

主题系列活动即将启幕

庆祝红太阳创牌 30 周年暨祥酒上市 40 周年

30 年前,红太阳品牌正式创建,为中国白酒赋予新的文化象征,由此开始,弘扬红色文化,酿造品质好酒,成为红太阳人的责任与使命。
40 年前,第一款酱香祥酒成功面市,这是红太阳酒业集团在酿酒技术上的一次历史性突破,从此开启了长达 40 年的“酱香飘神州”的传奇故事。
如今,已至“而立”和“不惑”的红太阳品牌和酱香祥酒,分别迎来了创牌 30 周年和面市 40 周年的重大时刻。为了更好地展示历史底蕴,分享发展成果,红太阳酒业集团拟于 12 月下旬举行盛大庆典活动,其精心策划的主题系列活动也即将拉开帷幕。

30 年,见证中国白酒升起“红太阳”

历史是一面镜子,可以回顾往昔,照见现实。在红太阳酒业 75 年的发展历程中,1993 年和 1983 年,是最为值得纪念和铭记的重大节点,也是一个载入厂史、值得回顾的重要时刻。

1993 年,红太阳酒业的前身“山东祥酒厂”正面临着产品老化、市场萎缩、销售下滑的重重危机,在这非常时刻,红太阳人怀着对红色文化的信仰和追求,以勇于创新、敢为人先的精神与气魄创建了“红太阳”品牌,并在当年成功推出“东方红太阳”系列产品。红太阳新品面市后,大受消费者欢迎,迅速走红市场,一举扭转了酒厂的困顿局面,也由此确立了以“红太阳”品牌为主线的战略方向和发展路径。

在此后长达 30 年的时间里,红太阳人在红色文化信仰的深刻影响之下,传承红色基因,发扬奋斗精神,把酿造好酒的理念根植于企业发展的血脉中,致力于产品质量的精进和科研水平的提升,并陆续推出了红色经典 1949、1921、1893 和红 1 号等明星产品,为红太阳从优势品牌、强势品牌向著名品牌的挺进和跨越打下了坚实基础。

30 年的红太阳创牌史,并不算一段很漫长的历史,但对于红太阳酒业来说,却具有极为重要且不凡的意义。30 年间,中国白酒行业见证了红太阳品牌的冉冉升起,30 年来,中国白酒市场见证了红太阳产品从无到有、从有到优、从优到精的传承延续。于创新中成长,在竞争中壮大,红太阳酒业的崛起,让业界看到了一家陷入困局的企业如何以破釜沉舟的勇气谋新篇、创新局,实现从站起来到强起来的蜕变和跃升。

40 载,打造中国祥酒第一品牌

时钟拨回到更早的 1983 年,在中国白酒泰斗周恒刚先生的亲自指导下,历经 5 年的潜心研究和反复试验,第一代酱香



祥酒正式面市,这是中国白酒行业较早的酱香产品之一,也成为企业发展中的重大转折。短短几年时间内,祥酒的销量节节攀升,一举成长为家喻户晓的明星产品。

20 世纪 90 年代初,祥酒的产量已经突破 2000 吨,在当时位列全国酱酒企业产能第三名,该企业成为北方规模最大的酱酒生产基地。此后,祥酒还携荣获世界金奖之势,红遍祖



国的大江南北,创造了香飘神州的奇迹,并出口到新加坡、马来西亚、泰国、香港等国家和地区。

竹子种下,用了 4 年时间,仅仅长了 3 厘米,但从第 5 年开始,它会以每天 30 厘米的速度疯狂地生长,短短几周时间就能长到 15 米。其实,在前面的 4 年,竹子不是没有生长,它只是将根在土壤里延伸了数百平方米,这就是众所周知的“竹子

定律”。

祥酒亦是如此。从工艺创新到品质提升,从基础设施到规模产能,从专业团队到人才培养,红太阳酒业用了 40 年的时间,培育祥酒不断向下扎根,积蓄力量。时光积淀,岁月雕琢,才能让耐得住考验、守得住初心的祥酒,在酱酒品牌林立的当下,爆发出厚积薄发的强大势能,以品质赢得口碑、征服市场,成就了今天的“中国祥文化白酒第一品牌”。

主题系列庆祝活动即将启幕

红色文化,是红太阳酒业的品牌底色,也是企业发展的永恒基因,为了更好地在与时俱进中传承弘扬红色文化,红太阳酒业拟于 12 月下旬在红太阳创牌 30 周年盛典当晚,举办盛大的红色文化艺术节,与时代同频共振,让文化传播更有价值、更有意义。

以担当传承文化,以文化赋能发展。即将举办的首届红色文化艺术节,不仅会成为红太阳酒业又一个新的“超级 IP”和品牌文化盛事,成为企业展示信念、精神和愿景的重要载体,也将更具深度和广度地彰显出红太阳酒业文化底蕴,为行业树立文化白酒的新标杆,在市场引领文化白酒的新风尚。

在红太阳创牌 30 周年盛典暨首届红色文化艺术节正式举办之前,红太阳酒业还将陆续启动“老酒征集”“老窖池保护区挂牌”“敬我心中的红太阳”征文、戴玉强与爱乐男生合唱团音乐会等一系列主题活动,为即将到来的盛典和文化艺术节预热造势,也让众多关心红太阳酒业的朋友们提前感受到这场盛会的浓厚氛围。

日子,凭着雅兴就能消磨;时光,唯有坚守才有收获。30 年的默默耕耘和 40 年的扎根蓄势,终成如今的枝繁叶茂。依托红太阳、祥酒双品牌战略并举模式,红太阳酒业在复杂多变的 market 环境中始终保持强大竞争力的同时,不断厚植产能、规模、技术、品质、文化、品牌等多个层面的发展优势,成为新时代备受行业和消费者认可的品质好酒和文化名酒,也成为一张不可替代的“济宁名片”。

“讲文明 树新风”公益广告

—— 绿水青山就是金山银山 ——



保护环境 让生活更美好

济宁日报社制作