

河南白酒企业组团赴山东考察,召开座谈会 4 场,现场交流 2000 多人次

豫酒向鲁酒学习什么

11 月 21 日~25 日,由河南省酒业协会副秘书长赵书民带队,宋河、宝丰、仰韶、张弓、杜康、皇沟、豫坡、养生殿等近 20 家豫酒企业参与的河南酒业赴山东考察团,从 11 月 21 日踏上齐鲁大地,到 11 月 25 日晚上返回郑州,短短的五昼四夜,从鲁西北到鲁西南,从东海之滨到泰山脚下,走访齐鲁五大白酒企业,考察数十个技改项目,召开座谈会 4 场,现场交流 2000 多人次,所见所闻,无不令每位豫酒人颇感震撼。短短的五天之行,给豫酒带来了什么?豫酒应该向鲁酒学习什么?

鲁酒优点

坚持个性,持之以恒

芝麻香型白酒是鲁酒的金字招牌,低度白酒则是鲁酒的另一张王牌。

张弓酒业总经理孙西玉认为,芝麻香的独特韵味将成为鲁酒走向全国市场的利器。“全国的其他一些香型主要是在继承传统,而只有新中国成立后发现的芝麻香型是在不断创新中。芝麻香也是最早将生物技术运用到白酒上来的,而直到现在,芝麻香仍在不断进行着创新,从消费者的口感需求出发,研究更加适合消费者的产品,可以说,芝麻香培育了一个新的消费群。”孙西玉说。

孙西玉认为,目前鲁酒大部分企业都将主要精力投入到芝麻香的研究中,这为芝麻香的快速发展奠定了良好的基础。

据了解,2009 年 9 月 12 日,山东省人民政府和中国轻工业协会主办的“芝麻香·中国香”中国芝麻香型白酒发展论坛上,山东扳倒井集团、山东景芝酒业股份有限公司、趵突泉酒业、泰山生力源集团成为中国芝麻香型白酒领军企业。国井芝麻香、一品景芝、趵突泉芝麻香和五岳独尊芝麻香被认定为“中国芝麻香型白酒代表”。

鲁酒的另一个显著特点是低度白酒,山东的一些企业老总告诉笔者,山东省本地白酒产品低度白酒占据着 70% 左右的绝对市场优势,主要是 32 度~40 度,有的厂家甚至还推出了 30 度以下的低度白酒,市场反响俱佳。

低度白酒本是上世纪 70 年代在河南研制成功的,然而,这个改变中国白酒命运的创举却给山东、黑龙江等外省带来了核心竞争力。难怪

著名白酒专家沈怡方说,低度白酒在河南开了花,却在山东、黑龙江结了果。

除了个性产品,关键的一点是能否坚持,山东的几个酒厂核心畅销产品,大都是经过几年甚至十多年的坚持,他们千方百计做好市场引导,让消费者逐渐对产品形成消费习惯。像爬山一样,谁能坚持到最后,谁便能看到最美的风景。

鲁酒优点

创新工艺,做大做强

豫酒考察团每到鲁酒企业,除了参观厂房设备、生产工艺、文化建设之外,座谈成了必不可少的功课。通过与鲁酒当家人的交流和座谈,豫酒人深刻地体会到了鲁酒能够做大做强的精髓所在。

在河南皇沟酒业有限公司党委书记张树强看来,鲁酒在生产工艺和生产机械化上的创新,使他印象深刻。张树强说,扳倒井集团的井窖工艺让人记忆犹新。北方地区气候干燥、多风、温差大,长方形窖池在北方保温保湿的效果较南方差一些,容易造成发酵前期升温过猛。特别是滴窖时,水分挥发快,容易造成窖皮泥板结老化,不利于滴窖。而扳倒井井窖工艺克服了以上缺陷。它最大的优点就是具有较好的保温、保湿效果,其独特的结构相当于在酒醅的上方营造了一个南方小气候环境,保证酒醅的发酵过程按照“前缓、中挺、后缓落”的低温发酵规律进行,极大地改善了扳倒井酒的风格质量。

古贝春集团董事长、总经理周晓峰认为,古贝春的发展得益于创新。古贝春成功研制出历史上只适宜南方气候的“包包曲”,被山东白酒工业协会评定为“山东省白酒技术创新成果一等奖”。

而景芝酒业和花冠酒业在生产机械化方面的运用,也让我们看到了鲁酒在技术创新上的不懈追求。景芝酒业的现代化酿酒车间,是全国第一个自行设计的粮食酒机械化车间,其设备流程曾在 1977 年被国家轻工部定为标准设备的蓝本之一。花冠酒业巨资兴建的自动凉糟机、活动蒸酒锅甑、单梁起重设备等,也是白酒机械化生产方面的创举。鲁酒在生产工艺和生产设备上的创新,让同行感到惊叹。

在豫酒同行的眼中,鲁酒的所有优点都集合到了鲁酒企业的创新

和实干精神上来。无论是芝麻香型的产品研发,还是芝麻香型产品的推广,无论是鲁酒文化的定位,还是市场运作体制的实施,无论是传统工艺的发掘,还是品牌价值的提升,创新与执著是鲁酒企业的法宝。

鲁酒优点

退守家门,市场称王

鲁酒曾一度在缺少文化积淀、品牌知名度及亲和力的情况下,盲目进军全国市场,结果溃不成军。“标王”事件之后,经过退守、反思,最后大多选择了在山东乃至当地生存。

在泰山酒业,虽然负责营销的公司老总在外出差,豫酒同仁却对到场的泰山酒业省内营销公司苏姓女负责人刨根问底。山东泰山酒业集团销售业绩最好的泰山特曲营销公司每年以 40% 的速度增长,涵盖的 15 个地级市 2010 年销售额 4 亿元。他们推行以根据地市场为同心圆推进的发展方式,由 1+1 的营销模式向 1+X 营销模式转变。在每个省辖市,鲁酒几乎是遍地开花。在德州,古贝春集团年销售额将突破 6 亿元。在潍坊,景芝酒业年销售额突破 5 亿元。

从鲁酒的身上可以看出,有了家门口市场的滋养,才能支撑企业向外地市场扩张。正像山东泰山酒业一位高管说的那样,如果企业销售额不超过 20 亿元,就没有必要在外边浪费钱财,像扳倒井在淄博、东营、滨州,景芝在潍坊,泰山在泰安,古贝春在德州,花冠在菏泽,每年都是几亿元的销量,而这些地域的投入产出比是最高的,也是这些企业最盈利的地区。

众所周知,河南消费者喜欢尝鲜,但更为重要的是消费者对于自己家乡的产品缺乏了解和信任,或者产品的档次、包装难以满足面子的需求。目前在河南,像宝丰在平顶山、张弓在商丘、皇沟在永城、淮源在桐柏取得了当地消费者的认可,但这仅仅是其中一小部分。放眼整个河南,还有不少市场是被外地品牌所垄断,尤其在豫北市场和豫南市场,外地品牌业绩骄人,值得豫酒去深思。

鲁酒优点

厚今薄古,培育市场

苏酒的品牌、鲁酒的香型、徽酒的营销、豫酒的文化,这是多年来业界对中国白酒的概括。

多年来,豫酒最引以为自豪的就

是酒文化。作为中原文化的代表,豫酒品牌历史文化悠久,杜康、仪狄等酿酒鼻祖都出自河南,还有道教文化、大宋文化、殷都文化、大河文化、平顶山应国文化等多种历史文化的挖掘,让豫酒从诞生之日就厚重大气,这是事实,谁也无法改变的事实。

然而,论及鲁酒,可能一些没有历史基因的品牌却能得到茁壮成长,得到消费者的认可,这实质上说明,现代的经营思路同样能够做好白酒。说白了,白酒最为重要的还是现代酒文化和酒类消费文化的培育。酒的质量有保证,消费者肯定会重复消费,从而形成口碑效应;培育良好的饮酒习惯,引导科学的白酒消费,迎合消费者健康理念的追求,满足新一代白酒消费群体的意愿,才是白酒产业发展的必然选择。

历史再悠久的品牌,如果缺乏

质量这一基础,就像空中楼阁,自然会轰然倒塌,从而伤害到整个产业。因此,品牌与现有的市场、现有的消费者相关联,只有取得良好的市场业绩,品牌的历史文化才会更加闪亮。

河南省君利酒业股份有限公司董事长张利群告诉笔者,豫酒发展需要优质产品、健康引导、有效推广,只有这样,豫酒才能有好的发展。

总而言之,豫酒与周边的苏酒、徽酒、鲁酒相比,都有十分大的差距,这是豫酒必须面对的问题,但这并不意味着豫酒不能迎头赶上,焕发青春。豫酒品牌历史文化之厚重,是其他省份白酒品牌所不可比拟的,强劲的资本注入,再加上适合的运作模式以及适合的口感产品,豫酒的腾飞不是没有希望。

(岳晓声)



在山东扳倒井集团召开座谈会



参观山东扳倒井集团的井窖



杜绝假酒危害 捍卫健康生活

投诉热线:8599376