

《古贝之路》第二部^⑥：心有所向再展宏图大业

——2024—今，践诺担使命，风正再扬帆



第二十二届古贝春酒文化节上“马家军”亲情献艺相声《谁是见证者》

千里之行，始于足下。没有阶段行动的“双百目标”无疑空中楼阁。徐秀菊和张洪昌显然深谙此理。

2024 年是古贝春新一届领导班子履职的第三年，一段时间以来，一声浑厚而坚定的嘱托不时在耳边萦绕：要力争提前完成“十四五”时期的年销目标……这是徐秀菊当前的希望，也是周晓峰曾经的诺言。尽管压力山大，在开年动员大会上，作为同时兼任营销公司总经理的张洪昌，还是破釜沉舟自领“军令状”：排除千难万险，想尽千方百计，走遍千山万水，必须要提前一年完成“十四五”时期规划指标！

张洪昌的“三千”宣言，让人听得有些悲壮，另外，还令笔者听出了“头拱了地也要弄成”的“古贝春式倔强”。是啊，尽管有了连续两年势如破竹的高位增速，尽管有三次创业累积的质量优势，尽管还有七十年营造的文化底蕴。但新班子面临的究竟是何境地？

业内人士都清楚：此时的中国酒业调整进入了深水区，消费降级、名酒下沉、渠道整合、资本进入、国标调整、代际交替……一系列错综复杂的环境背景下，酒企的市场洗牌正如火如荼进行。而作为区域性品牌的古贝春，尽管知名度和美誉度时时在扩大，品牌价值年年有提升，产品质量早就坐上了

低度浓香的头把交椅，但毫无疑问的是毕竟不是全国性一线品牌，名酒的下沉也好，低端的上升也罢，“挤压式”营销挤压的正是古贝春在内的这个阵营里的“区域优势品牌”。当然，受挤压的同时也恰恰证明了古贝春定位的精准！

“今年冲一冲，明年稳一稳。”一年半后的今天，回想起张洪昌当初的话还是不得不令人感佩新班子的敏锐。他说“十四五”20 亿的年销目标，2024 年完成和 2025 年完成绝对不一样！因为新班子履职三年的答卷是最好的践诺和宣言！是使命也是告慰。是的，心有所向，使命必达。重信践诺的新一代古贝春人同样传承了“周晓峰治企兴企理念”中的这一思想精髓。

梦想终会照进现实。这一冲，就冲出了 13.18% 的增长率！当 2024 年 12 月 25 日，张洪昌在“周晓峰治企兴企理念践行三周年座谈会”上郑重宣告这一消息时，与会的社会各界嘉宾明白，创业人自己也清楚：三年三大步，新班子做到了！他们用铁的事实证明继往开来的古贝春人有信心、有能力将事业推向新的更大进步。

当然，业绩凭的从来不仅仅是信心和勇气，更是洞若观火的战略定力、独具特色的自身优势和务实创新的实干会干。一年中，稳健的发展业绩、精准的战略施策、务实的动作落地、创新的品牌实践，无不贯穿于科研、生产、经营、管理、文化工作的方方面面、大事小情中——

2 月 21 日，省委书记林武同志亲临古贝春集团调研企业党建与生产经营情况，使古贝春人倍受鼓舞；

五一前夕，技术中心集体不负众望，为企业摘得继酿酒车间之后第二枚“全国工人先锋号”；

5 月 20 日，百年老窖上市二十周年庆典在州城市场引爆“婚宴用酒第一品牌”盛誉，唱响“喜文化”美学乐章；

9 月 22 日，第二十二届古贝春酒文化节如期举行，定制相声“见证”“相声马家军”与古贝春的传世情缘，国社资深记者联袂中国作协会员讲述《1983，中国酒事》；

10 月 20 日，工业旅游创新大戏开锣，“齐鲁一家亲，醉美

古贝春——精品文旅工业行”古贝春首站喜迎八方客；

12 月 10 日，全省白酒第四届酿酒职业技能竞赛，古贝春方天彬力挫群雄勇夺桂冠；

……

2024，中国酒类流通协会和中国酒业协会等单位，分别以古贝春集团 223.77 亿元，同比增长 35% 的品牌价值和“2024 鲁酒高质量发展领军企业”的殊荣授予，宣告了古贝春人历艰辛创下的又一个丰收年景。

2025 年的春天来了。

工作动员大会上，细心的员工发现，集团领导的讲话在一如继往慷慨激昂振奋人心的同时有些“降调”，党委书记、董事长徐秀菊对新一年的工作期许是“强基固本高质量，稳中求进保预期”，强调要“将强基固本作为工作主抓手，把稳中求进作为工作总基调，将实干兴业作为行动总指南”。而总经理张洪昌代表董事会所作的工作报告中，提出了“稳中求进，进中提质，质中焕新”的总要求。总之，两位带头人对古贝春的新年打算高度一致：那就是在 2024 年“冲一冲”的基础上，2025 年更强调“稳一稳”。

其实，“稳中求进”的基调，早在上年末 2025 年营销计划制定的时候已经敲定，这从“2025 年计划营收目标与上年持平”的班子决议可见一斑。“这不是中场休息，而是‘十五五’的战前整顿”，显然，领导班子不仅有着关于市场的精准嗅觉，更能把握企业发展的科学律动。他们敏锐地意识到，2025 年白酒市场的风雨必定会更加强烈，而“强身健体”的更高质量发展无疑是风暴中唯一重要的抗衡法则。

随着有着“史上最强禁酒令”之喻的修订版《党政机关厉行节约反对浪费条例》的颁布执行，白酒政务消费的比例进一步收缩。同时，轻商务、大众市场、口粮酒的词汇频率提升也意味着“挤压式”营销竞争格局的白热化。7 月份有关资料显示，“下沉”的不光名酒的市场营销，更有其营收利润，上半年除茅台保持增长外，七大上市名酒在“价格倒挂”的同时全部“跌跌不休”。

“控量稳价，符合预期”。稳坐钓鱼的古贝春，显然还是区域优势阵营的优势。“白酒消费结构早已发生了巨大变化，政务用酒的比例目前不足 5%，此其一；其二是，古贝春恰恰处于了目前最适合的消费档位区间，我们本身的定位相当准确。”在 2025 年上半年的总结大会上，张洪昌坦言。当然，大势所趋，速度肯定要降，这也是我们早有预期的。一方面是环境所致，另一方面“降速提质”也是企业的主动追求。

降速提质，产品焕新。3 月 28 日，古贝春此前推出的百年

老窖“金装”酒，在全国 190 余款白酒新品中脱颖而出，摘得“青酌奖”。这也是古贝春集团旗下产品第七次获得“中国酒业奥斯卡”之誉。

党建铸魂，文化引领。4 月 10 日，全国轻工行业先进集体表彰在京举行，古贝春集团被授予“全国轻工行业先进集体”殊荣，成为全国 118 家获誉单位之一和鲁酒唯一。

科学求证，历史赋能。4 月 27 日，山东省食品科学技术学会组织国内权威专家论证，由山东建筑大学无机非材料专家团队联袂古贝春集团项目组开展的清代窖池研究项目结出硕果——古贝春酒厂旧址清代窖池群科学溯源至清代康熙年间，测年技术国际领先。

眼睛向内，苦练内功。4 月 14 日至 15 日，为期两天的古贝春中高层团队拓展训练在济南某封闭集训基地圆满收官。严峻形势下的精神洗礼、思想启迪、团队熔炼与思维拓展瞬间成为古贝春人勇往之前的坚强利器。

讲好故事，赋能品牌。5 月 31 日，《1983，中国酒事》作品研讨会在古贝春集团成功举办，国内文学艺术界大咖名家为一本书，为一杯酒，更为一部精彩的中国酒故事品味、陶醉、赞赏、鼓掌、击节。

……

是的，眼睛向内炼内功，名声在外酿好酒。这是古贝春人的本分与追求。当 4 月 19 日的省糖酒会上，古贝春再获“最受消费者喜爱的鲁酒品牌”，当 6 月 14 日，来公司参观的境外商协会客人手持酒杯时的一句：very good！一出口，古贝春人明白：无论何时，优秀的品质与口碑都是古贝春在市场上的王牌通行证。

路虽远，行则将至。事虽难，做则必成。就在本文行将结束的时候，集团董事会召集会议，第二轮研讨古贝春集团“十五五”时期战略规划。一个质中焕新的“古贝春 4.0”篇章呼之欲出。

让我们拭目以待。（全文完）

（公司党委副书记 顾金栋）



简 讯

▲ 7 月 1 日，老城镇机关干部一行 26 人，在老城镇党委书记三级主任科员张敏、党委委员王龙龙的陪同下，莅临古贝春酒厂旧址参观指导工作。公司安全中心副主任暴志勇引领来宾参观了老领导办公室旧址、厂史馆、科研化验室旧址、机械臂精准灌装、一路之隔的手工班老师傅仍以世代相传的技艺翻动酒醅，汗水滴落在窖池边缘，与三百年前的微生物悄然对话……

▲ 7 月 4 日，锦上添花文旅集团总裁张伟一行 3 人在武城县委常委、宣传部部长刘巍陪同下来我公司调研，公司党委副书记顾金栋陪同并详细介绍了古贝春文旅发展境况。（本报主笔 李国峰）

▲ 7 月 9 日，济南市华致酒行邵云菲女士一行 35

人，在古贝春营销公司济南办事处副主任张希国的陪同下，来古贝春酒厂旧址参观。公司安全中心副主任暴志勇陪同。（安全中心副主任 暴志勇）

▲ 7 月 15 日和 7 月 24 日，武城县政协常委、我公司文化中心主任李国峰分别参加了有关企业调研和第十一届县政协十九次常委会，围绕“强化专精特新‘小巨人’企业培育工作”进行协商交流。（本报编辑 肖云飞）

▲ 7 月 16 日，武城县风华华社区组织青少年来我公司开展工业旅游研学活动，孩子们在讲解员的带领下参观了酒文化馆、手工班酿酒车间、酒库楼、酒仙山等处，深

入了解了古贝春酒的悠久历史及生产工艺。

▲ 7 月 23 日，武城县教育体育局牵头组织的“我的家乡在武城”的部分 2025 届高中、高职毕业生和教师 100 余人，在武城县委教育工委副书记郭彩凤的带领下我公司进行研学参观，在讲解员的带领下参观了酱香酒生产车间参观走廊、灌装车间、1310 智能化酿酒车间、酒库楼、酒仙山、厂史馆等处，亲身感受古贝春酒文化的博大精深，激发他们努力学习为家乡发展做贡献的热情。（酒文化馆讲解员 李珠珠）

▲ 7 月 24 日，武城县委常委、统战部部长陈玉兰，

县总工会常务副主席王伟功一行来我公司进行“夏送清凉”走访慰问活动，慰问了公司一线职工并发放了清凉大礼包。公司董事长徐秀菊、工会主席王忠全陪同。（人力资源部副主任 赵文欢）

▲ 7 月 30 日，山东省民政厅慈善事业促进处二级巡视员刘祥富一行 2 人，在德州市慈善总会副会长贾学勇、武城县副县长王志新的陪同下来我公司参观指导工作，公司党委副书记顾金栋、总经理助理、行政管理办公室主任丁北云引领来宾参观了厂史馆、酒仙山、酒文化馆等处。（酒文化馆讲解员 张雪）



走进古贝春雄伟壮丽的大门，运河的水汽裹挟着酒香扑面而来。汉白玉毛主席雕像耸立在眼前，它的身后是笔直的、直通酒仙山的古贝春大道。清晨的阳光穿过酒仙山的轮廓，在古贝春新厂的生态园区洒下斑驳光影。古贝春大道两侧绿树成荫，果木飘香，远处传来制曲车间的淡淡麦香。而在大道的另一边，古贝春酒文化馆陈列的上百件酒具文物，则静静诉说着 3000 年中华酒文化。这里是传统酿造与现代工业交织的舞台——智能化酿酒车间里，机械臂精准灌装，而一路之隔的手工班老师傅仍以世代相传的技艺翻动酒醅，汗水滴落在窖池边缘，与三百年前的微生物悄然对话……

运河岸边的文化星火

1980 年盛夏，武城酒厂弥漫着高粱发酵的甜香。相声大师马季踩着吱呀作响的木梯爬上大货车临时搭建的舞台，眼前景象让他一怔：土墙外黑压压攒动着上千百姓，树枝上趴着看热闹的儿童，连屋顶上、粮囤上都坐满了人，形成了一座难得的“人山”。那时在县委办公室工作、兼任《大众日报》摄影记者的吕文华老师敏锐地抓住这个瞬间，拍下了一张精彩照片，后来这张照片被马季先生收入进了他的作品集里，他还说：“姜昆也有一张类似照片，也当宝贝似的放在他作品集里了。”

十七天里，马季团队白天钻车间、访农户，夜晚伏案创作。煤油灯下，歌颂农村改革开放的《算账》《彬彬有礼》初稿如泉涌般成型。多年后马季仍念叨：“武城的酒烈，人情更热。”

文化基因在此刻埋下伏笔。四年后的北京四合院，臧克家握着张于文的手打趣：“你老张酿酒，我老臧写诗，有道是诗酒同源！”宣纸上墨迹淋漓：“古贝春醒我欲醉，名牌当代属十佳。”几乎同期，舒同挥毫题写的“古贝春”三字化作经典三角瓶商标，醇香的美酒加上舒同的题词在武城酒厂引发抢购长龙——文化赋能品牌的原始密码，已被这群先行者破译。

盐碱地里创出的“金疙瘩”

时间跳至 2005 年。周晓峰站在荒草丛生的新厂区，脚下是 1000 亩盐碱地。基建办的同志指着规划图忘志：“建酒文化馆投资巨大，造价抵得上三条生产线。”“建！”周晓峰斩钉截铁，“我们要让酒文化站起来走路。”

这场豪赌成就了工业旅游的筋骨：

酒仙山从平原拔地而起，山腹藏酒八千吨，山顶“和谐亭”俯瞰鲁西北平原；百诗苑三万平绿地里，三百块刻诗石与桃杏石榴共生，臧克家的诗句在落花间呼吸；古贝春湖碧波倒映着 77 米文化长廊，工人用刷子擦拭着各界名人、各级领导题词碑——“这哪是工厂，就是花园。擦得心里真亮堂！”

但质疑从未停止。某次董事会上，财务报表也是触目惊心：旅游投入七年没盈利！周晓峰摩挲着报表反问：“茅台镇靠什么年入百亿？是酒香里的文化重量！”他推开窗，百诗苑里正有学生在石头上拓印诗句——他们都是未来买酒的顾客。

今天，一座绿色生态园区以昂扬的姿态矗立在运河东岸，它时刻昭示着：古贝春，绝不只是一座酒厂——其公司形象当然是显而易见的，而工业旅游带来的潜移默化作用，又能用什么来衡量呢？

老窖池的新生

2017 年，鉴于老厂高耗能低能的实际现状，公司决定将老厂停止生产。消息一出，很多人窃窃私语：“关了老厂，酒厂的根不就没了么？”周晓峰却几次走访老厂的荒废车间：“把这些旧厂房变成博物馆，把老厂区办成新文化地标，才是真正留住酒厂的根！”他知道，这比新建厂房要难得多。但是，创业哪有不难的路？

“你看这里的钢筋混凝土结构的房梁，就是上世纪七八十年代独特的建筑结构，充分展示了当时的建造技术水平及人民的智慧。”来自济南的文物专家高宜生教授表示，这些建筑能保存下来难能可贵。这座建于 1980 年的古贝春酿酒车间囊括了清代窖池群经经山东建筑大学科学检测，确认系康熙年间建造，其古代窖泥中含有 22 种微量元素，这些元素的富集程度与窖泥使用年限呈显著正相关；

大运河酿酒历史被搬到了墙上，以图文并茂的形式成为非遗工坊教材和爱国主义教育基地；那株见证两次破产又重生的醉柳，被筑台设栏保护，并进入文物档案；

140 多件（套）从唐宋至上世纪的老物件，有反映酒业历史和特色的木质甬桶、倒流壶；有行将消失的水车、碾子、石磨等，有武城运河通航时酿酒人

家常用来运送货物的木船、武城县最早的县志——明代嘉靖年间的《武城县志》，这些弥足珍贵的实物资料被“请进”了 2022 年建造的“实物馆”。

……

矛盾在复建“粮库”时爆发。老师傅坚持用茅箔顶：“当年就这么盖的！”施工队抱怨：“这种工艺早淘汰了。”最终双方妥协——外观百分百复原，内部用木望板代替茅箔，并加装抗震钢架。当第一缕晨光穿过八十年代的木窗棂，红墙绿窗、人字屋顶的传统建筑风貌得以重现，内部结构也根据原有风貌进行了加固和复原，观赏乔木和红砖铺地的广场，以粮囤和木凳加以点缀，小院再现了干净整洁、错落有致的往日生机……

时空折叠的哲学

董事长徐秀菊在某次文旅会议上阐述：“老厂的清代康熙窖池应赋予公司品牌新的内涵，而新厂的绿植生态又是老窖延续的保障。”

20 年的文旅实践，古贝春总结出三大法则：

一是**原境守护：历史的精确复现**

走进复原的老领导办公室，1979 年的“特曲”“二曲”仍立在木桌上，张子文常戴的深蓝色尼子帽上还挂着发黄的稻壳。文化中心的老同志介绍：“我们根据老照片复原了每件物品位置，连暖水瓶商标都找到原版。”这种对历史场景的毫米级还原，让参观者瞬间穿越到武城特曲获评“省优”的激情岁月。

二是**活态传承：技艺的沉浸观察**

在手工酿造车间，老师傅将木锨插入酒醅：“现在温度 58℃，正是微生物最活跃的时候。”游客隔着一米宽的观察席，能清晰看到汗珠顺着他脖颈滑落。尽管因安全规范无法亲手操作，但蒸馏时升腾的雾气、起窖时扑鼻的酯香，入口“一线喉”的灼热，构成

了多维度的感官课堂。2024 年调查显示，大多数游客认为这种“观察式体验”比纯讲解更生动。

三是**生态共融：自然的协同共生**

新厂区的杏树林正值挂果期，养护员指着枝头青果解释：“这些杏树不只为观赏——落果发酵后能富集土壤有机酸，促进窖泥微生物代谢。”沿着 44.5% 绿化覆盖的生态步道，苹果树、山楂树与窖池车间交错布局，形成“春赏花、夏遮阴、秋收果、冬养菌”的循环体系。

流淌的未来

暮色中的运河泛起金红，清代窖泥在 300 年窖池里呼吸：“它吃的就是运河边的粮，喝的就是天上的雨，如今还要见新世面哩。”护厂的老员工暴志勇说，他的身后，一群身着红领巾校服的孩子正在手捧笔记本聚精会神地听着讲解。

酒仙山洞库里，陶坛正进行着肉眼不可见的酯化反应，而在 20 公里外的老厂区，抢救性修缮完成的空厂房正在设计新的文化节主题展厅。面对即将到来的十五五规划，文旅发展也将进一步纳入新的规划，逐步实现体验互动、娱乐购物的新功能，为古贝春高质量发展注入新动能。

古贝春的文旅哲学，恰如那株七十岁的醉柳——根系扎在 1952 年的创业土壤里，新枝已触到元宇宙的云端。（本报主笔 李国峰）



古贝春系列通讯之三：文旅的本质：时空折叠