



## 红色歌曲

B09 齐鲁晚报

2011年7月1日 星期五  
编辑:朱 頔  
美编:宫照阳  
组版:陈 华

每个时代都有每个时代的印记,而承载这些印记的载体也是多种多样,但歌曲可能是其中最容易为人接受也是传播能力最强的。

歌曲的变化反映着时代的变迁,同时也影响着这个时代甚至其后的很多人。在激情燃烧战争岁月,激昂高亢的《保卫黄河》和《东方红》振奋着每一个国人,一批又一批的年轻人高唱着它们奔向保卫祖国的战场;在改革开放的新时期,《春天的故事》、《走进新时代》等歌曲则唱出了人们对现今生活的感受以及对美好生活的憧憬。

一首首红歌,意义其实早已超出了歌曲本身,它们是时代的见证,同时又影响着这个时代的每一个人。



曹火星

金果临

郭兰英

### 《东方红》

作词:李有源

作曲:原陕北民歌

《东方红》原为陕北民歌《骑白马》。1943年冬,陕西葭县(今佳县)农民歌手李有源依照《骑白马》的曲调编写成一首歌词长达十余段的民歌《移民歌》。《移民歌》既有叙事的成分,又有抒情的成分,表达在毛主席、共产党领导下的广大贫苦农民追求幸福生活的喜悦心情。歌曲编成后由李有源的侄子、农民歌手李增正多次在民间和群众集会上演唱,很受人们欢迎。随后,延安文艺工作者将《移民歌》整理、删修成为三段歌词,并改名为《东方红》,1944年在《解放日报》上发表。

### 《南泥湾》

作词:贺敬之

作曲:马可

1943年春节,延安鲁迅艺术学校的秧歌队来到南泥湾,向驻扎在这里的八路军一二〇师三五

九旅的英雄们献上新编的秧歌舞《挑花篮》,《南泥湾》是其中的插曲。该歌后经著名歌唱家郭兰英一唱,唱遍大江南北,唱得家喻户晓,都知道陕北还有个好人——南泥湾。

### 《没有共产党就没有新中国》

作词:曹火星

作曲:曹火星

1943年,蒋介石出版了《中国之命运》一书,当中提出了“没有国民党,就没有中国”的口号。中国共产党于同年8月25日在《解放日报》发表题为《没有共产党,就没有中国》的社论,批判了这本书,并在结尾说:“如果今日的中国,没有中国共产党,那就是没有了中国”。时年19岁的中共党员曹火星由此创作了歌曲《没有共产党就没有中国》。

对于最早歌名《没有共产党就没有中国》是如何最终定为《没有共产党就没有新中国》一事,流传着各种说法。据中共中央文献研究室主任逢先知回忆,是毛泽

东提出并加进“新”字的——1950年,毛泽东听到女儿李讷唱这首歌时,立即纠正说:“没有共产党”的时候,中国早就有了,应当改为“没有共产党就没有新中国”。

### 《歌唱祖国》

作词:王 莘

作曲:王 莘

1950年9月15日,第一个国庆节前夕,著名音乐家王莘从天津到北京去购买乐器。返程路过天安门广场,他禁不住心潮澎湃。“五星红旗迎风飘扬,胜利歌声多么响亮,歌唱我们亲爱的祖国,从今走向繁荣富强。”四句歌词脱口而出。

回到家后,他连夜一气呵成,创作出了《歌唱祖国》。此歌在耀华中学首演,又传到天大、南大。第一个国庆节前夕,王莘精心抄写了《歌唱祖国》原稿,兴高采烈地寄给某报发表,一星期后那家报社竟给他泼了一盆凉水——把稿子退回来了。他不服气,不气馁,自己动手刻印歌片向路人发

放。1951年春天,歌片传到北京工人合唱团,当年夏天,北京电台播放了这个合唱团的录音。1951年9月《人民文学》、《人民日报》先后发表了《歌唱祖国》的歌词,继而中央乐团在中央电台播放了《歌唱祖国》大合唱,从此这首歌曲流传到国内外。

### 《我爱北京天安门》

作词:金果临

作曲:金月苓

1970年9月,这首歌曲首先发表在上海出版的《红小兵歌曲》上。歌词作者是当时还在上小学5年级的12岁学生金果临,曲作者是上海第六玻璃厂年仅19岁的徒工金月苓。巧合的是,他们俩还是一对表兄弟。

1971年,该歌由中央人民广播电台播出,1972年中央新闻电影制片厂拍摄的北京“五一”游园会专题文艺节目把《我爱北京天安门》搬上银幕,随后录制了唱片,同年被编入国务院文艺组主编的《战地新歌》第一辑。

# 景阳冈:品牌提升酒业竞争力

——访山东景阳冈酒业有限公司董事长徐怀谦

## 四千年前酿美酒

“4000年前,世界造酒鼻祖伏羲在景阳冈龙山文化城中酿出美酒。”谈及酿酒历史,徐怀谦娓娓道来,从此以后造酒工艺在民间广为流传,以至到唐朝玄宗年间才得以发展。它出名于北宋徽宗政和二年,大发展于明朝万历年间,唐朝以前这里所产的美酒名叫开坛香;宋代以后叫作透瓶香,新中国成立后,当地政府把分散在景阳冈四周的近百家造酒作坊集中建起在阳谷县城紫石街上建起一座酒厂,取名景阳冈酒厂,生产的产品以景阳冈和武松打虎图作为注册商标。

两部古典名著和一个神威过人英雄武松打虎的故事,造就了独特的景阳冈酒文化,它给人以阳刚之气,给人以正义感、信心和勇气,历史名人、共和国领袖、将领及当代文学大师、艺术大师赋诗作画,更极大地丰富了景阳冈酒文化的内涵,使其地位倍加显赫,成为当之无愧的中国历史文化名酒,也是中国白酒行业中独树一帜的英雄酒文化。

## 不断创新

### 引领景阳冈发展

创新是景阳冈品牌的动力源泉!白酒市场的形势在不断变化,面对新形势如何

做品牌?“老品牌要有新思路,防止品牌出现惯性思维,维护好品牌发展的链条。”徐怀谦回答。

在景阳冈,创新体现在企业发展的各个方面,首先,人才是创新的根本,景阳冈酒业多年来一直重视人才,给人才创造良好的发展空间,把人才摆在战略制高点,激励他们建功立业,施展才华,目前企业已拥有中高层管理人才80多人,各类专业技术人才120余人,市场营销人才200多名,构成了人才金字塔,为景阳冈品牌的创新提供了人才支撑。

其次,创新必须走可持续发展之路,一招鲜,吃遍天下的时代已经过去了,成功是炼成的,一个地方一至三年喝倒一个白酒品牌,是大家公认的事实,市场成熟的时候,也快到了市场要死的时候,针对这种情况景阳冈酒业力争把各项工作做足做细做实,从产品质量到市场打假每个细节都做到充分到位,这也是景阳冈酒业长期坚持科学发展观,走可持续发展品牌之路的缘故。

最后,创新营销机制是培育品牌的关键,在激烈的白酒市场竞争中,企业牢固树立“市场是不断变化”的观点,用发展的眼光研究市场发展的趋势,创新营销机制,整合市场资源,通过四个根本性转



山东景阳冈酒业坐落在武松打虎的阳谷县,这里是古人观太阳种五谷定农时的地方,是中国农耕文明的重要发源地,也是中国酿酒业的发源地,是《水浒传》、《金瓶梅》主要故事的发生地。千百年来一代又一代的景阳冈人不断挖掘酿造工艺,传承酒的文明,用自己的心血和汗水培育着景阳冈这一千年品牌。

变不断培育景阳冈品牌,①由在外地设立办事处转变为设立总代理——创新营销渠道,培育客户对景阳冈品牌的重视程度,②由分销转变为分销、直销、包销相结合——创新营销方式,调动多方面力量共同培育景阳冈品牌,③由单纯注重企业效益向

让经销商赚钱、厂商共赢转变——创新营销理念,增强经销商对景阳冈品牌的信心,④由四面突击向重点区域和重点市场转变——创新营销策略,实现景阳冈品牌的口碑传播。

## 诚信经营

### 提升景阳冈内涵

景阳冈酒业在生产经营过程中,始终坚持国家的法律法规,履行诚信经营,一诺千金,不说空话,在客户中树立了良好的诚信形象,实现了厂商、经销商、供应商三方共赢,通过深化质量管理,狠抓全过程的质量控制,确保产品100%合格,连续十几年无产品投诉事件,取得了“全国食品行业知名白酒诚信产品”称号和“全国食品安全示范单位”称号。

在销售过程中,企业把售后服务同产品设计,产品开发、市场营销放在同等地位,把服务同样当作商品,卓有成效地开展售后服务工作,及时帮助经销商解决实际问题,并对经销商给予培训指导。

在鲁酒市场竞争激烈、形势严峻的今天,景阳冈酒能畅销十几年,靠的是丰富的历史文化、卓越的产品质量、准确的市场定位、良好的品牌美誉度,金奖银奖不如消费者的夸奖,金杯银杯不如消费者的口碑,大家说好才是真的好,千道理,万道理,产品有市场才是硬道理,所以说品牌的美誉度是企业发展的助推器,也是企业发展的基石。

## “人淳酒纯”

### 铸造景阳冈品牌

近几年来,景阳冈酒业始终发扬“人淳酒纯”的企业精神,坚持“先做人,后造酒,做好人,造好酒”的经营理念,致力于弘扬历史文化,光大景阳冈品牌,企业先后投资建设了干秋阳谷文化园、景阳冈酒道馆和水浒文化长廊,目前,景阳冈酒道馆所藏文物两千余件,这些酒器、酒具跨越年代之久,数量之多全国罕见,是研究中国酒文化的宝贵财富,这些文化设施不仅成为当地一个旅游文化亮点,更是提升了景阳冈品牌的含金量,使其大放光彩。

2007年中国白酒泰斗沈怡方来到景阳冈酒业考察工作时,对公司兴办文化事业大加赞扬,对产品给予高度评价,他说:景阳冈陈酿,酱头浓尾,饮后舒畅,工艺独特,全国独此一家,堪称中国兼香第一酒;赖茅酒为中国北方酱香典范,具有独特的药香,其复窖工艺优于茅台;景阳冈14酒和英雄酒主体干净,酒质纯正,酒很好,如今,景阳冈商标为中国驰名商标;景阳冈酒为中国十大名酒;景阳冈酒业已成为中国白酒工业百强企业。

山东景阳冈酒业有限公司庆祝建党90周年