地市场占有率高达60%—70%,实践证明,区域酒企在根据地市场仍具有强大的控制力。若鲁酒企业能系统布局地市、县域,深耕本土,完全有能力将市场份额从百亿级提升至二百亿级。

那么,如何破局?需从三个方面重构竞争力:

第一,强化品牌文化价值输出,打造“情感锚点”。

当下,品牌竞争已进入价值观时代,鲁酒需跳出“历史+工艺”的单一叙事,转向情感与文化价值的塑造。

泰山酒业提出“想平安,喝泰山”,将产品与“平安”文化绑定;云门酒业高举“北方酱酒”大旗,通过公益活动塑造行业地位;古贝春打造“千年大运河,万家古贝春”的文化IP,强化地域认同。

这些尝试,都是在为品牌注入唯一性与辨识度。

第二,坚守大众价格带,筑牢“腰部防线”。

高端化并非区域酒企的必由之路,在当前消费理性回归的背景下,百元以下大众市场更具韧性。

鲁酒应发挥本地供应链与渠道优势,聚焦“腰部及以下”价格带,打造高性价比核心大单品,以“持久战”巩固“阵地战”,避免盲目冲高导致的库存积压与品牌透支。

第三,把握低度化趋势,讲好“鲁酒故事”。

低度浓香是鲁酒的技术强项,也是差异化突破口。面对五粮液、泸州老窖、古井贡酒纷纷推出低度产品,鲁酒不应被动应对,而应主动引领,应将“低度爽净、醇和易饮”的产品特点,转化为

“健康饮酒、轻松社交”的消费主张,通过内容营销、场景教育,抢占消费者心智。

鲁酒的突围,既是一场市场争夺战,更是一场战略觉醒。550亿元的市场盘子,鲁酒不缺空间、不缺消费力,缺的是战略定力、品牌锐度与时代同频的创新能力。

鲁酒不缺品质底蕴,更不缺文化根基。齐鲁大地,有泰山之稳,有运河之脉,有孔孟之道,这些都是品牌可深挖的精神富矿。鲁酒唯有回归消费者,深耕根据地,讲好属于鲁酒的“新故事”,才能在这场行业洗牌中赢得主动,重夺主场。

鲁酒的春天,不在远方,就在脚下。
欲了解更多美酒资讯,请关注华夏酒报微信公众号。

酒类信息及配套专版



(股票代码: 002160)

洁净级不锈钢智能酿造设备/智能不锈钢酒罐/不锈钢管道/智能化调酒系统核心供应商
联系人: 任德龙 联系电话: 15705381189 地址: 上海市闵行区集心路168号7号楼5层

上海朗脉洁净技术股份有限公司,是上市公司常铝股份(股票代码002160)的全资公司,公司注册资本3.4933亿元,主要从事于白酒、黄酒、葡萄酒、调味品、医药等食品级洁净工程总包领域。是洁净级不锈钢酿造设备、不锈钢酒罐、不锈钢管道及智能化调酒系统核心供应商。上海朗脉洁净技术股份有限公司的服务宗旨是用做医药设备的洁净理念来为传统白酒行业服务。

产品图片



近年服务客户

