

《古贝之路》第二部^③：白版 2.0 开创鲁酒“第三极”——(2018—2019, 从年“芳”四十到“酱”心独运)



2019 年 11 月 15 日,古贝春集团举行了一场“媒体开放日”活动,该集团向参加活动的上百家媒体表示:白酒主业当年已实现销售收入较上年同期增长 18%,特别是其酱香型产品增量惊人,较上年同比增长了 205%,成为拉动全年业绩增长的强劲力量。该企业董事长周晓峰进一步指出,“双白版”尤其是中度酱香白版酒的拉动功不可没,正如山东省白酒协会原会长、山东白酒专家组原组长黄业立先生所言:以古贝春集团创领的中度酱香产品为增长极的北派酱香已经成为继低度浓香与芝香之后鲁酒产业发展的“第三极”。

从“白版 2.0”到鲁酒“第三极”,继 2012 年中国白酒结束“黄金十年”,二、三线品牌步入“求生新常态”,特别是鲁酒阵营乏善可陈之际,古贝春集团依靠两瓶光瓶酒重回增幅两位数区间的“逆行”之举自然广受瞩目。

——精准产品,让每一款都成“爆款”。

古贝春中度酱香白版酒的正式推出是 2018 年 11 月 18 日,而“双白版”的首次提出是 2019 年的 6 月 11 日,随着浓香型水晶白版的研发成功,该公司当时借助“中国首届高价值光瓶酒论坛”正式宣告:历经 20 年淬炼,融合“低醉酒度的身体体验”与“极简主义的消费主张”于一体的古贝春“白版

本报讯 4 月 18 日,由中国广播电视社会组织联合会携手山东广播电视台联合发起的“花开齐鲁遍地香”新发展理念融媒体采访行走进古贝春。中国广播电视社会组织联合会广播新闻节目委员会会长杜嗣颀、山东广播电视台综合广播频道总监原宝国、中国广播电视社会组织联合会广播新闻节目委员会副秘书长苏新及来自中央广播电视总台、北京卫视等 24 家主流媒体的 70 余位媒体人,通过全天候沉浸式采访,全方位展示古贝春在智能酿造、文化传承、生态建设等领域的创新实践,见证传统产业在齐鲁大地上的现代化转型之路。武城县委常委、宣传部部长姚宁陪同活动。

在酒文化馆前,我公司党委书记、董事长徐秀菊致欢迎辞。她强调,古贝春始终坚守“和合共生、开拓奋进”的核心价值观,致力于传承与发扬传统酿酒技艺,在品牌文化建设、技术创新上不断发力,取得了显著成果。未来,古贝春集团将继续坚守品质,为消费者提供更多优质美酒。

在“老城酒厂”文化基地”的百年窖池群前,采访团用镜头记录下时光封存的酿酒密码。公司党委副书记顾金栋介绍,这座始建于 1952 年的古贝春酒厂旧址在 2022 年元月荣膺山东省文物保护单位。从见证古贝春 70 余年风雨的“醉柳”,到完整保存的 4 座清代康

匠心酿得齐鲁春

——全国广电融媒体山东采访行走进古贝春

熙年间窖池群,不仅镌刻着古贝春美酒的时间印记,更是其历史文化之源。顾金栋还讲述了“古贝春”名称的由来,武城古称贝州,“古贝”由此得名,而“春”在古代是酒的雅称,两者融合,便有了“古贝春”这一美名。

随后,采访团移步新厂厂史馆,瞬间被浓厚的历史氛围与品牌底蕴所包围。从初创的艰难探索,到技术革新的跨越,再到品牌崛起的辉煌,多媒体互动屏与文字展板生动展现了古贝春的传奇历程。公司党委副书记、总经理张洪昌在接受采访时指出,古贝春历经三次创业,实现了从品牌创建到名牌打造,从地方企业到行业翘楚的跨越式发展。70 余载春秋,古贝春不断优化产品结构,合理规划布局,形成古贝春、古贝元、国蕴三大品牌共辉,浓香、酱香、兼香主导香型齐全,高、中、低档产品品类完备的全国纯粮食酒重点生产企业格局。他强调,古贝春将持续强化品牌定位,深耕主业,发挥特色,稳步拓展市场,加强品牌文化建设,致力于为消费者打造更高品质的美酒。

走进手工班酿造车间,热浪与醇厚酒香交织,仿佛穿越至传统酿造的时光隧道。这里,每一道工序都是古贝春对传统工艺的

家族”基本形成,开启中国高价值光瓶酒的“白版 2.0 时代”。一年时间,浓、酱相系的“水晶之恋”创造的业绩传奇俨然成为中度酱香“周年庆”最好的礼物。

“这个是可以想见的。”对此,该公司总工程师、中国白酒大师吴兆征风平浪静的回答透着爆棚式的自信。“真的,干什么事儿你都得抓准关键点,并且抓准的越多越好。”他接着解释:在产品的研发与结构调优上,近十年其实他们一直在做,准确度也是越来越高,白版酒的成功不是偶然的而是必然的,原因就在于他们抓准了以消费诉求为原点的研发关键点。

不求“大”不求“洋”,以质取胜,按“需”供给,概括地讲这是该公司董事长周晓峰的“企业经”,具体到产品结构上,他说就是“品质与口感上用加法,品类与包装上用减法”,并且一定要注意按“需”供给,这个“需”不是指需求的“量”,而是指需求的“质”,是消费者对产品基于质量基础上的关键诉求,比如口感,比如身体舒适度等等。“更多的满足消费者体验诉求是产品开发成功的关键因素”周晓峰说,相对于白版酒来说,这些关键点最主要的就是“低醉酒度”、“高舒适度”,当然这里面会有很多具体的指标,把这些弄明白白版酒就成功了,这同时也是中国白酒大师的价值所在。

——精准投入,让每分钱都成“金币”。

有减有增,品种的缩减避免了低层次的较量,使科研人员们可以将“以市场为导向”的产品研发更精准地落到实处,中度酱香古贝元白版酒的诞生成为必然。

“实事求是地说,从 1983 年开始直到 2014 年底,三十多年的古贝春酱香对我们而言就象‘鸡肋’,食之无味又弃之可惜,不是咱这个酒不行,茅台酒厂原董事长、白酒大师季克良的老师茅台酒厂原生产技术科长杜安民先生亲自给咱配得方,加上咱三十多年积累的本事,怎么可能不成?主要还是咱北方消费习惯的原因,才显得我们酿酒人也没什么能耐。”回想起中度酱香古贝元诞生之前,该公司总酿酒师董福新无比委屈,“有好几次,公司年初制定计划就有人建议把酱香班停

坚守,传承着白酒酿造的匠心。山东省级非物质文化遗产代表性传承人、古贝春酒传统酿造技艺传承人、公司总酿酒师董福新在接受采访时表示,古贝春酿酒工艺独具特色,品质追求精益求精,秉持工匠精神,坚持师徒传承,并强化技艺培训,铸就了古贝春的核心竞争力,使其产品在市场上独树一帜。

在酒库楼内,公司副总经理杜新勇向媒体介绍,作为全国重点纯粮食酒酿造企业,古贝春在风格与特点上契合现代消费者的口感需求,古贝春白版与百年系列以独特酿造工艺和醇厚口感,深受消费者喜爱。在市场定位上,古贝春精准把握消费者需求,在传承传统酿酒精髓的同时,不断创新,满足现代消费者的口味偏好和市场需求,成功打造出几款畅销大单品。古贝春在坚守传统工艺的基础上,还持续提升装备水平,为产品质量保驾护航。

采访团最后探访了古贝春集团地下酒库、酒仙山,并品鉴了古贝春、古贝元、国蕴系列产品,深刻感受到古贝春深厚的文化底蕴与强大的企业实力。

以酒为媒,此次全国广电融媒体齐聚古贝春,不仅是一次对古贝春酒文化的深度挖掘,更是传统酿造智慧与现代传播力量的璀璨交汇,必将共同书写古贝春高质量发展的新篇章。(本报编辑 张志杰)

了算了,认为养着酱香也是个赔钱货。结果还是周总有老主意,他相信酱香的好日子一定会来,也真是神了,这不是嘛,中度酱香说红就红了”。

对此,周晓峰解释说,他倒不是“神”,事实上古贝元酱香酒的产能本来也不大,坚持三十多年不间断生产,既有“熟络着手艺,留一脉香火”的意思,更取决于他通过对酒业市场多年洞若观火的熟稔之后的一丝自信。“2013 年末,瞄着‘精准化’我们搞了一些试验性动作,现在回想起来由于还是不够‘精准’所以成效不大,到 2014 年底酱香产品没什么起色。我认为不是市场的问题,还是产品定位‘精准度’不够的问题,于是到了 2015 年初,我同兆征同志商量后搞出个‘精准研发’方案,他带着个小班子精英搞了三年多试验,结果就弄出个四十六度的‘中国首创’从一炮而红。”

“其实,就是在酱香热的‘风口’满足了低而不淡和高舒适度的消费需求,这就叫‘精准’,当然,在促销宣传等方面我们做得更多。”相对于产品研发投入上的“精准”,周晓峰觉得他们在营销宣传投入、物资采购投入等方面的精准更值得推崇。他举例说,比如在宣传促销上,随着移动互联背景下全媒体时代的到来,他们对新媒体、全媒体的宣传作用更加重视,今年以来除了在外宣传投入上更加“精准”以外,他们的自媒体转型也做出更多尝试,向平媒、网媒、移动终端等全媒体方向发展。

——精准文化,让每句话都成“经典”。

在诸多经验中,古贝春文化一直是值得称道的,而今年以来的“文化精准化”也成为他们的自觉追求。以古贝春白版酒发展始末为题材创作的报告文学作品《白版》,在今年 6 月登陆各大新闻媒体,“白版 2.0”、“融低醉酒度身体体验与极简主义消费主张于一炉”等古贝春专属用语将成为继“年芳四十”、“酱心独运”之后又一批载入典籍的古贝春标识性用语。

“用丰富多彩的形式,讲好古贝春的故事。”这是周晓峰对企业文化工作者的要求。这个“丰富多彩”在 2019 年的表现尤其突出,除了文字传播越发精彩外,在其他艺术形式上

▲4 月 7 日,山东菏泽凯之宏

酒业公司经理黄立一行 50 人,在古贝春营销公司菏泽办事处主任王东方的陪同下,来古贝春酒厂旧址参观。

▲4 月 8 日和 11 日,济南华致酒行客户一行 38 人和济南市市区直销客户一行 32 人,在古贝春营销公司业务人员的陪同下,来古贝春酒厂旧址参观。

(安全中心副主任 暴志勇)

▲4 月 10 日,德州市税务局副局长刘伟一行 10 人,在武城县税务局党委书记、局长侯帅的陪同下来我公司参观指导工作,我公司副总经理孙步东,总经理助理、行政管理办公室主任丁北云陪同。

(酒文化馆讲解员 李珠珠)

▲4 月 15 日-17 日方圆认证公司山东分公司高级审核员潘红艳一行 5 人组成的认证审核组,对公司的“五合一”管理体系进行现场审核,审核组通过为期三天的审核,对公司 19 个部门产品和服务所涉及的质量、食品安全、环境、职业健康安全和能源活动进行了细致的评审,评审组给予了充分的肯

简 讯

定,确认我公司“五合一”管理体系符合标准、适宜、有效,予以通过现场审核。

(质检中心副主任 周伟伟)

▲4 月 16 日,青岛琅琊台集团党委书记、董事长徐宗喜一行 3 人,来我公司参观交流。我公司党委副书记、总经理张洪昌,副总经理杜新勇,总经理助理、行管办主任丁北云陪同。

(本报编辑 张志杰)

▲4 月 17 日,枣庄市薛城区客户一行 46 人,在古贝春营销公司鲁南办事处主任王斌的陪同下,来古贝春酒厂旧址参观。

▲4 月 17 日,武城县政协秘书长王立堂、李家户镇党委副书记政协联络室主任张国盛一行 11 人,在老城镇党委副书记陈强的陪同下,来古贝春酒厂旧址参观。

▲4 月 19 日和 21 日,济南市城区直销客户一行 34 人和德州市城区直销客户一行 30 人,在古贝春营销公司业务人员的陪同下,来古贝春酒厂旧址参观。

(安全中心副主任 暴志勇)

公司再获国家发明专利殊荣

本报讯 4 月 2 日,国家知识产权局正式通知,我公司生产酿酒车间精心研发的《白酒多轮发酵精准量化生产工艺》成功斩获国家发明专利授权。

近年来,我公司生产酿酒团队

以古贝春强大的科创平台为坚实后盾,紧抓酿酒车间改造的历史机遇,勇于探索未知,潜心研究改进生产过程中的每一个细微环节,成功破解了劳动强度大,生产效率低下及操作不够精细等一系列棘手

难题,精心打造出独具古贝春特色的操作方法与工艺模式,并先后斩获 12 项国家专利的认可,为公司的高质量发展之路添砖加瓦,铸就了坚实的创新基石。

(公司技术总监 王广鹏)

古贝春：以稳健步伐迈向百年企业之路

最宝贵的财富。

我在团队建设上有着独到的理念。一方面,集团高度重视文化融合,通过定期举办企业文化活动,让“匠心酿造、诚信经营”的理念深入人心;另一方面,不断完善人才梯队建设,为年轻骨干提供成长空间。

特别值得一提的是,集团领导班子始终以身作则。在拓展训练中,党委班子成员全程参与,与员工同吃同住;在日常工作中,管理层坚持深入一线,了解基层实际情况。这种上下同欲的氛围,为企业发展注入了强大动力。

“没有优秀的团队,再好的战略都难以落地。”董事长徐秀菊经常这样告诫管理人员。正是这种对人才队伍建设的高度重视,使得古贝春在面对市场变化时总能保持从容。

厂商共赢:构建可持续发展生态

合肥联谊会的颁奖环节,一位与古贝春合作二十余年的经销商激动地说:“这些年来,最让我感动的是古贝春始终把经销商当作战略合作伙伴,而不是简单的生意对象。”这番话道出了古贝春厂商关系的精髓。

在白酒行业,厂商关系往往决定着市场发展的质量。古贝春深谙此道,始终致力于构建互利共赢的新型厂商关系。一方面,集团不断完善经销商支持体系,从市场策划到终端培训,提供全方位的支持;另一方面,建立更加科学的评价机制,引导经销商注重市场健康发展。

“我们不再单纯考核销量,而是更关注市场基础工作的质量。”营销总监赵恩国解释说。这种导向的变化,让经销商能够把更多精力投入到消费者服务上,形成了良性循环。

与此同时,古贝春还创新合作模式,通过数字化手段提升协同效率。比如开发专属的经销商管理系统,实现订单、库存、市场信息的实时共享;定期组织经销商培训,提升其经营管理能力。这些举措,让厂商合作更加紧密,也为市场持续发展奠定了坚实基础。

这种“不做一锤子买卖”的理念,使得古贝春的经销商流

失率长期低于行业均值 5 个百分点。“就像盖高楼,地基每夯实一寸,未来就能多盖一层。”一位参会经销商感慨。这种“慢即是快”的智慧,恰是古贝春拉开与省内竞争对手差距的关键。

品质坚守:传承工匠精神

走进古贝春的酿酒车间,醇厚的酒香扑面而来。老师傅们正在严格按照传统工艺进行酿造,每一个环节都一丝不苟。“质量是企业生命线”在这里不是一句口号,而是刻在每个人心中的准则。

古贝春对品质的追求体现在方方面面。在原料选择上,坚持使用优质高粱、小麦;在酿造工艺上,恪守传统的同时不断创新;在质量管控上,建立了完善的全流程检测体系。这些持之以恒的努力,造就了产品在消费者中的良好口碑。

“消费者越来越懂酒了,我们必须用更好的产品回报他们的信任。”技术中心的负责人说。为此,企业持续加大研发投入,在保持传统风味的同时,不断提升产品的稳定性和舒适度。

这种对品质的极致追求,正是古贝春能够在激烈市场竞争中保持优势的关键所在。在很多消费者心中,“古贝春”三个字已经成为品质的保证。

文化传承:铸就企业灵魂

在古贝春集团总部,有一座专门的企业文化展馆——古贝春酒文化馆。这里记录着企业七十多年的发展历程,也展示着“和合共生、开拓奋进”的核心价值观。

“文化是企业的灵魂。”徐秀菊董事长经常这样说。在古贝春,文化建设不是虚功,而是实实在在地融入到了经营管理各个环节。比如,在人才选拔中,把价值观匹配度作为重要考量;在绩效考核时,将文化践行情况纳入评价体系。

特别值得一提的是企业的社会责任实践。多年来,

古贝春积极参与公益事业,从支持教育到助力乡村振兴,用实际行动践行着企业公民的责任。这些举措不仅赢得了社会各界的尊重,也让员工对企业产生了更强的认同感。

稳健致远,向百年企业迈进

从战略调整到团队建设,从厂商关系到品质管控,古贝春正在下一盘着眼长远的大棋。在这个浮躁的时代,这种不追求短期速成、坚持夯实基础的发展理念,显得尤为可贵。

正如古贝春人所坚信的那样:百年企业的打造,不在于一时的快慢,而在于能否保持正确的方向,能否持之以恒地筑牢发展根基。站在新的历史起点上,古贝春正以稳健的步伐,向着“百年企业”的宏伟目标坚定前行。在这条道路上,每一步都踏实,每一天都在积累,这正是中国实体经济高质量发展的生动写照。

(本报主编 李国锋)

