

百年青啤这样成为世界级公司

## 全球消费者每分钟畅饮青啤4万瓶

□ 本报记者 薄克国  
本报通讯员 邓晓菁

## 扬帆出海

对于中国而言，1978年是一个特殊的年份。对于青岛啤酒而言，1978年是一次“江轮入海”，从计划经济这条“江”驶入国际市场这片“汪洋大海”。

江轮要入海，首先要解决船体从江轮到海轮的升级、导航能力和驾驶能力的提升等。扬帆出海，青啤主张转型，确立了一切从市场出发、一切为了市场、对价值链进行重塑的方向，并从组织架构、资源配置、机制保障、人力资源管理、信息化、品牌文化支撑等层面的改变。

“从青啤内部来看，这种转变当时非常痛苦。计划经济时代，青啤是需要凭票供应的‘稀有物品’，但在市场经济时代，重心都转到销售、终端、消费者这三个链条上，这在很长一段时间难以适应。”青岛啤酒总裁助理、战略投资管理总部部长王少波介绍。

改革开放以前，青啤都是通过外贸出口。直到1987年，青啤才拥有了自营进出口权。青岛啤酒海外业务部副总经理初良镜说：“1987年4月1日，根据国家经贸部第348号文，青岛啤酒厂自即日起直接对外、自营进出口业务，成为国内同行业第一家拥有进出口权的生产经营外向型企业。”

经过几十年的努力，在欧美发达国家，青啤已进入了几乎所有主流连锁超市。截至2017年，青岛啤酒出口国家和地区突破100多个。以啤酒的故乡德国为例，尽管德国啤酒种类高达5000多种，鲜酿啤酒厂遍布每个小镇，但青岛啤酒仍是以“三高”（高品质、高价格、高可见度）战略争得一席之地。像当地啤酒普遍售价在0.8到1欧元，青岛啤酒的售价却达到3欧元左右。与之相对，2017年，青岛啤酒在德国的销量达到21万箱。

近年来，在“一带一路”沿线国家，也不乏青岛啤酒的身影。古老的尼泊尔，青岛啤酒成为婚宴的“新标配”；“吃中国菜、喝青岛啤酒”在哈萨克斯坦成为新流行……在越来越多的国家和地区，青岛啤酒已渗入当地生活，正成为世界的青岛啤酒。

## 海外上市

作为百年老字号企业，青啤要实现从区域市场进入国际市场，从区域企业迈向世界级的公司，就不能忽视资本市场的力量。

1993年7月15日，香港联交所交易大厅一个崭新的证券代码“000168”出现在大屏幕上，青啤正式挂牌上市，成为首家在海外公开发行股票并上市的中国内地企业。

良好的品牌声誉让其在香港联交所创下了认购纪录：青岛啤酒H股股票31760万股，在短短7天的认购时间里，获超额认购110.5倍，冻结资金达港币851.8亿元。

作为资本市场第一个“吃螃蟹者”，青啤的成功上市带来了巨大的示范效应，也由此拉开了中国企业海外上市的帷幕。截至2017年，累计已有逾千家中资企业赴港上市。

香港上市，进入国际资本市场，给青啤打开了另一扇窗，开启了青啤走上世界级公司的路程。

青啤在公司管理的规范上，建立了现代企业法人治理结构，明晰了产权关系，按照国际通行的公司治理、会计准则等规则进行规范运作，建立了股东大会为最高权力机构，董事会为日常经营决策机构，总经理负责企业日常经营管理的公司基本管理框架。

青啤在全球化采购、全球化生产、全球化销售、全球化融资、全球化管理等方面逐渐建立国际标准。比如，在生产质量方面，青啤一个酒瓶要洗30分钟才算合格；输管道用水洗

净后还要再用1吨多的啤酒冲掉残留水分；生产现场酿造水必须每隔两小时就品尝一次；生产所用的压缩空气必须进行细菌检测；坚持使用“最长低温发酵工艺”……每一滴青岛啤酒在出厂前，都要经历1800道关键质量控制点。

在国外成熟的啤酒市场，青啤能进入主流市场，靠的是尊重全球各个市场，根据不同市场，开发具有差异化口感及具有独特中国文化的产品，来赢得不同市场消费人群的喜爱。

从过去品种的相对单一的青岛啤酒“有一瓶”，到现在拥有IPA、皮尔森、经典1903、全麦白啤、黑啤等“有一套”，青岛啤酒如今已有20多个口味，1500多种品种规格。每个品种切入一个细分市场，满足不同消费者的细分需求。

## 全球最优



## “宣讲年代秀”

## 分享人生智慧

□ 记者 薄克国 报道

12月14日，庆祝改革开放40周年“宣讲年代秀”在青岛书城举行。来自上世纪50年代、70年代、80年代及90年代的4位宣讲员代表以书为媒，以声为介，分享不同年代的经典书目和人生感悟，致敬改革开放40周年。图为50后宣讲员慈美玲介绍阅读《平凡的世界》的感悟，并分享自己参加1977年高考的故事。

当日，市南区首个宣讲基地落户青岛书城，作为面向百姓搭建的首个特色化理论宣讲平台，将通过举办特色化的读书分享交流、专家讲座、互动实践等活动，用好声音传递正能量，吸引越来越多的读者群体参与到宣讲活动中来，体验阅读乐趣，分享人生智慧。

## 市南区探索“村企共建”帮扶

对口帮扶单位安顺大院村实现脱贫人口全覆盖

□ 本报记者 薄克国

如何切实做到扶真贫、真扶贫，脱真贫、真脱贫？这是青岛市市南区成为贵州省安顺市平坝区的对口帮扶单位以来，一直思考的民生课题。自去年以来，市南区在多渠道、全方位帮扶格局的基础上，积极探索“村企共建”帮扶新思路，实现了大院村脱贫人口全覆盖。

安顺市平坝区大院村位于十字乡西部。该村人口居住分散，人畜饮水、农田灌溉、交通运输都比较困难，村级集体经济薄弱，属于二类贫困村，空心化、空心化严重。

自贵州省扶贫攻坚战打响以来，作为对口帮扶单位的青岛市市南区积极响应，抓好落实。市南区主要领导和对口帮扶干部深入实际，认真调研，因地制宜，精准施策，通过“组织共建、资源共享、发展共融”的方式，安排扶贫资金200万元，投资成立了安顺市平

坝区十字乡振农产业开发有限公司，引进平坝区泰安农业有限公司，着力破解村集体经济发展薄弱的难题，构建农村基层党建与企业发展的互惠共赢的新型模式。

近两年来，贵州小龙虾市场不断活跃，市场消费快速增长。平坝区十字乡独特的土地资源、气候条件和丰富的水源，具有饲养小龙虾得天独厚的天然条件。今年4月，市南区帮扶干部与平坝区政府、十字乡政府及十字乡大院村民商议，决定实施“小龙虾”养殖项目，共建“犀牛潭龙虾养殖基地”。该项目以“村企共建”为性质，项目一期占地206亩，其中泰安农业有限公司占项目70%的股权，大院村占项目30%的股权。大院村又将所得收益按7:2:1的模式分配，即70%用于贫困户分红、20%用于壮大村集体经济、10%用于项目风险金。

今年10月17日，在我国第五个国家扶贫日当天，借助“村企共建”，大院村实现了“2018年犀牛潭小龙虾养殖”项目脱贫致富首

次分红，完成首次收益15万元。当天拿出6万元，按照贫困户每户200元，土地流转每亩200元进行了分红，贫困户首次尝到了甜头。

大院村村主任李树平介绍，目前该村“小龙虾”整体项目正在按计划有序推进进展。通过对口帮扶，“村企共建”，村民得到了除务工以外的土地流转和企业分红等多渠道的收入。另外，企业为农户作出承诺以保底价进行回购，免去了农户的后顾之忧，最终实现“双赢”。此次分红是首次完成了对目前162户贫困户489人的全覆盖。

“为了打好打赢脱贫攻坚战，不让一人一户在扶贫路上掉队，就必须精准发力，精准施策。”市南区第四批对口帮扶干部张志栋说，大院村的“村企共建”帮扶思路，将会形成“市场有前景、公司有实力、农户有保障”的良性循环模式。他相信，在安顺市委、政府的关怀下，在青岛市市南区区委、政府的支持下，大院村脱贫致富之路不会遥远。

每年，全球消费者消费的青岛啤酒连起来，可绕地球119圈，地球往返月球7次。

无论是质量层面，从“符合高标准”向“满足高需求”的跃升，还是动力层面，在产品品类的全方位创新的转型升级；再到品牌层面，从“中国质造”代表走向“中国品牌”文化名片……青啤正在走向创新驱动的世界级公司。

“一个百年企业之所以能百年生生不息，就在于这个百年企业能够与每一个时代的特征进行互动。尤其是改革开放40年来，青岛啤酒因时代机遇驶入发展快车道。”青岛啤酒董事长黄克兴表示：“可以说，我们受益于改革，发展于开放，希望更好服务于人民群众追求美好生活的时代课题，也会继续向着世界一流企业目标努力进发。在新起点上乘势而上实现新突破，提升中国品牌全球影响力。”

## 第二届全国森林消防装备展览在青举行

□ 记者 薄克国 报道

本报青岛讯 日前，由中国林学会森林防火委员会主办的第二届全国森林消防装备大型展览在青岛举行。该展览集中展示了我国森林消防装备科技创新的新技术、新装备、新成果，包括各种型号的森林消防车、风力灭火装备等10大类500余种产品。

本届森林消防装备智能化、数据化、信息化程度高，如四川峰邦消防科技有限公司自主研发生产的新型环保高分子凝胶水系灭火剂，是一款科技含量高、灭火力强、且环保程度达到可擦脸防护和饮用水平，使用该产品灭火，极大地避免了二次对地面的污染。该产品为国内外首次发明，整体技术达到国际领先水平，成为森林防火的一款“神器”，获得了国家工信部颁发的国际领先科学技术成果奖。此新型环保高分子凝胶水系灭火剂，在今年四川甘孜州雅江县森林大火扑灭过程中发挥了重要作用。

## 青岛专利创新能力50强发布

□ 记者 张晓帆 报道

本报青岛讯 由青岛科学技术信息研究院编制并发布的《青岛专利创新能力50强评价报告(2018)》日前正式公布，显示出青岛战略性新兴产业研发创新能力持续增强。

50强榜单是基于专利规模、专利质量、专利影响力和战略性新兴产业贡献四个维度、七个指标组成的专利创新能力评价指标体系，对岛城企业、高校、科研院所等机构专利创新能力进行综合评价。列榜单前10名的分别是海信集团、海尔集团、科瑞新型环保材料集团等。

今年，符合50强入选标准的机构共76家，同比增长15%。50强中有48家在生物产业、节能环保产业、新一代信息产业等战略性新兴产业领域有所布局。

## 青岛第十五届中小学生英语比赛决赛举行

□ 记者 薄克国 报道

本报青岛讯 12月15日至16日，青岛市第十五届中小学生英语比赛决赛在青岛第五中学举行。400多名选手同台竞技，用世界语言展示岛城中小学生的风采。

比赛由青岛市委宣传部、市商务局、市教育局、市文广新局等部门联合举办，是青岛本土规模最大、参与人数最多的大型外语活动。本届英语比赛有1万多名选手报名参加个人组及团体组的比赛，经过历时三个多月的海选赛、复赛、400多名选手晋级决赛。

比赛结合选手年龄特点及知识层面，有自备演讲、看图说话、情景对话、现场口语交流等，全方位地考量选手的综合英语实力。

## 昌盛日电蝉联全球新能源企业500强

□ 记者 薄克国 报道

本报青岛讯 12月12日，2018全球新能源企业500强榜单揭晓，青岛昌盛日电太阳能科技股份有限公司连续四年蝉联全球新能源企业500强榜单，成为光伏行业中崛起的民营企业骨干。

在当日举行的2018国际能源高峰论坛暨第八届全球新能源企业500强峰会上，2018全球新能源企业500强榜单发布。峰会以“能源大转型”为主题，榜单以上一年度企业营收为指标，是反映全球新能源产业发展的“风向标”，旨在明确全球新能源市场格局，树立全球新能源企业前进标杆，进而促进全球新能源产业发展。

昌盛日电连续四年蝉联该榜单，得益于企业一直致力于新能源与资源综合利用的发展。该公司拥有国家级企业技术中心、博士后科研工作站、省级工程技术研究中心、国家火炬计划重点高新技术企业；申请专利350项，发明专利130项，专利转化率超过90%。

## 田横镇黄官屯村第一书记张建盘活闲置资源促村庄产业发展

□ 记者 薄克国 报道

本报青岛讯 作为青岛环保产业园选派到即墨区田横镇黄官屯村任职的第一书记张建，深知肩上担子的重量。入村后，张建对村庄可利用土地、闲置厂房等资源进行了深入调查摸底，以此为基础规划村庄长远发展产业，以盘活资源为突破口，规划村庄产业发展，努力实现集体收入及村民收入双增收，实现村民及村庄双脱贫。

村庄铺链厂占地3.5亩，闲置20多年，结合青岛市汽车产业发展布局，村里引进了一汽大众配套项目，主要生产汽车电脑连接器、变速箱传动配件，计划吸纳该村劳动力100人。该项目预计2019年3月份开工建设，可实现村民家门口就业，村集体将实现年增收3万元以上。

利用2018年村庄办公场所改造及村庄幼儿园建设的机遇，计划将村委办公地点搬迁至幼儿园空闲闲置区，同时将原村委办公场所进行二次再利用。张建积极争取派员单亩青岛环保产业园的支持，发挥园区的产业招商优势，对接青岛优德家居有限公司，双方在原村委办公所在地设立子公司达成意向，从事家居产品配套，企业与村委签订长期租赁合同，村集体年可实现集体收入3万多元，吸纳该村劳动力70人。

实现跨越式提升，也存在不少短板——

## 青岛旅游呼唤国际级大品牌项目

◆ 2018年，借着上合组织青岛峰会和青岛香山旅游峰会的契机，青岛市旅游发展的环境、品质实现了跨越式提升。就在12月15日举行的青岛市“三民”述职报告会上，青岛市旅游发展委员会主任崔德志向市民报告了一年的成绩，也反省了青岛旅游存在的短板。

□ 本报记者 李媛 宋 强

## 转型升级促发展

2018年，来青游客全年数量超过1亿人次，同比增长13%；旅游消费总额将突破1900亿元，同比增长15.9%。这是今年青岛旅游拿出的成绩单，与往年相比可以说是格外亮眼。

这份成绩的取得，峰会效应固然功不可没，但究其根本还是青岛市旅游产业转型升级助力。今年6月，青岛市政府出台《青岛市全域旅游规划纲要（2018—2021年）》《青岛市精品旅游产业发展专项规划（2018—2022）》，明确了滨海度假、海洋休闲、融合创新、品质乡村、服务输出旅游等五大重点发展方向，确立了“一带一轴，三湾三山，组团

发展”新发展空间布局。编制完成《青岛市全域旅游示范镇评定标准》，并启动创建全域旅游示范镇。

而后出台的《推进旅游业新旧动能转换促进高质量发展实施意见》，进一步提高了政策扶持的含金量和驱动力。截至目前，全市总投资3500亿元、单体投资5000万元以上的110个重点旅游项目进展顺利，新开工12个，竣工10个，完成投资200多亿元。累计拜访80多批次100余家知名企业，接待来青投资考察团组90余批次70多家，冰雪大世界等7个项目签约落地，合同金额900多亿元。

“除了开展酒店、景区等行业改造提升以及行业培训，今年我们重点推进‘放管服’改革，取消行政处罚权力事项20项，下沉99项旅游行政执法权力事项。现在，旅游系统13个项目均已实现一次办好，全网办事项11项，占比83%。实现受理审批分离、证照分离，全年旅游涉网多证合一。”崔德志介绍，全年受理多渠道投诉案件2397件，投诉办结率100%，为游客挽回经济损失近165万元，进一步净化了旅游市场环境。

## 创新力度不够

这两年，丽星、歌诗达及钻石邮轮相继来

青岛开辟母港航线，维京、荷美、风星邮轮等开辟访问港航线。2018年全年，青岛邮轮母港通航邮轮88航次，实现海港进出旅客15.9万人次。

对于开港4年的青岛邮轮母港来说，这些数字足以振奋人心，尤其在经济形势下行的情况下实现增长。但是与上海接近300万人次、天津150万人次的邮轮游客相比，由于起步比较晚，青岛邮轮旅游产业还处于追赶阶段。

“我们自己分析了一下，主要是我们旅游改革创新力度和强度还不够，青岛的旅游企业数量不少，但多是中小企业，缺乏国内外知名的大企业、大品牌来支撑带动，而且我们梳理了这几年的旅游项目发现还是缺乏骨干型、带动力强的大项目、好项目。”崔德志表示，旅游规划落地实施效果不佳，有些地方存在自由散漫式发展，而且政策扶持引领力度、旅游人力资源储备等方面存在较大差距，都是青岛旅游产业发展亟须解决的问题。

“三冷三热”问题一直是困扰青岛旅游发展的瓶颈。在上合峰会直播，青岛灯光秀和从海上来文艺表演等影响力较高的新景观较好地解决了“昼热夜冷”的问题，但“夏热冬冷”和“南热北冷”的问题依然存在。虽然这几年青岛市一直致力于推出旅游惠民月活动，通过优惠让利带动淡季旅游，但效果并不是很明显。

一些业内人士认为，景区打折优惠确实可

以带动市民错峰消费，但带动作用有限，毕竟这几年青岛的景区景点变化不大，消费模式固定单一，没有新项目新模式很难突破淡季瓶颈。

## 亟须形成品牌集群效应

从经典景区到全域旅游，虽然青岛旅游还有不足，但近年来青岛市在旅游体制改革、公共服务优化、市场环境整治等方面持续发力，试图通过“全域旅游”的打造实现旅游产业的华丽转身。

“根据统计数字，游客人数和消费额每年都有增长，我们希望通过新旧动能转换给青岛旅游业注入新动力，发展全域旅游来打造国际化旅游目的地城市。”青岛市旅发委市场处处长张军介绍，目前全域旅游的全市规划已经做好，下一步重点是抓好滨海度假旅游、海洋休闲旅游、品质乡村旅游、融合创新旅游、输出服务旅游等五个方面。

此外，明年的另一重要任务是结合青岛实际，力争在大的旅游项目、大的品牌方面力争有突破。目前青岛还没有像环球影城、迪士尼、长隆这样的大项目，特别是国际级的大品牌、大项目，下一步青岛市将加快冰雪类项目、帆船类项目、会展类项目、田园综合体项目的引进，以形成品牌集群效应。