

2026.9.1

编辑:闫秀梅 读者热线:0535-6631047



Focus 关注 A7

破局存量竞争，深耕齐鲁根据地

薛剑锐会长强调，深耕本土根据地市场，是鲁酒企业穿越行业周期的第一战略。鲁酒企业必须牢牢扎根齐鲁市场，精耕县域、深耕乡镇、做实终端、做透圈层，筑牢市场护城河。

本报记者 孙晓琳 发自潍坊

8月22日下午，2026年（第93届）山东省糖酒商品交易会主题论坛如期举行。在巅峰对话环节，由山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐担任主持，泰山酒业集团股份有限公司董事长张铭新，云门酒业集团党委书记、董事长汲英民，山东景芝白酒有限公司党委书记、副总经理赵德义，古贝春集团有限公司党委副书记、总经理张洪昌，红太阳酒业集团副董事长、总经理任志刚，山东花冠酒业有限公司总经理何华伟，六位鲁酒掌舵人立足企业经营实战，输出大量仍具参考价值的干货观点。

稳健不忘发展 发展不忘稳健



泰山酒业集团股份有限公司
董事长张铭新

论坛现场，张铭新立足行业深度调整的时代背景，对鲁酒当前面临的机遇与挑战展开深度剖析。他表示，当前，酒业存量竞争加剧，外部品牌不断下沉挤压本土生存空间，市场分化持续加剧，鲁酒板块机遇与压力并存。鲁酒企业要想突围，不能脱离山东市场实际空谈规模扩张，应当回归商业本质，把经营重心回归到产品、渠道与消费者上。

行业已经进入深度调整，消费人口红利消退、名酒持续下移，压力客观存在。企业生存的第一要义就是稳：稳住产品价格，坚决杜绝价格倒挂；稳住渠道，最大化保障经销商利益；稳住产品质量，筑牢消费者复购根基。

当下，鲁酒发展不片面追求高速扩张，守好现有基本盘就是胜利。不盲目多元扩张，量力而行；鲁酒不宜盲目大举向外地全国化，优先深耕本土根据地市场。泰山酒业泰安本土市场贡献超过六成销量，根据地扎实，企业心中才有底气。企业经营必须讲求盈利能力，同时坚持依法纳税，实现长久健康发展。

找准自我定位 践行企业长期主义



云门酒业集团党委书记、董事长汲英民立足北方酱酒特色赛道与鲁酒整体发展格局，分享了企业长期经营的核心逻辑。他表示，当前，行业彻底告别高速增长，进入价值竞争、存量博弈、理性消费的全新周期，靠热度、靠炒作、靠规模扩张的时代已经结束。鲁酒企业必须摒弃浮躁心态，沉下心做品质、做品牌，坚持长期主义，走适配自身

资源禀赋的特色发展道路。

鲁酒想要穿越行业周期，必须坚持“品质立根、产区立势、文化立魂”。未来的行业竞争，归根结底是产区价值与品牌底蕴的竞争，鲁酒企业要依托独有的北方酿造风土优势，持续夯实工艺标准、升级酒体风格、塑造产区辨识度。同时，要以长期主义经营品牌，不急一时销量、不图短期热度，用稳定品质、持续深耕、长久口碑筑牢企业生存底盘，共同提升鲁酒的产业价值与行业地位。

回归白酒业务本质 重塑厂商关系



山东景芝白酒有限公司
党委书记、副总经理赵德义

当前，行业出现价格倒挂、库存高企，消费者更加看重产品的质价比。白酒首先是饮品，品质是一切的根本。鲁酒企业要建立酒体优先的产品开发机制，精简无效的SKU，砍掉汇量式虚假增长。营销上，企业要从盯着经销商打款，转向回归消费者。企业考核应增加开瓶率、复购率权重；传播上，企业应回归工艺与品质，少讲故事；合作上，拥抱新媒体，但要量力而行，追求流量转化为真实动销。重塑健康的厂商关系，合理分配渠道利润；对经销商画像进行分类，分清厂家主导、商家主导不同的合作模式，区分配送商与综合运营商。

“五大坚持”走好鲁酒发展路



古贝春集团有限公司
党委副书记、总经理张洪昌

张洪昌结合企业的经营实践与鲁酒发展现状，分享了企业高质量发展的实践思考。他表示，当前，酒业市场环境复杂多变，消费需求持续迭代，企业想要稳住底盘、稳步向前，就不能追求短期的爆发式增长，而是保持战略定力，立足自身实际，走可持续发展之路。

围绕企业经营，他重点阐释了“五大坚持”的实践内涵：坚持品质为本，筑牢发展根基；坚持文化赋能，深挖运河文化，打造品牌内核；坚持扎根本土大本营市场，持续精耕区域渠道，维护好厂商合作关系，下沉县域与重点终端，做好消费者培育，把本土市场的基本盘做扎实；坚持厂商共生，与经销商共渡难关，不一味地压货；坚持做实低度浓香，这是鲁酒的核心特色。根据市场反馈调整企业产品矩阵，创新传播方式，主动贴近新一代消费群体，做到守正而



不守旧，要在存量市场挖掘增量。

四个坚持 做有温度的本土区域酒企



红太阳酒业集团
副董事长、总经理任志刚

任志刚表示，当下，行业已经步入深度调整期，消费群体、消费场景、消费观念都在发生深刻变化，消费者选购白酒不再单纯看品牌名气，而是更加看重产品性价比、品质体验以及情感价值。省外品牌持续下沉山东市场，市场竞争进一步白热化，鲁酒企业既要客观看待外部带来的竞争压力，更要挖掘本土市场独有的优势与机会。第一，坚持品质制胜，科技赋能酒体升级，与高校共建实验室，优化酒体舒适度；第二，深挖地域优势，渠道扁平化下沉到乡镇、村级终端，数字化管控全链条；第三，拥抱年轻群体，开发低度适口新品，尝试白酒调饮；第四，做有情怀、有温度的企业，坚持公益反哺家乡、助学兴教，擦亮本土暖心品牌。

对比全国看山东 鲁酒仍大有可为



山东花冠酒业有限公司总经理何华伟当前，全国白酒行业呈现“三降一升”局面：产能、收入、利润下滑，亏损面上升。对比全国其他省份，山东白酒市场下滑幅度较小。这一核心优势来自山东过亿的人口基数，山东市场存量底盘巨大。近三年来，花冠聚焦建设七大体

系：高质量经营决策体系、大生产品控技改体系、年份酒储存体系、工艺配方体系、人才梯队建设体系、财富分配体系、业务财务一体化运营平台。股东利益后置，优先保障员工、渠道、终端收益，实事求是面对问题。

锚定定力稳经营 抱团深耕启新程



山东省糖酒副食品商业协会
会长薛剑锐

最后，薛剑锐会长进行了总结发言。

他表示，整场对话务实深刻、直击痛点，各位鲁酒企业家立足企业实战、立足山东市场，讲真话、讲实话、讲干货，充分展现了鲁酒企业面对行业调整的清醒认知与责任担当。当前，白酒行业进入了深度调整周期，消费结构持续转变、商务消费收缩、大众消费回归理性，饮酒人口逐年减少、市场增量见顶，存量博弈、品牌挤压、价格内卷成为常态化态势，行业整体经营难度持续加大。

薛剑锐会长强调，越是行业低谷期，越要稳住心态、守住底盘、稳住基本盘。虽然外部压力持续加大，但山东作为全国白酒消费大省，人口基数大、消费氛围浓、市场底盘稳，鲁酒企业的生存根基从未动摇。鲁酒最大的优势，就是拥有成熟的低度浓香品类、稳固的本土消费基础和团结协同的行业生态，这

是省外竞品无法复制、难以撼动的核心竞争力。

针对企业当下的经营现状，薛剑锐会长再次重申“坚定信心、顺势而为、谨慎经营”十二字原则。经营上，坚持“小利不放、中利紧抓、高利随市”，不盲目扩产、不跟风内卷、不冲动调价，严控库存，稳定好价格体系、保障渠道利润，坚决杜绝价格倒挂、无序竞争，维护良性健康的市场秩序；发展上，鲁酒企业要摒弃浮躁的心态，不再追求粗放式规模增长，转向高质量、可持续、重利润的稳健经营模式。

谈及鲁酒未来的发展路径，薛剑锐会长明确，深耕本土根据地市场，是鲁酒企业穿越周期的第一战略。鲁酒企业必须牢牢扎根齐鲁市场，精耕县域、深耕乡镇、做实终端、做透圈层，筑牢市场护城河。企业要坚持差异化发展，依托自身产区特色、品牌底蕴、产品优势找准赛道，不盲目模仿、不跟风同质化，各展所长、错位发展。

薛剑锐会长着重强调了“抱团共生、聚力共赢”的鲁酒精神。鲁酒企业既是竞争伙伴，更是命运共同体。越是市场艰难，越要相互学习、相互赋能、彼此成就，对内良性竞争、对外一致发声，共同维护鲁酒整体品牌形象、共同做大山东白酒市场蛋糕。依托山东省糖酒会与主题论坛这一交流平台，凝聚行业共识、汇集发展合力，让鲁酒在行业洗牌中稳得住、走得远、行得稳，持续推动鲁酒振兴稳步向前。

目前，行业面临消费逻辑切换、传统政务商务消费缩减、人口与饮酒人群不可逆减少等困境，但山东庞大的市场底盘依然存在。今后，鲁酒要抓好三件大事：第一，深耕根据地市场不动摇，守好家门口市场；第二，资源向营销团队倾斜，强化营销人才激励；第三，探索新型厂商利益共同体，可尝试股权绑定模式。同时，布局配制酒、低度特色酒，迎合年轻群体需求，坚定信心，立足山东、稳扎稳打、厚积薄发。