



CHINA WINE NEWS 华夏酒報

SINCE 1989

2026年8月
18
星期二
今日12版 总第3440期
统一刊号:CN37-0034
中国十佳行业报
山东秋季糖酒会特刊

专业·专注·建设性

薛剑锐：深耕向新，共拓鲁酒新未来

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。

本报记者 孙晓琳 发自济南

当前，酒业品牌集中化、竞争白热化加剧。但山东人口基数大、消费氛围浓、产业体系全，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，鲁酒依然拥有无可替代的发展优势。

对此，山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐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。

A3

New
新视点

国产葡萄酒的“断舍离”

国产葡萄酒要找到自己的位置，不是靠模仿波尔多、不是靠堆砌术语、不是靠高端绑架，而是老老实实在地回答一个问题：中国消费者在什么时刻、什么场景，愿意打开一瓶葡萄酒？A8-A9

亚太日常消费趋势如何重塑中国酒业？

本报首席记者 杨孟涵 发自北京

近日，英敏特发布的《2026年亚太区食品饮料行业趋势概览》报告显示，草本饮食不只是“药用”，而开始成为人们日常饮食中的味道、文化和生活方式；功能食品也不再强调“强功效”，而是转向补水、能量管理、舒缓放松等更加具体的日常需求。

这值得酒业，尤其是致力于增添功能性作用的保健酒企业重新思考：如何把传统草本从“功效叙事”转向生活场景，从而更轻松地融入人们的日常

生活？

答案可能不是推出一款“新概念药酒”，而是从产品表达、信任建立和消费场景三个层面重新做一次产品设计。

如果功能型酒饮与佐餐、放松、微醺、社交、节气以及日常生活相连，那么，酒业才真正开始进入新的消费时代。

A4

Headline
特别推荐



中国白酒亟需
一场深刻的认知革命
企业要有勇气撕掉那层虚假的“皇帝新衣”，有智慧告别机械僵化的“牛顿误区”，有能力跳出片面割裂的“盲人摸象”。 A2

中国酒饮市场的
增长逻辑变了
当年轻人不再愿意为“酒桌文化”买单，当居家饮酒和即时配送成为新常态，谁在填补商务宴请留下的市场空缺？ A10

2026年（第93届）山东省糖酒商品交易会开幕式

8月23日 上午 潍坊鲁台会展中心

主办方：山东省糖酒副食品商业协会

2026年（第93届）山东省糖酒商品交易会主题论坛

鸢都聚势谋远 鲁酒深耕向新

8月22日 14:00

潍坊汉斯威士国际酒店（鲁台店）· 1楼鸢华厅

山东省糖酒副食品商业协会

CHINA WINE NEWS
华夏酒報 融媒体
/ 融 / 天 / 下 / 酒 / 事 /