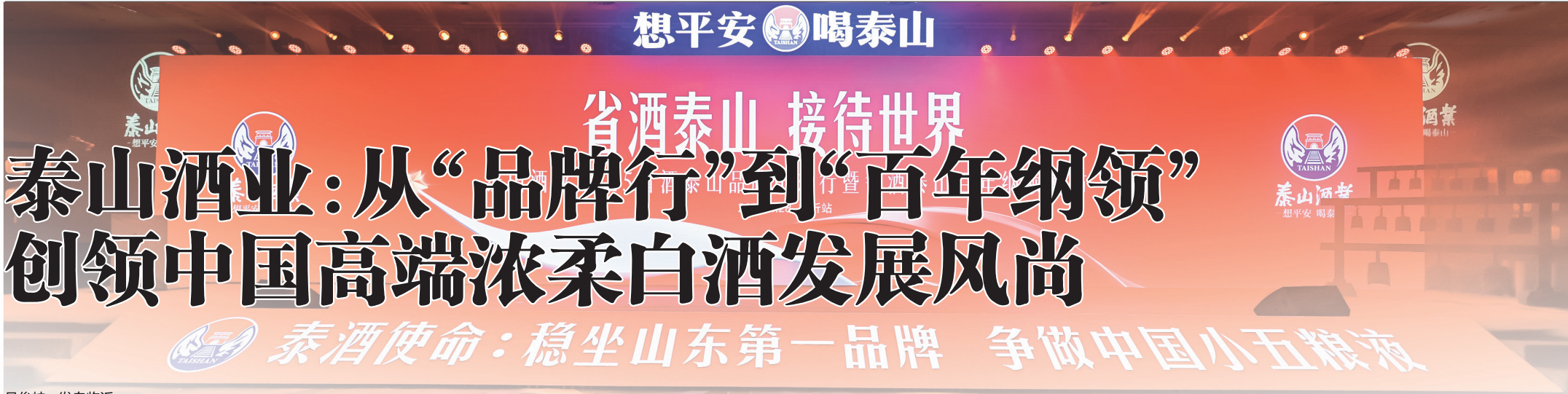


2025.12.16

编辑:闫秀梅 读者热线:0535-6631047



Company 公司 A5



吕俊岐 发自临沂

11月28日,在承载着两千年秦汉雄风的琅琊古城临沂,泰山酒业集团以“省酒泰山·接待世界”为主题,隆重举行2025品牌山东行暨省酒泰山百年纲领发布盛典。值得一提的是,本次临沂站活动,是继8月潍坊首站之后,“省酒泰山品牌山东行”的第二站,也是泰山酒业深耕山东市场、推进“省酒工程”落地的关键一步。

“想平安 喝泰山”干杯

“平安”,有着十分重要的内涵价值:唯有平安,才有团圆;唯有平安,方能喜庆。被誉为“国山”的泰山,几千年来,已被世人公认为是代表彰显中华民族平安文化基因内涵的“五岳独尊”。而泰山脚下的泰山酒业,更以其上乘的产品品质、深厚的文化内涵,自然而然地被人们誉为“国人的平安酒”。

2025年是泰山酒业成立80周年,这一年,在泰山酒业发展史上具有里程碑意义。泰山酒业“国人的平安酒”高光占位受到行业内外的一致好评,而

“求稳求快求平安”的核心价值观,更展现了泰山酒业集团领导层极具战略远见的发展智慧。

说到泰山美酒,就不能不提泰山酒业所拥有的“国宝金条小窖”及其“小窖浓柔”工艺。多年来,泰山酒业秉承独特的“小窖浓柔”工艺,依托三千座“国宝金条小窖”,凭借优越“窖容比”,实现了充分发酵,使得泰山酒系列产品独有浓柔风格,酒体醇厚、回味悠长、饮后舒适的至高品质。泰山酒业将绵延千年的“平安文化”与深沉炽热的“家国情怀”深度融合,走出了一条守正与创新相统一的可持续发展之路。

从“省酒泰山”品牌山东行到《百年纲领 百年品牌》发布

在当日的活动现场,行业协会领导、专家、经销商及媒体代表三百余人齐聚,共同见证了《泰山酒业百年纲领》的发布、泰山特曲国宴用酒33周年纪念仪式的举行,以及“一柱三龙”超级产品矩阵的集中亮相。值得行业高度关注的是,本次临沂站活动上,有多个令

人“为之一振”和“耳目一新”的闪光点:

其一,泰山酒业集团董事长张铭新在《百年纲领 百年品牌》致辞中,庄严发布《泰山酒业百年纲领》,将其定义为“泰山酒业所有行动的初心与归宿”,其明确提出,到2045年,企业成立100周年时,将逐步并最终顺利实现平安文化、省酒地位、浓柔特色、健康白酒及老酒数量五大维度遥遥领先的发展目标。

以此为根基,泰山酒业确立了“成为中国高端浓柔白酒领导者”的愿景,并提出,“稳坐山东第一品牌,争做中国小五粮液”的企业使命。显然,这意味着,泰山酒业将在未来新征程中,持续强化“浓柔”品类价值,构建从区域龙头走向全国名酒的品牌格局;

其二,泰山酒业集团总经理张小峰在《一代人有一代人的长征》演讲中,系统阐述了泰山酒业百年征程的发展路径。他提出,“产品力是生命力,渠道力是驱动力,品牌力是牵引力”的“三力模型”、强化“泰山回厂游”体验和加大品牌传播投入等,以及企业不仅构建了全价格带产品体系,更致力于将“浓柔”从口感描述升级为“有标准、可感知、被信

赖”的品质代名词,形成区别于其他品牌的技术护城河;

其三,张默闻策划集团董事长张默闻在演讲中指出,泰山酒业正在完成从“山”到“国”的格局升华。这背后,不仅是品牌定位的升级,更是企业从区域龙头向全国名酒发起冲击的雄心昭示;

其四,泰山酒业副总经理吴修刚发表了《在山东为什么一定要做泰酒》的主题演讲,其从品牌、渠道、营销、文化、政策等维度,全面阐释了加盟泰山酒业的“省酒优势”,并强调指出,泰山酒业已搭建起大传播矩阵,实现产品线全面升级,省酒工程显著落地。

“省酒泰山”当惊世界殊

多年来,泰山酒业保持了稳健高质的发展态势,“2024年中国酒业百强”榜单显示,泰山酒业位列全国白酒企业第17名,稳居山东榜首。2018年至2024年,企业营收实现“七连增”,2024年利税达4.7亿元,高居山东白酒利税榜首。在行业深度调整的2025年第三

季度,泰山酒业仍交出“价格坚挺、业绩稳健”的答卷,彰显出强大的抗周期能力,实现了逆势而上,企业发展的诀窍何在?对此,张铭新概括为:“求稳、求快、求平安”的核心价值观和经营方针,构成泰山酒业应对行业波动的压舱石。

对此,山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐也指出,“省酒泰山”的底气源于八十年的发展韧性,稳扎稳打、步步登高,这正是其对泰山酒业在行业迷茫期仍能保持战略定力的高度肯定。

山东省白酒协会会长姜祖模表示:“泰山酒业以‘品质坚守+文化创新’的双轮驱动模式,成功突破鲁酒发展瓶颈。”在行业从规模扩张转向价值深耕的今天,泰山酒业的做法,为区域酒企的全国化突围提供了可借鉴的样本。

面向未来,泰山酒业将坚持以品质为根基、以创新为动力、以文化为内核,在传承中突破,在坚守中前行,持续增强产品核心竞争力。当前,泰山酒业“一柱三龙”超级矩阵已逐步成熟,覆盖高端宴请、礼赠、日常饮用等多重消费场景,形成“平安、仁德、尊敬、稳健”四大价值主张,精准切中消费情绪。

青啤博物馆联袂皇家雪兰莪推出传承“大师杯”

本报记者 卞川泽 发自青岛

12月5日15时,在青岛啤酒时光海岸精酿啤酒花园举办的“八方共饮·四海同醺——2025传承大师杯盛典暨精酿品鉴会”上,青岛啤酒博物馆携手马来西亚百年锡镞精品匠造品牌皇家雪兰莪联名打造的“传承大师啤酒杯之锡世酒香”限定三百套全球首发,以酒为媒,以杯为界,开启工业博物馆与国际品牌跨界联名合作的新纪元。

发布活动期间,青岛啤酒股份有限公司总裁助理、青岛啤酒文化传播有限公司董事长朱军海,皇家雪兰莪国际董事总经理、拿督杨永礼,及合作双方代表、收藏专家、各界媒体、精酿爱好者共同出席见证双方签署战略合作协议,发布大师杯产品并揭幕“时光之器”文化联合特展。

会后,嘉宾们手持定制锡杯,细细品鉴青岛啤酒时光海岸精酿,鲜活浓郁的麦香与绵密爽口的泡沫在舌尖交织。来自马来西亚的资深收藏家评价道:“首次体验为啤酒量身定制的高端锡器艺术品,我深切地感受到锡器独有的锁鲜特质——既能让青岛啤酒的浓郁麦香、洁白细腻泡沫优势愈发凸显,让每一口酒的醇厚风味都清晰可感;又以流畅贴合的器型,提升了握持饮用的舒适体验,真正实现了‘专杯喝

专酒’的文化仪式感。这不仅是实用与艺术兼具的收藏佳品,更让啤酒文化在器物与味觉的交融中,得到了生动诠释。”

据悉,“传承大师啤酒杯之锡世酒香”是青岛啤酒博物馆“十年传承大师杯”项目的第二款重磅作品。该项目立足啤酒文化“容世界,博万物”的包容精神,致力于搭建中外文化创意合作的桥梁。2024年与景德镇中国陶瓷博物馆联手推出“青花回澜”国风大师杯备受欢迎后,今年又与皇家雪兰莪跨国合作,青岛啤酒秉持着“东方敬酒、西方回敬、东学西见”的文化互动理念,真正实现了“以酒为媒,与世界干杯”的愿景。

“传承大师啤酒杯之锡世酒香”将实用功能与文化美学进行了极致融合。工艺层面,承袭皇家雪兰莪世代相传的浮雕、蚀刻与篆刻技艺,细腻的纹饰中藏着双重品牌的文化密码,象征啤酒灵魂的麦穗与啤酒花缠绕蔓延,寓意勇气与远见的雄鹰与品牌盾徽交相呼应,每一处细节都彰显着匠人的匠心巧思;实用层面,锡器自古便有“盛酒酒香醇”的美誉,其优异的导热性能,可迅速锁住啤酒的鲜爽口感,持久维持沁凉体验,而光滑的锡制杯壁,更能助力形成



绵密持久的泡沫层,让每一口饮用的啤酒,都更加醇厚饱满、层次丰富。

青岛啤酒博物馆馆长孙姬在发布会上表示:“承载着百年啤酒文化与城市记忆的青岛啤酒博物馆,一直以‘让世界读懂中国啤酒文化’为使命。青岛啤酒博物馆十年传承大师杯项目,正是我们探索中国传统文化与世界文明融合的重要载体。此次与皇家雪兰莪的合作,是我们拓展IP跨界业务、构建品牌全球化表达的关键一步。未来,我们将继续以传承大师杯项目为媒,让啤酒文化成为连接不同文明交流的纽带。”

皇家雪兰莪国际董事总经理、拿督

杨永礼也分享了品牌理念与合作初心:“皇家雪兰莪始终传递‘锡镞即艺术’的品牌理念,为金属注入生命的温度。此次与青岛啤酒博物馆联名,是两大百年品牌在美学维度与文化内核上的深度共创,是东西方匠艺相互成就、文明交融的最佳见证。”

“传承大师啤酒杯之锡世酒香”产品全球限量发行300套,同步推出的还有联名系列牛角杯、收藏看盘摆件、啤酒开瓶器、杯垫等多款周边产品。消费者不仅可在青岛啤酒博物馆及青岛啤酒时尚文旅各业态选购,还能在全国各大核心城市的大型商场线下门店(包括

北京金融街购物中心、成都 SKP、上海东方商厦、广州友谊商店、大连友谊商店、珠海免税商店、香港国际金融中心 IFC 等),以及青岛啤酒博物馆天猫文创旗舰店、皇家雪兰莪家居天猫及京东旗舰店同步抢购。

青岛啤酒博物馆“十年传承大师杯”项目仍在持续深耕,续写东西方文化交融的崭新篇章。中国博物馆行业也凭借不断创新的精神,让文物活起来,让文化火起来。让我们期待更多的中国博物馆,实现从本土情怀到全球视野的拓展,成为独具特色的民族符号,为全球消费者带来更多的惊喜与美好。