

做真人，酿美酒 善其身，济天下

古井贡酒用企业文化 为消费者打造独特的美酒体验

□梁金辉 桑雅 文/图

如果把企业比作一棵茁壮成长的大树，那么企业文化就是树的根系，是企业这棵大树的生命力的源泉。一个企业若要长得树干参天、枝叶蔽日，就必须让企业文化上下工夫，必须让根系扎得更深、伸得更远。

在当前“用户至上，体验为王”的移动互联网时代，古井贡酒深入发掘历史文化资源，用企业文化为消费者打造独特的美酒体验。如今，企业文化已经成为古井集团企业生命力的源泉。



古井集团核心价值观：做真人 酿美酒 善其身 济天下



古井酒神广场曹操像，古井人尊曹操为酒神

孕育生命力 企业文化决定企业生命体征

1959年，古井正式转制建厂，26岁的聂广荣奉命担任副厂长，主持工作。12间茅草屋、一口锅甑、122条明清发酵池、30多名职工和一头驴，这就是当时古井酒厂的全部家当。

聂广荣领着酒工们砍荒开路，在运高粱、运水的车辙里，他和工人的汗水流在一处。

古井贡酒专注于内在品质的打造。1963年，古井贡酒在第二届全国评酒会上位列金榜，成为全国老八大名酒之一。之后，古井贡酒蝉联第三、第四、第五届全国评酒会金奖，中国名酒品质由此奠定。

到了20世纪80年代，古井提出“质量第一，信誉第一，严于治厂，注重效益”的办厂方针和“团结创业，求真务实，奉献进取，敢为人先”的“古井精神”。在这一时期企业文化的影响下，古井贡酒先后进行了几次扩建，逐步形成规模，业绩稳居中国白酒行业前列。

2014年，新一届古井管理团队上任，提出以“做真人，酿美酒，善其身，济天下”为核心的十六条古井企业新理念。确立了“贡献美酒，乐享生活”的企业使命和“做中国最受欢迎、最受尊重的白酒企业”的企业愿景。正是在这一系列新理念的指引下，古井在行业遇冷的冬季，稳住脚步，绽放出了“酒中牡丹”（古井贡酒在业界被誉为“酒中牡丹”）独有的春意。

滋生向心力 用企业文化内聚人心

成千上万的员工，构成了古井这棵大树的树干。正是企业文化内聚人心，滋生向心力，让古井的树干挺拔参天。

在古井酒文化博物馆里，一直留存着这样一幅照片，年轻的聂广荣腰里系着一个黑色的围裙，围裙上粘满制曲原粮破碎时留下的灰尘。聂广荣挽着衣袖，手上粘满曲麸，伸出双手去接职工递过来的曲块。这是聂广荣整日与员工一起劳动的缩影，也是他一辈子与工人一起甘苦与共的写照。

后来的古井管理团队，陆续提出“对员工友好”、“员工为天”的企业理念，并在企业管理中把这些理念落到实处。

新一届古井管理团队更注重员工素质的提升，提出“人才比产品更重要，成长比成功更重要”，大力推进员工职业发展通道，强化人才梯队建设；提倡建立“人正事正、公平公正、风清气正”的企业生态，充分调动员工的积极性、创造性。

强化执行力 企业文化落地才有着力点

古井集团搭建平台，成立企业文化传播管理中心，专门负责企业文化落地的各项工作。如编发《古井企业文化传播手册》、《古井企业新理念解读》，组织企业新理念宣传团，在厂区显著位置悬挂张贴标语等，借此化虚为实，让企业文化可视、可感、可知。各级管理人员不分大小会议，利用各种场合解读古井企业新理念，开展新理念征文演讲比赛，在集团层面评选“感动古井人物”及各类标兵等，借此化知为行，让企业文化可学、可亲、可行。

总之，通过系统规划，古井集团把企业文化做实、做小、做细，最终形成“人人是古井品牌，人人是古井形象，人人是古井榜样”，使文化的力量渗透到企业的每一个神经末梢。

打造吸引力 用企业文化外树形象

古井酒文化博物馆，综合展示亳州及古井特色的酒文化，是古井的“酒之花”；古井历史文献档案陈列馆，展示古井贡酒从东汉末年一路走来重要文献资料，是古井的“史之花”；古井贡名人馆，展示从古至今与古井相关的历史名人，是古井的“星之花”；古井贡酒感恩馆，感恩铭记每一位为古井的发展作出贡献的人，是古井的“心之花”；古井贡酒技术质量文化长廊，展示古井贡酒独特的酿酒技艺，是古井的“艺之花”；古井贡酒无极酒窖，把原酒窖藏与亳州的地方文化相融合，是古井的“窖之花”。朵朵花开，把古井这棵大树装扮得靓丽迷人。

2013年，中国复关及入世的首席谈判代表龙永图参观古井酒文化博览园后表示，古井贡酒是一个文化底蕴深厚的白酒企业，在文化建设、景区管理、遗址保护等方面的做法很值得其他企业学习。

提升竞争力 用企业文化支撑战略目标

2015年，新一届古井管理团队提出了开创“古井5.0时代”的构想。何谓古井5.0时代？就是适应新的移动互联网时代，以“用户思维”为指导，建立前端引流、中端体验、末端结算的企业经营新模式，进而对公司全部产业进行一体化打造。具体而言，即以古井贡酒全球呼叫中心为前端，整合企业“四大平台”（制造业平台、实业平台、金融平台、文旅平台）、三个中心（采购中心、物流中心、数据中心）作为中端、后端，突出与消费者的直接连通与互动，共同编织成一个“白酒制造业帝国”的有机整体。

公司管理团队一再强调，古井集团每前进一步，都必须坚持以“做真人，酿美酒，善其身，济天下”价值观为统领，深入落实“做中国最受欢迎、最受尊重的白酒企业”这一崇高愿景，须臾不可分离。

企业文化是古井集团生命力的源泉，是企业的根。古井的“拿下一百亿、冲向前三甲，打造制造业帝国”的战略目标，必须依靠企业文化来支撑、推动、实现。

孕育生命力，滋生向心力，强化执行力，打造吸引力，提升竞争力，未来古井将以文化为根，继续催生古井创新发展的强劲动力，助力古井迈入5.0时代。



华夏白酒第一馆——古井酒文化博物馆