

## 创富·特别报道

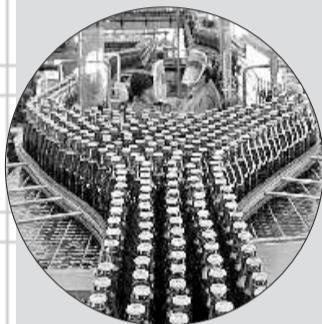
企博  
在路上  
样本企业

打造工业旅游典范的青啤博物馆:

## 一杯啤酒凝聚沧海

文/片 本报记者 崔滨

108年前的哥特式红色厂房,历经一个世纪仍可运转的西门子电动机,1947年的广告宣传片……位于青岛市登州路56号的青岛啤酒博物馆像一座时间机器,在浓醇的麦香中把游客带回青岛啤酒的百年历史中。



凭借着“一杯啤酒凝聚百年沧海”的历史魅力,青啤博物馆不仅成为国家级重点文物保护单位、国家4A级旅游景区,火爆的工业游更是带动了博物馆周边酒吧、饭馆的兴旺,以及登州路的旧城改造,成为青岛市重点打造的“啤酒休闲商务区”。

## 旅游与工业碰撞出火花

位于青岛市北区登州路北端的青岛啤酒厂,其来历可追溯到1903年的德占时期。彼时英德商人为适应占领军和侨民的需要开工建设了啤酒厂,让喝惯了即墨老酒的青岛人,成了开中国啤酒风气的先驱者。

如今,总面积6000平方米的青岛啤酒博物馆,就建在了登州路56号青岛啤酒厂内。4日青啤博物馆讲解员梁焯告诉记者,除了1903年的一座用于散热的烟囱被拆除

外,博物馆所在的红色三层哥特式建筑,原汁原味保留了100多年前的德国老厂房和老设备。

“当年德国人居住与办公的地方,成为了展示青岛啤酒百年历史的图片、音像展区;同时生产车间也复原了1903年建厂时的生产设备,与相邻的现代化生产线形成鲜明的对比。这样的安排设置,正体现了博物馆的服务宗旨:‘给我一小时,还您一百年’。”在讲解员梁焯甜美的声音里,青啤博物馆缓缓开启百年前的那段历史。

青啤博物馆董方馆长告诉记者,青啤博物馆的建立,是青岛啤酒企业文化建设的必然结果。“青啤是中国啤酒产业的代表性企业,早在40多年前,就开始有参观、学习、交流。那时,青啤专门成立一个部门从事行政接待,后来市场经济逐渐发展,青啤开始尝试收费参观,结果反响强烈,引起了旅游部门的注意。”

当旅游与工业碰撞出火花,青啤率先在国内开展了工业旅游,“到2003年,青啤成立百年时,集团在工业旅游日益火爆的促使下,决定发掘利用老厂房,并向全社会征集青啤历史文

物,以企业博物馆的形式重现青啤百年历史。”

## 百年电机还能工作

从踏入博物馆大门的一刻起,108年的青啤历史便无处不在。比如德国人建厂时使用的西门子电机、日本人经营时期的广告宣传画以及1947年国民政府的广告宣传品,成为青啤博物馆人引以为傲的“镇馆之宝”。

在博物馆B区的厂房复原区,带动4个用于蒸煮麦汁的紫铜大罐的,是一台黑色的1903年便投入使用的德国西门子电机,当讲解员梁焯说出“这台电机如今还能正常工作”时,在场观众一片赞叹。随后上世纪40年代,日本人经营时期的两幅平面广告,再次展示出青啤的文化魅力:刘、关、张桃园结义后,选择痛饮青岛啤酒庆祝;而端庄娴雅的旗袍美女,也啤酒不离手,“无论英雄与美女,都爱青岛啤酒”的创意,让观众感受到早年间广告的独特风味。

而一部拍摄自1947年的青啤宣传片,更是中国历史上第一部电影广告。馆长董方告诉记者,如果不是建立博物馆时向全社会征集文物,这段“镇馆之宝”的电影胶片,很可能会湮灭在尘封的资料库中。“通过建设博物馆,青啤集团自发进行了一次企业历史文化的发掘梳理,正是在这些珍贵的文物和历史中,青啤集团的企业文化得以总结、提炼、升华,

形成了以历史文化为精髓、向外延伸打造全方位产业链的企业文化营销体系。”

## 青啤就是召集令

春夜的青岛,海风中还带着凉意,但是登州路青啤博物馆外的啤酒一条街上,已经挤满了来自五湖四海的游客,纯正的青岛啤酒,则是最好的召集令。2010年,共有来自海内外的53万人次游客来到青啤博物馆参观,同比增长达到15%。

青岛市北区特色街管委办介绍,正是每年数十万人次的游客,带动登州路以及周边街道的环境和产业的提升。“比如原来的登州路,环境破日,不仅影响了青岛啤酒的形象,而且也影响了周围居民的生活,从2005年开始,青啤博物馆的品牌效应,促使青岛市下决心建设啤酒文化街,拆迁破旧危房,修缮建筑立面,铺设彩色路面,使整条登州路焕然一新。”

如今全长千余米的登州路啤酒街,有各类酒店、啤酒吧、饭店等近百家,2006年被青岛市政府正式命名为“青岛市啤酒街”。青啤博物馆董方馆长告诉记者,今后,青岛市和青啤集团还将以青啤博物馆为核心,将啤酒街升级为啤酒文化休闲商务区,“一个好的企业博物馆,首先应该能凝聚企业文化精髓,展现企业品牌魅力,而且还要有带动一个产业体系的辐射能力。”



青啤博物馆所在的红色三层哥特式建筑。

靠历史说话的阿胶博物馆:

## 穿越2000年的时间隧道

文/片 本报记者 李克新 桑海波

2000年的阿胶文化,沉淀得有些太久。与青啤、张裕这些虎虎生威的后生相比,阿胶博物馆厚积正待薄发。热播连续剧《大宅门》的第三部《鲁商传奇》,今年九月将在这里开机。而在这座世界唯一的阿胶博物馆,你可以凭借阿胶这一介质,穿越2000年的时间隧道。

3月31日,鲁西大地沉浸在暖暖的春意里。与灯火通明的阿胶生产车间相比,富丽堂皇的中国阿胶博物馆却显得冷清了一些。当记者一行在讲解员孟书环的带领下,穿越整个2000年的阿胶博物馆时间隧道时,其间只碰到来自江西的两三位游客在参观。

“博物馆建馆九年,主要还是展示企业文化和品牌,旅游功能还是放在次要,博物馆运营主要靠企业

补贴。”谈及这个世界上唯一的阿胶博物馆,从筹建时就牵头的尹杰馆长,话匣子一下子打开了:“馆里最珍贵的四件宝贝,其中两件是我们三顾茅庐请来的,另外两件则是智取来的。”回想起十几年前“三顾茅庐”的情景,尹杰记忆犹新。

为了筹建世界上第一个阿胶博物馆,尹杰广结收藏爱好者,“经常请他们吃饭。”酒后吐真言,一次饭局后,东阿一位老藏友吹牛:“要说阿胶文化,谁家的也比不上我家的。”话只说了半句,再没了下文。是真是假,为此尹杰跑了这位藏友家十几趟,终于感动了这位藏友,自愿捐赠出两件宝物——一件是慈禧太后感谢东阿阿胶进贡后养好自己的病,赐给东阿一幅自己的画像;另一件是东阿阿胶进贡用的贡折(进出皇宫的通行证)。至今,这两件藏品仍是镇馆之宝。

谈及智取,尹杰更有得

意之作。在筹备过程中,许多藏友都会高估自己的藏品。“聊城一藏友拿出一件阿胶仿单印章(注:专门用于印刷阿胶说明书的木印章),开口20万,附带条件是让自己的儿子到东阿阿胶上班。尹杰此时手里已经握有几件宝贝,因此与这位老先生展开了拉锯战,并放风出去:阿胶博物馆收了许多宝贝了,阿胶仿单印章没有什么了不起的。”这是假话,至今流传下来的仿单印章,我只见过这一个。”几个回合下来,老先生以8000元的价格成交,也没再提儿子上班的事情。“馆里还有一盒清朝道光年间的阿胶,也是从内蒙古一位藏友手中智取来的。”

作为非物质文化遗产,阿胶的制作工艺已经牢牢定格在东阿这块神奇的土地上了。“跟青啤、张裕博物馆相比,我们的经营还有很大差距。”尹杰自己承认。

为了减少差距,东阿阿

胶开始了新的行动。从中国阿胶博物馆西行不足1公里,2009年动工的阿胶养生文化苑已经初具规模。记者在现场看到,这里威武的城楼,沿街商铺林立,让人倍感熟悉——电视里经常出现的镜头,火热的商埠,偶尔会金戈铁马,不同派别的商号在这里要么明争暗斗,要么动枪耍刀。“为了延伸阿胶旅游,我们投资上亿元在这里建设集文化、中医养生、旅游、影视拍摄基地于一体的大型工业旅游项目,从而带动当地旅游产业。”东阿阿胶总经理秦玉峰说。

《大宅门》第三部《鲁商传奇》,今年九月将在这里开机。而《杨乃武与小白菜》的剧组已经进驻这个新基地,近期将开机。“影视基地会带动一批旅游项目来这里安家。以阿胶2000年的文化,加上影视基地的现代效应,这里很快就会火起来。”省旅游专家如此说。



这是世界上第一座阿胶博物馆。