

深耕齐鲁根据地，聚力秋糖启新程

——专访山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐

本报记者 孙晓琳 发自济南

盛夏启盛会，秋糖聚万商。2026年（第93届）秋季山东省糖酒商品交易会落地潍坊鲁台会展中心，盛会启幕在即，面对酒业深度调整、省外名酒下沉、本土市场竞争加剧的行业新格局，山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐接受了《华夏酒报》记者的独家专访，其结合四十八载盛会积淀、三十一年协会深耕经验，全面详解了本届山东省秋季糖酒会的创新亮点、行业现存痛点、主题论坛核心价值与鲁酒长效振兴的实战路径，立足产业发展现状，研判鲁酒企业抱团发展、守正创新的形势，并提出具体的应对策略。

四十八载办会守初心 公益赋能行业稳大盘

自1978年首届山东省糖酒商品交易会举办以来，山东省糖酒会走过了48载发展历程、历经92届稳步迭代，是国内存续时间最久、行业连续性最强、规模最大，且唯一由协会主办、由计划经济时代沿袭至今的老牌省级糖酒盛会。

在薛会长看来，山东省糖酒会能够历经行业起伏、长盛不衰，核心源于其四十余年公益办会、服务本土、以会养会原则的不变坚守。

薛会长表示，不同于市场化盈利展会，山东省糖酒会始终以“振兴鲁酒、激活流通、服务工商”为核心宗旨，坚持低收费、公益性运营模式，不以营利为目的，长年坚持“以会养会、略有结余”的办会原则，始终将核心展位、重点宣传资源、优质客商流量优先倾斜省内鲁酒及本土副食企业，这也是山东省糖酒会深得厂商信赖、持续焕发活力的根本底色。

据薛会长介绍，目前，（第93届）山东省秋季糖酒会各项筹备工作已全部收官落地。本届展会展出面积3万余平方米，覆盖酒类、休闲食品、调味品、包装设备等十大品类，汇集近万款新品、爆品。为贴合山东省糖酒会“春热秋淡”的年度运行规律，本届展会整体展位规模适度优化，但鲁酒骨干品牌参展热情逆势高涨，全省主流鲁酒企业悉数到场，充分体现出本土品牌稳底盘、谋突破的发展态势。

针对本届山东省秋季糖酒会服务升级，薛会长重点介绍了三大创新举措：专属鲁酒特装展区集中亮相，系统化展示鲁酒年度创新成果；多场精准供需对接专场同步开启，实现厂商精准匹配、高效签约；展馆全部展位一层集中布局，最大化降低客商选品成本、提升观展效率。

薛会长强调，山东省秋季糖酒会的核心价值不止于展览交易，更在于打通产销壁垒、提振行业信心，为山东乃至北方糖酒食品产业平稳运行注入持久动力。

三十一载深耕行业赋能 协会搭桥铺路 构建鲁酒抱团共生生态

山东省糖酒副食品商业协会历经31年深耕沉淀，在薛会长的统筹引领下，始终立足桥梁、服务、规范、引领四大核心职能，持续破解行业内卷、分散发展、营销薄弱等痛点，构建起良性共生、抱团共赢的鲁酒行业新生态。

回顾协会多年深耕成果，薛会长总结道，协会已搭建起一套成熟完善的行业赋能体系。

自2015年至今，协会依托春秋两届山东省糖酒会，连续举办18场不同内容的高规格行业主题论坛，聚焦鲁酒振兴核心命题，汇聚政企学商多方智慧，成为山东酒业极具权威性的思想交流高地；近二十年，协会坚持常态化召开白酒营销工作会，针对性补齐鲁酒渠道运营、终端动销、团队管理短板，整体拉升鲁酒市场化运营水平。

在规范行业秩序方面，据薛会长介绍，协会长期常态化开展市场调研、企业互访，主动规范省内酒企良性竞争秩序，坚决抵制无序价格战、区域内耗，引导鲁酒从“各自为战”转向“抱团作战”。同时，协会持续整合权威媒体资源，统一对外塑造鲁酒整体品牌形象；组织企业互相参观学习，互利共赢；持续开展“山东省最守诚信鲁酒经销商”“最具市场竞争力的鲁酒品牌”奖项评选，树立行业标杆，引导产业诚信经营、品质发展。

薛会长坦言，白酒行业进入深度调整期后，各鲁酒工商企业压力陡增，协会更要主动靠前、扎实服务，包括持续落地数字化营销赋能、行业专项培训、消费趋势调研等精准服务，引导鲁酒企业平稳穿越行业调整期，筑牢鲁酒产业发展基本盘。

聚焦本土深耕实战破局 主题论坛 破解鲁酒当下发展瓶颈

每届山东省糖酒会配套主题论坛，都是协会重点打磨的行业核心IP，也是赋能鲁酒实战突围的关键抓手。本届山东省糖酒会主题论坛以“鸢都聚势谋远，鲁酒深耕向新”为主题，会前，薛会长向记者详解了论坛策划的初衷与核心价值。

薛会长分析了当前鲁酒面临的行业困境：山东坐拥600亿级的白酒消费大盘，是全国酒水的必争地，但目前省外品牌本土占比超六成。过去，不少鲁酒企业未能认清品牌影响力偏弱、资金实力有限等行业共性短板，存在重外拓、轻深耕的现象，发展脱离实际，盲目



布局省外增量市场，丢失了家门口的根据地优势，陷入省外市场拓展乏力、本土根据地失守的尴尬处境，导致企业市场根基不稳、增长乏力。正因如此，本届论坛摒弃空洞的理论探讨，聚焦山东本土市场深耕，全方位输出可落地、可实操的实战方案，统一行业“深耕齐鲁、守好底盘”的发展共识。

谈及论坛核心研讨内容，据薛会长介绍，本次论坛聚焦四大实战板块，直击行业痛点：一是根据地市场精耕方法论，拆解县域下沉、渠道扁平、全域覆盖的落地打法；二是鲁酒产品创新路径，立足低度浓香优势，布局年轻化、特色化新品；三是数字化营销转型，分享短视频引流、线上线下联动动销实操案例；四是厂商共生新模式，构建命运共同体，合力抵御市场冲击。

薛会长表示，历届论坛成果已经充分验证，务实、落地、贴合本土的分享内容，能够切实指导鲁酒企业优化渠道、迭代产品、提升业绩。本届论坛邀请鲁酒骨干企业掌门人交流、研讨可复制经验，目的就是让参会企业学有所用、用有所成，推动鲁酒企业深度合作、抱团发展。

锚定长期发展大势 拆解鲁酒高质量发展三大核心主线

立足酒业深度调整的行业大势，结合山东市场消费特性与鲁酒产业禀赋，薛会长对行业机遇、挑战与未来路径做出系统性研判，明确鲁酒未来三年必须坚守的三大发展主线。

薛会长认为，当前，酒业品牌集中化、竞争白热化加剧，这也是鲁酒面临的共性挑战。但山东人口基数大、消费

氛围浓、产业体系全，鲁酒低度浓香品类全国领先、本土消费群体庞大且消费黏性极强，依然拥有无可替代的发展优势。穿越行业周期，鲁酒唯有守正深耕、扬长避短，方能稳步生存、发展。

对此，薛会长提出三大核心发展路径。

第一，精耕本土根据地，实现全域渠道深耕。企业要摒弃粗放的扩张模式，推进渠道扁平化，精减中间环节，核心市场自建直销团队，下沉县域、乡镇、村居终端，实现无缝隙覆盖；第二，坚守产品差异化，夯实鲁酒特色优势。持续优化低度浓香工艺，做到降度不降香、低度高品质，紧跟年轻化消费趋势，优化产品颜值、创新产品风味，主流腰部价格带的产品要稳健经营，严控盲目冲高、无序内卷；第三，深挖齐鲁文化赋能，打造独有品牌壁垒。依托儒家文化、运河文化、黄河文化、泰山文化等本土IP，将地域文化融入产品传播和文旅场景，用年轻化、大众化方式讲好鲁酒故事，提升品牌附加值与消费者认可度。

展望行业趋势，薛会长判断，产品品质升级、数字营销普及、绿色酿造落地，将是未来酒业发展的三大方向，鲁酒企业必须提前布局、顺势转型，牢牢守住本土消费主动权。密切调研、观察市场消费产品及消费形式的变化，根据新形式、新场景的消费需求调整企业的产品结构，及时推出适合的新品满足市场需求。

抱团聚力共启新程 共绘鲁酒振兴新图景

盛会启幕在即，薛会长对本届山东省秋季糖酒会寄予厚望，同时向全国客

商、鲁酒企业、渠道经销商发出诚挚寄语与行业倡议。

薛会长表示，欢迎全国二十余省市客商齐聚潍坊，借助山东省秋季糖酒会平台对接资源、精准选品、深化合作、共赢商机。针对鲁酒企业，薛会长建议全体同仁坚定信心、坚守品质、坚持抱团，依托山东庞大的消费市场与完整的产业集群优势，走特色化、差异化发展道路，摒弃内耗竞争，合力做大本土市场蛋糕。

对于广大经销商伙伴，薛会长希望渠道端深度绑定本土鲁酒品牌，深耕区域终端、精做消费者服务，依托鲁酒高性价比、高品质优势，持续挖掘城乡消费增量，构建长期稳定、互利共生的厂商合作关系。

立足新周期、新起点，薛会长强调，鲁酒振兴不是一朝一夕、一家一企的短期行为，而是全行业久久为功的长期事业。协会将持续坚守服务初心，持续升级糖酒会、主题论坛等核心行业平台，凝聚产业合力，引领鲁酒企业扎根齐鲁、守正创新、聚力深耕，助力鲁酒在行业调整周期中稳底盘、提增量、启新局，书写新时代鲁酒高质量振兴的崭新篇章。目前，（第93届）秋季山东省糖酒商品交易会各项筹备工作已全部就绪，盛会即将盛大启幕，静待万商齐聚，共观鲁酒新形象、共拓鲁酒新未来。



作为深耕鲁酒行业三十余年的见证者、山东省糖酒商品交易会的领路人，山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐始终以服务产业、赋能企业、规范行业为初心，持续以山东省糖酒会为载体，为山东酒业流通赋能、为鲁酒抱团发展蓄力，把脉第93届山东省秋季糖酒会，解码鲁酒振兴实战新路径。