

创国字品牌扬鲁酒精神 谋员工福祉报社会恩情

——记周晓峰和他带领的古贝春集团有限公司

“中国低度浓香型白酒著名企业”、“中国驰名商标”、“纯粮固态发酵白酒”、“中华老字号”等几十项国家级品牌光彩照人；一业为主，多元发展，东西两个工业园区建设热火朝天；想民所想，解民所难，员工生活丰富多彩、精神抖擞……在董事长、总经理周晓峰的带领下，古贝春集团有限公司发展日新月异，面貌骄人。

□顾金栋

古贝春集团十余年来先后完成企业股份制改造，二次创业扩产，多元项目建成，三次创业启动，实现了三年一大步，一年一小步的健康持续发展，创下了综合经济效益指标连续十年递增30%，跻身全国行业二十强、

全省前茅、全市第一的“黑马速度”，创造了中国白酒工业百强企业、二十世纪中国酒业之星、全国工业旅游示范点等集国字号荣誉于一身的酒业神话！周晓峰本人也先后被授予全国内贸系统劳动模范、中国发展民族产业功

勋企业家、中国酒类十大新闻人物等数十项荣誉称号。2007年5月、2009年5月，古贝春公司和周晓峰董事长分别被授予全国五一劳动奖状和全国五一劳动奖章，成为行业内外摘得企业及个人双项国字荣誉的又一佳话。

改体制，强机制，铺就回生路

1996年元月6日，是周晓峰走上任古贝春集团总公司总经理的日子。没有鲜花，没有掌声。翻开交接表，尽管早有心理准备，他还是不禁倒吸冷气，巨额的亏损数字证明着这个昔日曾风光无限的老牌企业，已是一个病入膏肓的废人，只差医生的一纸宣判便可寿终正寝。

然而，古贝春选择了周晓峰，周晓峰也必须选择古贝春！这个31岁的青年人，在八年的企业领导岗位上，除了练就的高超的经商技艺、坚韧性格外，还练就了坚定的党性原则和沉甸甸的社会责任。他像一名高明的主治大夫，带领一班人，开始了对古贝春的把脉会诊、对症下药。当务之急，先是招兵买马，东除西借地筹来原料下锅，使停产半年的11个酒班恢复了生产。接着，根据“会

诊”的意见，大家认定：体制不畅，机制不活，人心不稳是三大致命病症。于是，周晓峰提出“一年稳定理顺，二年稳定加强，三年稳定发展”的总体构想，并连下三城：

一是理顺体制强管理。公司分新城酒厂和老城酒厂，相距20公里，本来早已组建为集团总公司，可两厂却独立经营，各自为政，不仅没有优势互补，而且相互竞争，严重内耗。新班子果断进行体制改革，将两厂合二为一，统一纳入总公司管理，实现了企业资源的合理配置，彻底根除内耗。

二是改革机制强班子。在班子队伍建设上，周晓峰提出“重德、重才、重实干”的七字用人方针，一改过去用人机制的静态化为动态化，通过民主测评、相互推荐和定期考核的办法，组成新的领导机构和组织管理机构，

不断激发队伍活力，提高整体素质。

三是建章立制树正气。新班子通过分析研究，同时结合先进企业做法，针对公司实际，制定了60余项上千条款规章制度和考核标准，有效堵住了管理漏洞，明确了工作标准，做到了“事事有标准，人人有责任，工作有目标，好坏有兑现”。

随着一项项改革的进行，古贝春像一艘搁浅的航船，迎来了新的启航良机，开始起死回生。当年实现经济效益3872万元，利税1316万元，分别较上年增长了68.64%和90.71%，当年实现了扭亏为盈！至1999年10月经过三年多的稳定发展，古贝春在实现“质量全省三连冠，效益年增40%以上”的基础上，圆满完成了企业的股份制改造，开始了新的征程。

巧联姻，树品牌，实现龙抬头

就在企业进行着一系列调整和改革的时候，元气尚未尽复的古贝春集团面临了白酒竞争白热化的严峻挑战。在这场商战中，缺乏名牌和高档白酒者，由于在综合实力上大打折扣，落马者不计其数，已创牌近20年

的古贝春同样不占这一优势。

审时度势，周晓峰提出：创建白酒名牌的问题，首先不是发展问题，而是生存问题！如果没有品牌优势做支撑，古贝春注定还会一败涂地！那么，如何创建品牌优势

呢？周晓峰接着提出了“眼睛向外攀高亲，依托名厂创名牌”战略，他将目光瞄准了中国酒业大王——五粮液集团，决定走外引内创，以质取胜的路子，与五粮液集团开展技术合作。

但是，谈何容易。当时，



古贝春酒文化馆全貌



灌装车间

遍地开花满树有果的山东白酒业一年的销售额加起来是33个亿，而一个五粮液集团自己就达到16个亿。论规模，论品牌，古贝春与五粮液可谓天壤之别，与五粮液合作，注定是一条艰难的求亲路，但是，领导班子成员团结一致，克服困难，一方面请来了中国白酒界泰斗、时任国家酿酒工业协会会长周恒刚、时任中国白酒工业协会秘书长石维忱、高级工程师高月明担任公司技术顾问，不时对古贝春酒的生产技术进行改造，在有效提升了产品质量的同时，也为古贝春身价

的提高加上了不菲的砝码；另一方面，在县、市、省及四川省委、省政府的帮助下，周晓峰请动了国家内贸部领导从中做媒。在几经北上南下的周旋努力后，五粮液集团终于被古贝春人契而不舍的精神所感化，认下了这门“亲事”，与古贝春达成技术联营协议。

1996年9月8日，标志着填补山东浓香型高档白酒空白的五星级古贝春问世，并一炮而红，在实现了良好经济效益的同时，古贝春摘得“山东名牌”荣誉，开启了从民牌到名牌的蝶变之路。

随后，在收获山东省著名商标、全省行评质量第一名、山东白酒十大品牌、十大创新品牌等荣誉，占据山东白酒质量品牌优势地位后，全国浓香型白酒质量鉴评第一名、纯粮固态发酵白酒、商务部公示第六届中国名酒、中华老字号等国字号荣誉一一被古贝春摘得，从而使古贝春在创牌之路上实现了一个又一个跨越，市场份额不断扩大，逐步实现了“立足德州，畅销冀鲁，辐射京津”的格局，唱响了古贝春酒德州造旋律，开启了龙抬头的宏伟篇章。

扩规模，上层次，开创丰收景

2003年，羽翼渐丰的古贝春有限公司迎来了二次创业的启动时机。在连续七年实现了经济效益年30%以上递增基础上，古贝春酒呈现新一轮供不应求局面，同时，随着循环经济、环保经济、拉长产业链条等“新概念”的提出，古贝春一班人意识到：谋求企业提档升级，开创企业规模效益时代来临了。于是，标志着古贝春二次创业启动的“1166工程”出炉，一业为主，多元发展成为古贝春新时期发展的重大战略部署。

2006年9月，白酒主业上扩大产能，提档升级，年产十万吨白酒扩产项目一期工程顺利投产竣工，成品酒产能扩大至8万吨，新的灌装车间

成为长江以北规模、设备、工业化程度最为先进的车间；古贝春酒文化馆成为山东首家白酒业文化馆；多元发展上保证质量，大干快上，热电联产一期工程全面建成，年产十万吨酒精生产项目开工建设。2007年，拥有独立场所、集一流人才与一流设备于一体的新的古贝春科研中心大楼建成投入使用，成为“中国白酒169计划协作单位”及“山东省省级技术中心”，为打造全国博士后科研工作站、全国中小酒企技术服务平台、鲁北食品类检测中心奠定了先决条件。2008年，古贝春酒被授予中华老字号称号，企业一举晋升全国工业旅游示范点。去年5月，在实现了二次创业辉煌

成果的基础上，面对国际金融危机不利影响，公司迎难而上，提出扩张主业规模、拓展多元项目，实施第三次创业的宏伟规划，力争至2013年，完成投资14亿元，重点建成包括十万吨白酒扩产二期工程项目、陶瓷制瓶项目、彩印包装项目、小额贷款公司、房地产公司等在内的七大项目，实现年创收入46亿元，利税9亿元的发展目标。届时，古贝春集团有限公司将跻身全国同行业十强，成为引领行业发展，拉动区域经济，支撑地方财政的“航母”型龙头企业。今年8月，第三次创业工程中的十万吨白酒扩产二期工程建成投产，标志着其实现第三次创业目标的理想正在变为现实。

谋福祉，报党恩，同谱和谐曲

回顾企业从弱到强，从小到大的发展历程，董事长、总经理周晓峰经常告诫大家，他说成绩的取得不是一两个人努力的结果，而是社会关爱，员工奋进的结果。为此，企业一班人多年来始终坚持以人为本的治厂理念，坚持依靠职工办企业，做到在思想上尊重职工，在感情上贴近职工，在工作上鼓励职工，在生活上照顾职工。他们经常分头深入基层，到车间、到班组、到职工家中，了解员工的意见、愿望和呼声。职工家中

有红白喜事、患病住院，有困难挫折时他们都会想尽一切办法帮一把。每年春节期间，董事会成员分头带队，物对困难职工进行走访慰问。在企业内部，坚持厂务公开，把企业的重大事项、职工最关心、反映最强烈的问题全部公开，征求群众意见，凡涉及职工的工资、奖金、福利待遇、公司下达的各项指标、奖惩、红头文件、通报、制度规定等均在车间、班组公开栏实行每月定期公开，并由厂务公开领

导小组成员负责监督、考核和落实。为丰富业余文化生活，公司先后成立了古贝春艺术团、古贝春京剧社、架子鼓队、花杠队、舞狮队、秧歌队，创办了《古贝春报》，建立了浴室、医疗室、篮球场、乒乓球场，经常组织开展形式多样的职工文化体育活动。为回报社会，公司积极参与公益事业。仅2009年一年，先后通过捐资助学、资助农村建设、支援抗震救灾等方式斥资三百万元向社会奉献爱心。



古贝春科研中心