

三十载川流不息，新济青生生不息

1993年12月18日，对李锐而言，一生难忘。

这是山东省第一条高速公路——济青高速通车的日子，也是李锐第一份工作的地方。他作为济青高速潍坊西收费站的收费员，虽然是经过岗前培训，但对当时19岁的李锐而言，还是有些陌生，“高速公路是干啥的？”“要一直坐在这个小亭子里工作吗？”

记者 王瑞超
通讯员 魏志尚

收费方式变了又变

通车当天，坐在岗亭里，对未来一片茫然。“那时候几个人挤在一个屋里，又冷又孤单，总想回家。”回忆起当年工作的场景，李锐历历在目。

作为土生土长的潍坊人，李锐没想过离开潍坊，更没想过他最初略有惧怕的工作场景会发生翻天覆地的变化。

济青高速的收费方式究竟经历过怎样的发展历程？淄博运管中心的韩宪峰也是亲历者，入口收费、出口验票，车一上路问“你上哪里去？”靠口头询问来决定收费多少，出口再验票。这是最初的收费方式。“济青高速沿线21个收费站，每个站我们都如数家珍。”韩宪峰回忆道，只有熟悉掌握每个站才能在驾乘人员报出站名时第一时间算出收费多少。随着技术的不断进步，后来到了入口刷卡、出口交费的阶段。再后来有了ETC，驾乘人员可以不停车交费，无需排队等候。如今有了无感支付、先行后付的



济青高速涌泉立交航拍图。通讯员 魏志尚 摄

CPC卡，取消了省界交费限制，可以记录全国行车信息。

“这些收费方式，最初参加工作的我，想都不敢想，如今都实现了！”李锐感慨科技的进步，也对自己生活在这样一个不断求新、求变的公司而自豪。

收费站建设乘上“云端”再出发

令李锐更为惊叹的是，山东省第一个云收费站——章丘西收费站，成为名副其实的智慧化收费站。

究竟有多智慧呢？

记者了解到，驾乘车辆即将驶出山东高速青银高速章丘西收费站时，匝道上的情报板显示车辆已经预先完成缴费，拦车杆抬起，车辆实现不停车驶离。收费站“未

卜先知”的背后是山东高速研发打造的山东省首家标准化“云”收费站，“云”收费站的出现打破了传统收费系统车道间“信息孤岛”，实现交易数据互通，车辆通行时间由320毫秒减少到260毫秒。

为了这60毫秒，山东高速济青济南运管中心借力“数字化”大背景下催生的智慧交通发展“东风”，从初期规划、方案制定、收费站改造与设备调试层层跟进，仅28天，山东省第一个“云”收费标准化收费站建成，采用“云-边-端”协同架构，推动数据、业务、服务“三上云”，实现无岛化、无亭化收费现场建设，在通行效率提升、服务司乘人员、员工减负及降本增效方面有了突出进步，促进数字科技赋能收费业务场景深度融合，为山东省全面推广“云”收费站上交了“济青样板”。

创新一直在路上

创新的基因植入党员的血液里，他们不断推陈出新，自我加压，超越自我，每一次变革都是公司的一小步，却是行业的一大步。

最近，他们开发了山东省首个数字孪生收费站系统，并在京台高速崮山收费站建设完成，标志着高速公路智慧收费站开始进入数字2.0时代。

数字孪生收费站是以高精度地图数据为基础，构建三维场景，实现收费广场基础设施与周边环境的静态数字孪生，再通过激光雷达、高清摄像等设备进行收费站各要素全息感知，利用边缘计算、孪生引擎和时空同步技术实现交通流的动态数字孪生，从而实现实体收费站数字空间中的同步呈现。

数字孪生系统可通过对孪生收费站动态数据的诊断、分析和预测，优化实体收费站的决策和控制，为收费运营工作提供更加高效、智能的服务。系统还可实现对通行车辆的高精定位和全域跟踪，通过与匝道预交易、收费车道系统的数据交互，可对CPC车辆、预交易成功ETC车辆、预交易失败ETC车辆、危化品车辆、特情车辆等各类车辆分别进行标识和跟踪，对其运行状态进行实时监测和通行预警，大大提升了收费站特情预判、预警和预处置能力。

而立之年的济青高速，求新求异三十载。而今，作为济青高速潍坊运管中心运营管理科的李锐从弱冠少年到天命之年，30年最美年华都留在了济青高速公路上，一路上有你，一路上有他。

如今，每逢走在崭新的八车道新济青高速上，总是川流不息，也是生生不息。

专访山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐

鲁酒高质量发展最基本是要做好根据地

记者 张頔

发挥自身优势 鲁酒代有人才出

“通过多年的努力，鲁酒形成了两方面的优势：一是低度浓香型白酒，目前，山东省的低度浓香白酒无论从质量还是性价比方面，都具有很大的优势，低度浓香创造了三个全国第一，分别为质量第一、销量第一、产量第一；二是山东特色香型芝麻香和鲁派酱香型白酒以及各企业的特色香型白酒发展迅猛，为鲁酒次高端和高端化白酒发展注入强大的活力。”薛剑锐表示，我们要紧紧抓住这个大方向，打造鲁酒的拳头产品。能做到这一点的酒企，发展势头都很好。

山东古贝春酒厂曾经在全国低度浓香的评比中战胜五粮液获得全国第一名（38°古贝春酒在2005年全国浓香型白酒鉴评中荣获第一名），凭借这样的实力底蕴，再加上近年来对营销等方面的重视，古贝春已经成为鲁酒行业的领军企业。

面对最近几年的“酱酒热”，积极谋求转型升级的鲁酒企业也抓住了这波风口，将酱香型白酒作为“产品升级”的核心要素，在“低度浓香”和“芝麻香”鲁酒两大传统优势外，努力打造鲁酒发展“第三极”。这其中，作为中国酱香型白酒国家标准制定者之一，云门酒业坚守北派酱香酿造传统，近年来得到了市场的持续认可，取得了很不错的成绩。以酱香祥酒为引领，红太阳酒业也不断发展，在鲁西南地区的市场份额

亲历了行业数十年发展历程的山东省糖酒副食品商业协会会长薛剑锐，可以说是鲁酒企业的“娘家人”，谈及各个知名鲁酒企业如数家珍。2023鲁酒高质量发展论坛即将于12月4-5日在济南举办，在论坛开幕前夕记者对其进行了专访，共论鲁酒高质量发展之道。



增长明显，并加速全省化布局。

此外，泰山酒业今年推出了集儒家与泰山文化于一体的战略新品——儒风泰山酒，力争成为鲁酒中又一全国化品牌。趵突泉酒业则建成了泉香酒庄，并且推出泉香20，着力于产品的品质表达。这些老牌酒企都有着稳健的发展节奏。

然而，过去有着亮眼成绩的一些酒企，却在多元化发展的路上迷失了前进方向，因为主观决断或客观环境的原因走了下坡路，让人扼腕叹息。“在今后的发展过程中，无论面临怎样的发展机遇，各鲁酒企业都要将发展主业放在第一位。尤其是在

扩产能、企业投资方面一定要谨慎，避免大的决策失误，让鲁酒发展不要再走弯路，稳扎稳打，企业才会长远发展。”薛剑锐语重心长地说。

先覆盖本地市场 再实现精耕细作

“山东有好酒而无名酒”，业界的这种评价主要是指历届全国名酒评选，比如四大名酒、八大名酒等，一直都与鲁酒无缘。在薛剑锐看来，其实山东白酒并非没有获奖的实力，而是新中国成立后，山东作为人

口、经济、农业、工业综合实力大省、强省，并没有把酿酒业提高到战略性发展的高度。尤其是计划经济时期，山东的粮食酒生产受到政策限制，鲁酒企业发展基础薄弱，生产经营规模普遍偏小，没有超大的龙头企业。

没有国家名酒，也造成了品牌上的劣势。在山东省内，鲁酒经营还可以，一旦走到全国去，走到外省去，没有名牌就没有名气，消费者认知度就低。而品牌要靠长时问、重资金的打造，短时间内不可能一蹴而就。

不过，山东省是全国第一白酒消费大省，这种天然的容量优势为山东白酒企业的生存和发展提供了得天独厚的条件，弥补了鲁酒企业规模实力不强、鲁酒没有国家名酒品牌等方面的不足。“鲁酒企业要走好自己的路，必须充分发挥本区域优势，立足山东、扎根山东，既要有长期发展的规划图、路线图，也要不断更新经营思路，实现营销方式和营销内容的创新，在全方位覆盖山东市场后，还要实现山东市场的精耕细作。”

薛剑锐认为，“鲁酒首先要通过扁平化运作，守住家门口市场。一定要把我们的根据地市场做好做深做细做透。从市到县、从县到镇、从镇到村，精耕细作，全面覆盖。”把山东市场做深、做透、做扎实，这是鲁酒企业最务实、最基本的生存和发展之道。只要在当地县域市场的份额占到50%-60%，生存下来不成问题；能达到80%以上，企业就可以稳步发展了。另外，各鲁酒企业应采取针对性措施，积极应对外来品牌的挑战，最大限度地把控本地市场。