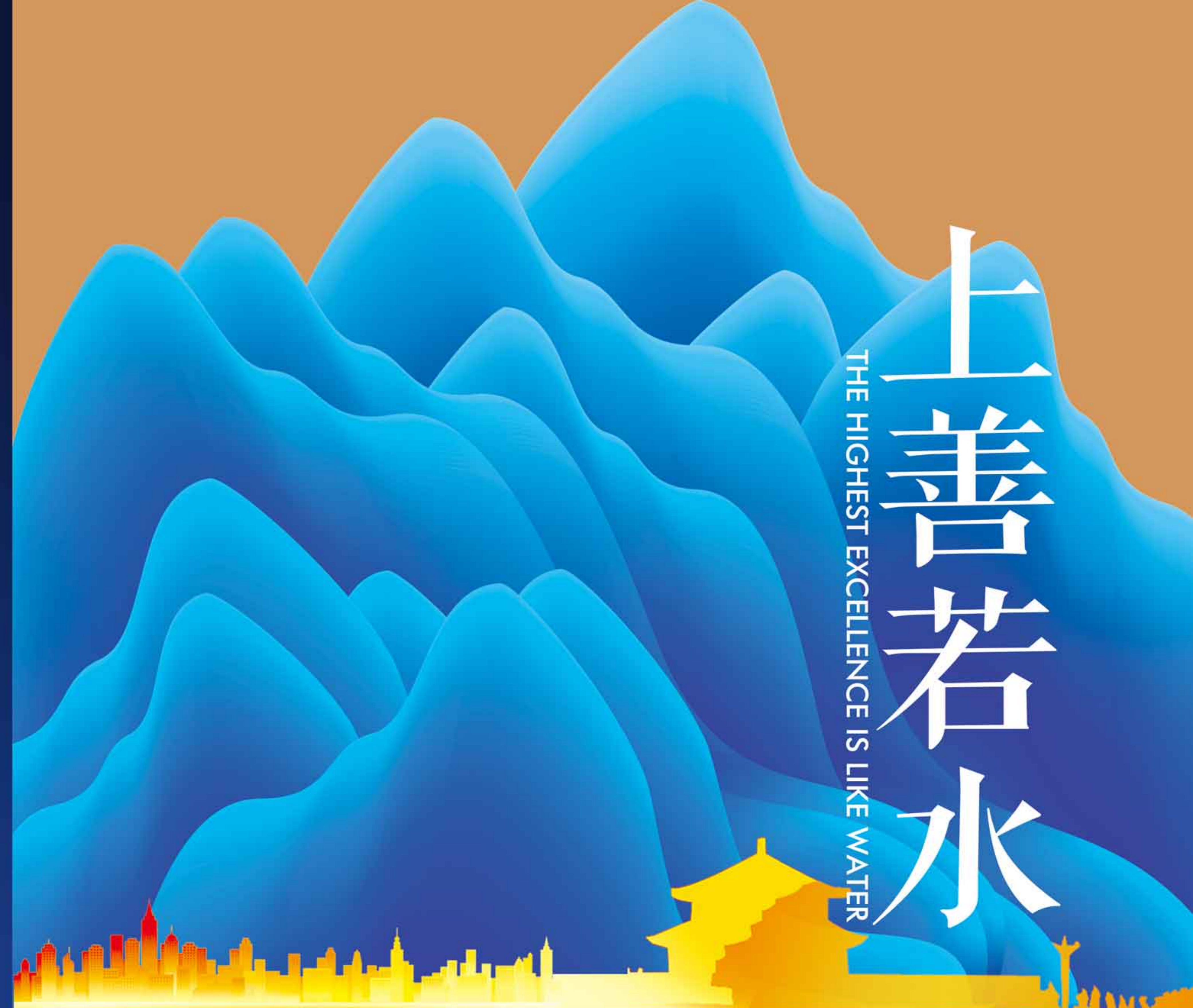




保护环境  人水和谐
做健康饮水解决方案的创导者



QINGDAO BEVERAGE CULTURE
青饮文化 特刊
青岛饮料集团 荣誉出品

中国最具幸福感城市 福布斯中国大陆最佳商业城市 国家环境保护模范城市 中国品牌之都 国家历史文化名城 国家沿海重要中心城市 世界最美海湾 中国海洋科研城市 帆船之都 国家历史文化名城 国家沿海重要中心城市 世界最美海湾 一带一路新亚欧大陆桥经济走廊主要节点城市 山东省经济中心 世界啤酒之城 中国最具幸福感城市 福布斯中国大陆最佳商业城市 国家环境保护模范城市 中国制造业十大最具竞争力城市 国家历史文化名城 国家沿海重要中心城市 世界最美海湾 中国海洋科研城市 帆船之都 国家环境保护模范城市 中国制造业十大最具竞争力城市 中国海洋科研城市 帆船之都 国家历史文化名城 国家沿海重要中心城市 世界最美海湾 一带一路新亚欧大陆桥经济走廊主要节点城市 山东省经济中心 世界啤酒之城 中国品牌之都 国家历史文化名城 国家沿海重要中心城市 世界最美海湾 一带一路新亚欧大陆桥经济走廊主要节点城市 山东省经济中心 世界啤酒之城 中国品牌之都 国家历史文化名城 国家沿海重要中心城市 世界最美海湾 一带一路新亚欧大陆桥经济走廊主要节点城市



海纳百川 创新求变

All rivers run into sea, innovation and change



阴胜俊 / 摄影

全国文明城市 联合国“电影之都” “东方瑞士”欧韵之都 中国最具经济活力城市 首届中国最安全城市 国家卫生城市 企业家最满意城市 中国最佳商务城市 跨国公司眼中最具投资价值的城市 国家园林城市 中国十大快乐城市 中国最美地方 国际性港口城市 财富管理中心城市 滨海度假旅游城市 蓝色科技中心城市 全国文明城市 联合国“电影之都” “东方瑞士”欧韵之都 中国最具经济活力城市 首届中国最安全城市 国家卫生城市 企业家最满意城市 中国最佳商务城市 跨国公司眼中最具投资价值的城市 国家园林城市 中国十大快乐城市 中国优秀旅游城市 中国宜居城市 中国最美地方 国际性港口城市 财富管理中心城市 滨海度假旅游城市 蓝色科技中心城市 跨国公司眼中最具投资价值的城市 国家园林城市 中国十大快乐城市 中国优秀旅游城市 中国宜居城市 联合国“电影之都” “东方瑞士”欧韵之都 中国最具经济活力城市 首届中国最安全城市 国家卫生城市 企业家最满意城市 中国最佳商务城市 跨国公司眼中最具投资价值的城市 国家园林城市 中国十大快乐城市 中国最美地方 国际性港口城市 财富管理中心城市 滨海度假旅游城市 蓝色科技中心城市 全国文明城市 联合国“电影之都” “东方瑞士”欧韵之都 中国最具经济活力城市 首届中国最安全城市 国家卫生城市 企业家最满意城市 中国最佳商务城市 跨国公司眼中最具投资价值的城市 国家园林城市 中国十大快乐城市 中国优秀旅游城市 中国宜居城市



刊首语

在路上
On the way

历史的长河中，一个企业能紧随城市的步履同步走过百年，是弥足珍贵的。

一百多年前，青岛的近代化发展之路刚刚起步。那时没有人会想到“崂山”矿泉水、“青岛”葡萄酒能够走到今天。

很多时候，作为崂山人，青葡人，当我们自豪而深情地回眸这段基业时，更多体味的是其中的曲折和艰辛。

这，是我们积累财富、创造价值、履行责任的动力和源泉，更是我们的光荣。

今天，重新审视这两个百年老字号品牌的发展之路，您会发现，无论是“太少，所以珍惜”，还是“一瓶，只为好酒”，依然守望着的，是我们创优专注的初心。

时间是诚实的，它记录着我们的脚步；时间又是无情的，常逼迫我们用足每一秒。于是，从优质产品，名牌企业，再到品牌经济、资本运作、多元化发展，以及闪亮的文化品牌；从量的追求、质的增长，到新旧动能转换，青岛饮料集团旗下的崂山矿泉水、青岛葡萄酒正在大健康时代的潮流中“奋发新芽”。

国企必须诚信经营，行业示范，必须承担起时代和社会赋予的责任和使命。

我们提出做“健康饮水解决方案创导者”是坚定不移的目标，逐步将饮水知识、饮水方法和爱水节水的理念推广到消费者心中是我们的责任，我们还必须通过文化理念的创新、产品服务的创新、商业模式的创新、技术的创新，用好产品，新理念，新时尚，更好地回馈社会，让人人享有健康福祉，享受品质消费。

本期《青饮文化》特刊，是我们一扇寄托厚重深情的窗口，也像是一张我们真诚送出的企业名片，您会看到，我们所有的工作都是以政府放心、社会尊重、消费者满意为基石，来传承匠心、坚守品质、再攀巅峰。

流逝的是时间，永存的是品格。

此时，您的目光凝聚之处，又将是一个百年品牌“凤凰涅槃、浴火重生”崛起的发轫之地。多少年以后，行经这里的后人，就像此刻的我们一样，溢满深情：“这里就是崂山矿泉水，这里就是青岛葡萄酒，这里就是青岛饮料集团，这里就是我们曾经最伟大的努力！”



青岛饮料集团官方网站
www.yinliaojituan.com

QINGDAO BEVERAGE CULTURE
青饮文化特刊

上善若水

THE HIGHEST EXCELLENCE IS LIKE WATER

品质服人 · 品牌聚人 · 品德育人

创导健康饮水 · 引领品质生活

ORGANIZER 主办单位

青岛饮料集团有限公司

CO-ORGANIZER 协办单位

青岛饮料集团战略品牌部 / 办公室 / 党群部 / 人力资源部
青岛青饮文化传媒有限公司

PUBLISHER 出版单位

青岛青饮文化传媒有限公司

EDITORIAL BOARD 编委会

DIRECTOR 主任 王达

DEPUTY DIRECTOR 副主任 林永健、温冰、郭占胜、矫克亮

COMMISSIONER 委员 魏华磊、王宝华、唐长顺、徐建博、郭廷强、邱茂才、赵萍、江守伦、王京文、邓涛、杨咏杰、胡广

OFFICE DIRECTOR 办公室主任 徐建博

EDITOR IN CHIEF 主编 林永健

DEPUTY EDITOR 副主编 徐建博、邱茂才、赵萍、胡广

SENIOR EDITOR 责任编辑 罗欣、王昌业、葛麟

GRAPHIC EDITOR 美术编辑 曹旭、应昊宏

内部交流资料 非卖品

地址：中国·山东青岛市市南区澳门路68号甲 电话：0532-8571 0939

邮箱：qingyinwh@163.com



www.laoshan.com.cn



www.huadongwinery.com



www.yadu.cn



www.meetnissin.com



www.qdqywhcm.com



青饮商城

QINGDAO BEVERAGE CULTURE
青饮文化特刊

CONTENTS 目录

上善若水

THE HIGHEST EXCELLENCE IS LIKE WATER



水之恋:
岁月不居, 时节如流
● 崂山矿泉的历史旧影
● 特稿: 崂山矿泉的前生今世之“寻踪1900”

01 | 上善若水 万里相合

水之源:
万古常新, 生生不息
● 源自万年古冰川
● 崂山矿泉的微量元素
● 七大花园式绿色生产基地
● 立足崂山 走出青岛 布局全国
● 质量为先 工艺领先 信誉优先
● 像对待生命一样对待生态环境

水之和:
凡味之本, 水为最始
● 创新 每一秒 传承 每一滴
● 特稿: 崂山可乐成长史
● 老字号 新体验 · 老品牌 新姿态

水之交:
同呼吸 共命运
● 走出去 走进来 走上去——跨越发展新征程
● 多元 共享 包容 共赢——跨界合作新时代

水之德:
清泉水 沁润我心
● 国事之水 ● 友谊之水 ● 和平之水
● 健康之水 ● 活力之水 ● 文化之水

水之愿:
传承品质 历久弥新
● 三大战略: 高端化 全国化 国际化



02 | 长风万里 香飘酒久

传奇美酒 芳香溢远
● 青岛葡萄酒历史旧影
经典华东 大放异彩
● 华东葡萄酒发展历程

酒标的诉说 时代的浓缩
传世庄园 干白典范
郁积成味 久蓄气芳

苍藤蔓 葡萄浆 相约聚酒庄
● 华东百利酒庄功能再升级
● 华东百利酒庄“时光隧道”博物馆
● 干白节 采摘节 活动掠影

喝酒不忘酿酒人
葡萄酒伴您就餐
天之美禄 适饮是福
凤凰涅槃 王者归来

特稿: 一座城市的灵动
——青岛与饮料工业的百年情缘

青岛饮料集团新旧动能转换亮点工程
互联网+服务平台: 青饮商城
商业模式创新: “崂字号”连锁机构
工业遗产活化利用: 青岛葡萄酒大酒庄

产镇融合发展: 崂山矿泉特色小镇
振兴老字号: 青岛老字号博物馆
● 特稿: 从贵寿药行到红房子



青岛饮料集团 青岛崂山矿泉水有限公司

销售热线 96656 全国客户服务专线 4006-0532-79 <http://www.laoshan.com.cn>



新时代
梦想为你绽放



New



水

生命·水的滋润，点染了百态万象

生机·水的奔波，使大地蕴发活力

生态·水的和谐，让群山起了秀色

生活·水的恩泽，托起了人间烟火

生趣·水的洒脱，刷新着幸福快乐

*

The highest excellence is like water
Encounters of thousands of miles

上善若水 万里相合

魅力之水 · 时尚之水 · 活力之水

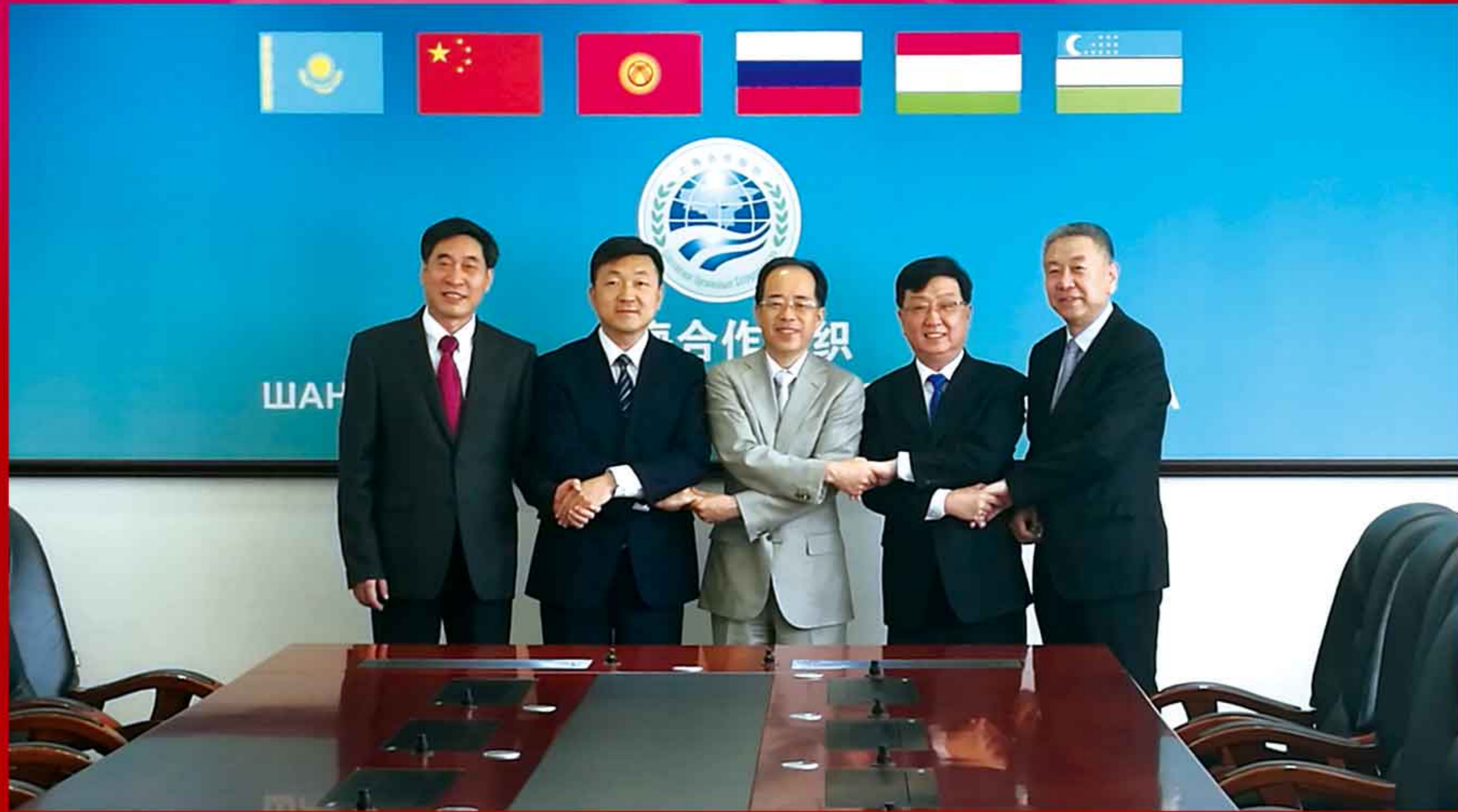
*

梦想不是显赫就伟大，也不是平凡就渺小

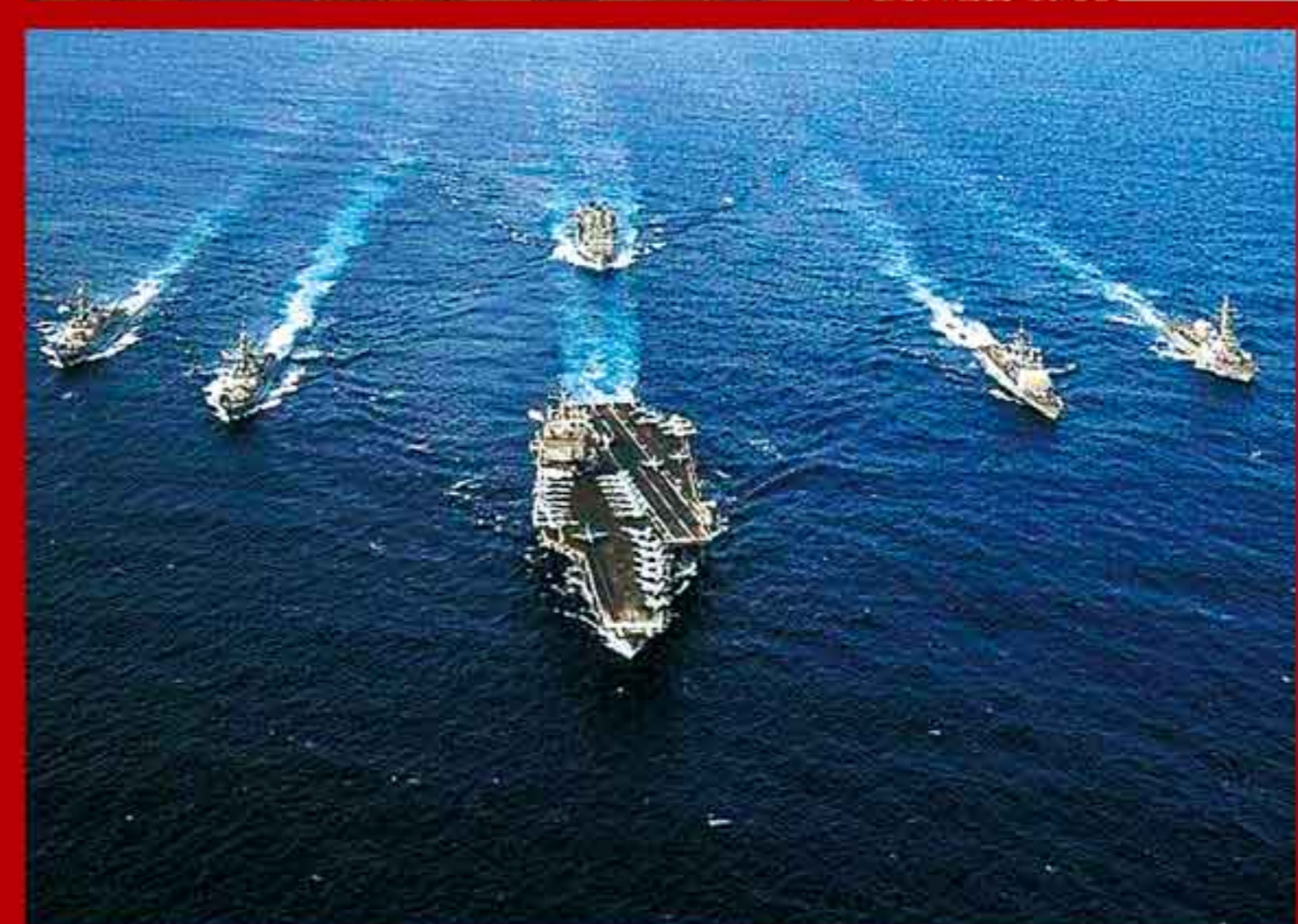
这是水滴的真诚，也是滴水的包容

在水的世界里，你会遇见纯粹





星耀青饮
SINCE 1900



星耀青饮
SINCE 1900

星耀青饮
SINCE 1900



Laoshan
崂山矿泉水
SINCE 1900
体育·训练局国家队运动员备战用水

崂山矿泉水：体育领域权威用水
——崂山矿泉水赞助国家体育总局训练局
2016年按照国家体育总局训练局的严格要求，国家兴奋剂检测研究中心对崂山矿泉水进行了权威检测，最终检测数据全部合格，达到了奥运饮料食品国际标准，使崂山矿泉水作为国家体育总局训练局赞助商，为驻训练局的田径队、排球队、乒乓球队、跳水队、体操队等10个大项14支国家队的运动员提供备战保障，同时也将为中国奥运健儿备战2016年里约奥运会助力。

崂山矿泉水赞助国家体育总局训练局
新闻发布会
龙浩斌 郑珊珊 魏海富

星耀青饮
SINCE 1900



崂山矿泉荣登亚洲品牌

500强

矿泉水行业唯一上榜品牌

一点一滴 汇成民族记忆
代代相传 铸就国际品牌

167.81亿元!
青岛饮料集团品牌价值飙升!

“崂山”品牌价值127.45亿元
“华东”品牌价值40.36亿元



岁月不居，
时节如流，
崂山矿泉水
的文化地理源头

水之

恋

沿着海岸线，回溯崂山矿泉水最开始的地方，你在沉浸于城市自然景观的同时，还会感受到，青岛涌动的文化历史脉搏，川流不息，不舍昼夜，源远流长……

“崂山，中国大陆海岸线上最高的山，被誉为“海上仙山第一”。最高峰巨峰，海拔1132.7米。“鳌崂独壮哉，海抱神山山抱海”，崂山的博大和壮伟，托起了绿树红楼、舟车穿梭的青岛。崂山的余脉沿东海岸向北，至即墨市的东部，西抵胶州湾畔，西南方向的余脉则延伸到青岛市区，形成了市区的十余个山头，毗邻中山公园的太平山，便是其中之一。”

源自万年古冰川

崂山矿泉水源自第四纪古冰川遗迹，
系万年古冰川矿泉水，
经深层花岗岩裂隙层层过滤，
口感清爽甘冽，
属于钾-偏硅酸型饮用天然矿泉水。
One of the ancient glacier mineral
water sources in the world, the Mt.
LAOSHAN mineral water, originated
from quaternary glacial heritage.
It belongs to Sr-H₂SiO₃
style drinking natural mineral water.



太少
所以珍惜

起源于1900年，中国第一瓶矿泉水，中国矿泉水生产标准主要起草企业。

作为世界上罕见的低矿化度和锶、偏硅酸复合型矿泉水，早在20世纪初就已批量出口，被誉为“琼浆玉液、世界名饮”。

新中国成立后，“崂山”牌系列矿泉水饮品成为顶级政务和商务用水，远销新加坡、泰国、马来西亚、柬埔寨、美国、日本、澳大利亚、巴拿马和中国香港等十几个国家和地区。直到1977年以前，崂山矿泉水一直是我国唯一的瓶装矿泉水。

《香港导报》称其为“祖宗神水”并称赞说：“防病强身即是仙，青松泰岱伴年华。深知海上长生药，不及崂山第一泉。”



刺猬井

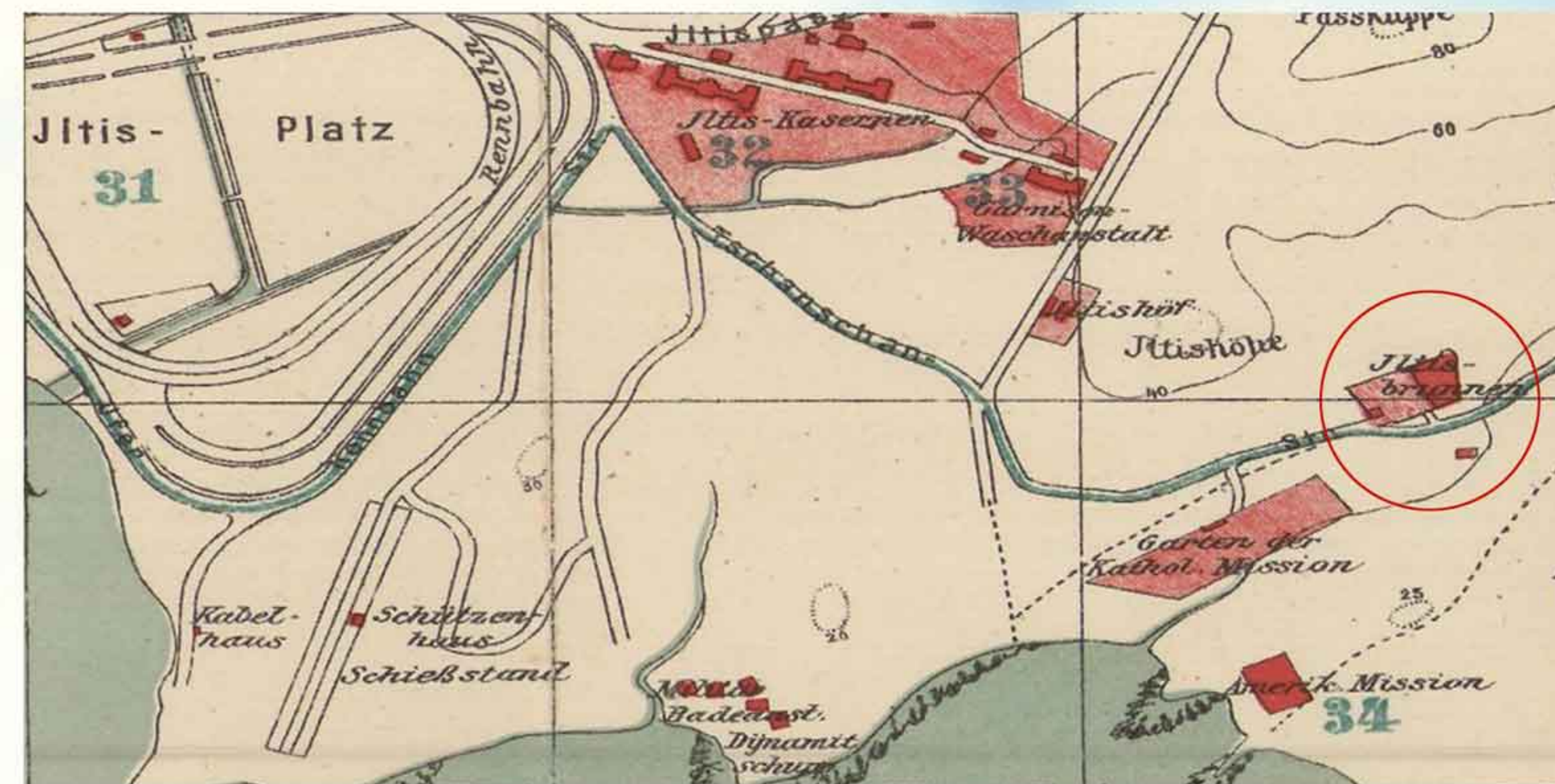
德籍记者（法学博士）贝麦曾在1899-1906年《青岛及周边地区指南》中多次提到：“在伊尔蒂斯山（即太平山）最南端的支脉山坡上，距兵营1000米处，便是所谓的‘鼠井’（今称刺猬井）”。据说，德国商人在太平山南麓打猎时，在几株古树怀抱中，意外发现了一汪清泉，几只小刺猬正在泉旁啜饮。他也俯首小啜，顿感清爽甘甜。这就是刺猬井的由来。



伊尔蒂斯兵营



青岛汇泉山炮台（伊尔蒂斯山Iltisberg堡垒）



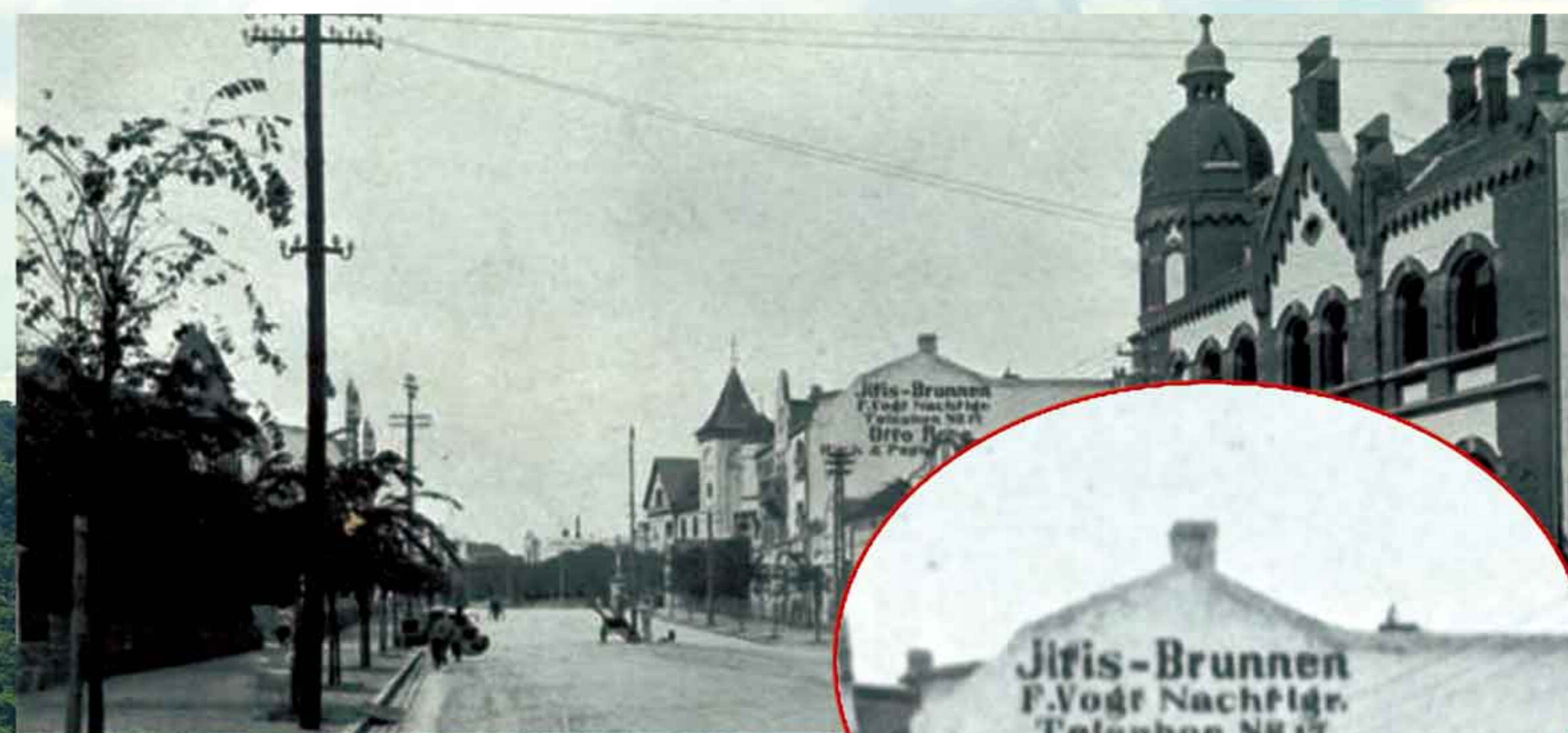
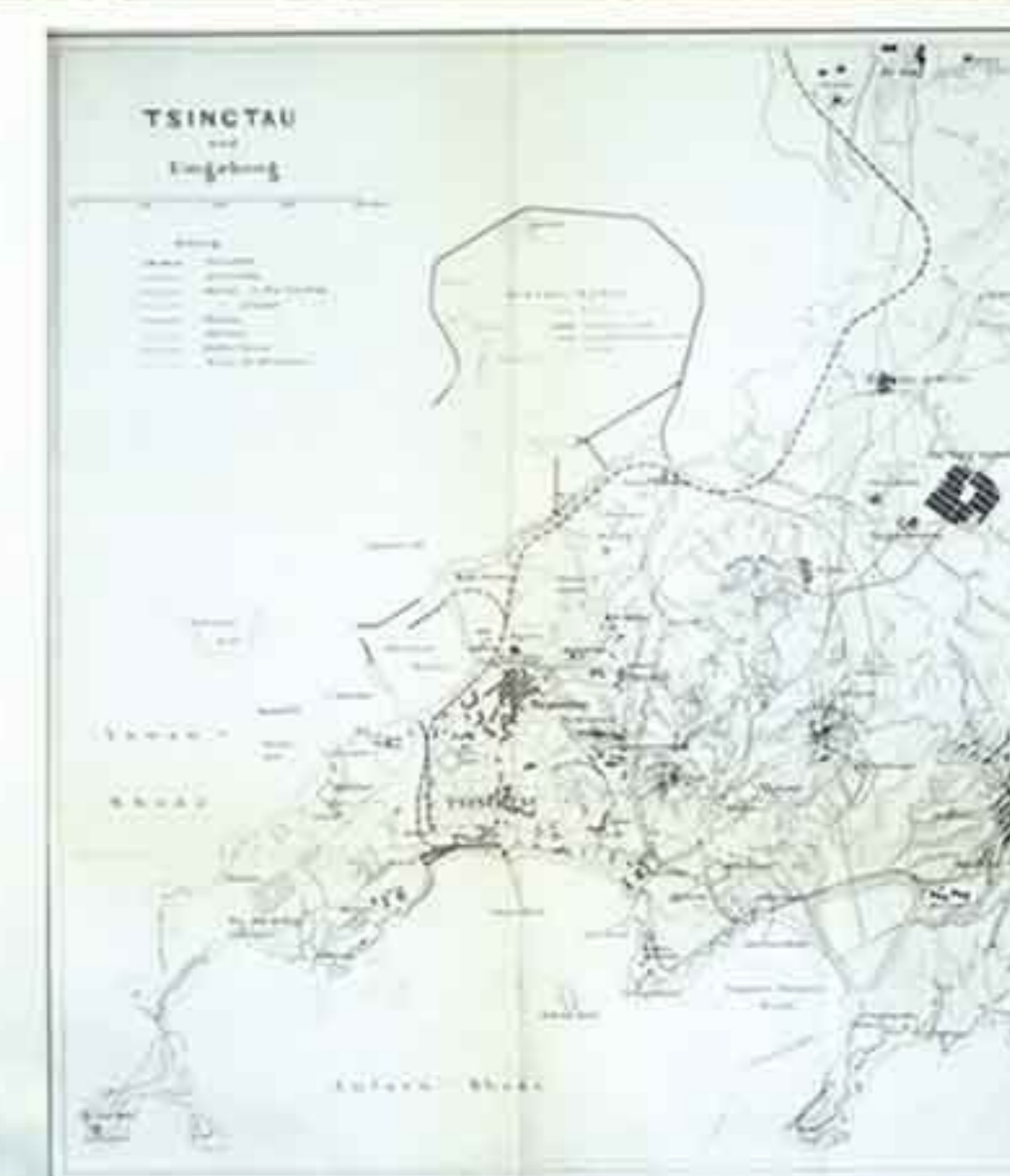
矿泉水厂

1900年-1901年的《青岛及周边地区图》，明确标明矿泉水厂（Mineral WasserFabrik）位于湛山大路42号（今矿泉水花园）。

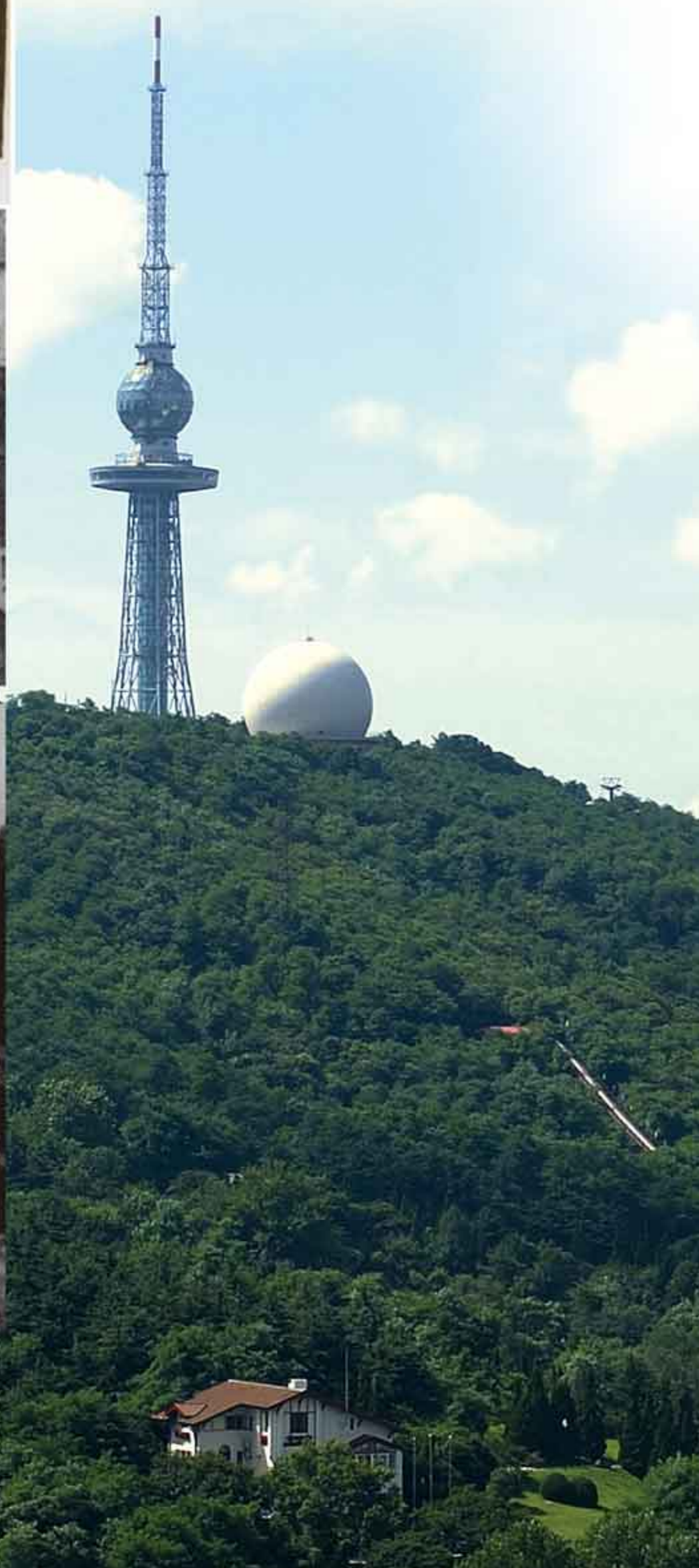
德国胶澳总督府编写的1900年-1901年的《胶澳发展备忘录》中也记载：“矿泉水厂已经建成很久了。”

1911年的《青岛及周边平面图》标明了伊尔蒂斯矿泉（IltisBrunnen）的位置。

据最新的研究：1900年，德商Franz Vogt在伊尔蒂斯山麓创办伊尔蒂斯矿泉水厂，生产矿泉水，主要用于出口，后来发展成著名的崂山矿泉水厂。



1910年的画册中提到的伊尔蒂斯矿泉事务所，位于弗里德里希大街213号（现中山路25号）的奥古斯特·梅尔商业综合楼。



水之
源



矿泉水厂

1909年《德文新报》（上海）、1911年《青岛新报》（青岛）、1909年《山东汇报》（青岛）等刊登的伊尔蒂斯矿水的广告。

一份来自凌基药房1909年的出口价目表显示，“矿泉水（WASSER）：伊尔蒂斯（ILTIS）矿泉水100/2 \$10”

THE LAOSHAN ILTIS WATER FACTORY TSINGTAO

TRADE MARK **ALCA** TRADE MARK

(MILD)

ALCA Possesses an acid destroying effect on the gastric juice and eliminates the uric acid.

ALCA Is a Pleasant Table-Water. Recommended by the Medical Profession for its Alkaline Properties.

爱乐阔矿泉水取自崂山清泉使用机械化灌注卫生清冽又富有营养常饮既能治肠胃炎肝病风湿血酸等症并能使皮肤细润，本产品为青岛特查，久已驰名中外并获医家好评。 青岛崂山汽水厂

DIETETIC ALKALINE TABLE WATER
Recommended in DIETETIC and Intestinal TROUBLES, HEART-BURN
GOUT, RHEUMATISM and MANY OTHER DISEASES.

青島崂山汽水廠出品

1930

爱乐阔 (ALAC)

1929年，德商卡尔·罗德维投资建立了生产矿泉水的专业工厂——崂山晶泉汽水厂，生产出了中国的第一瓶矿泉水——爱乐阔 (ALAC) 健康水，与世界第一瓶矿泉水的问世仅仅相隔了37年。

罗德维

据1929年《青岛行名录》记载：崂山晶泉汽水公司，业主更换为化学博士卡尔·罗德维 (Dr. Karl Ludwig) 和麦斯·格力 (Max-Grill)。
图为罗德维博士的身份证明，标注他1923年到青岛。

崂山汽水公司

1931年，德国美最时洋行参与，与其他股东一道，收购崂山晶泉矿泉水公司，改名为崂山汽水公司，并与美国可口可乐公司合作，成为美国可口可乐在华两大汽水生产、销售商之一。

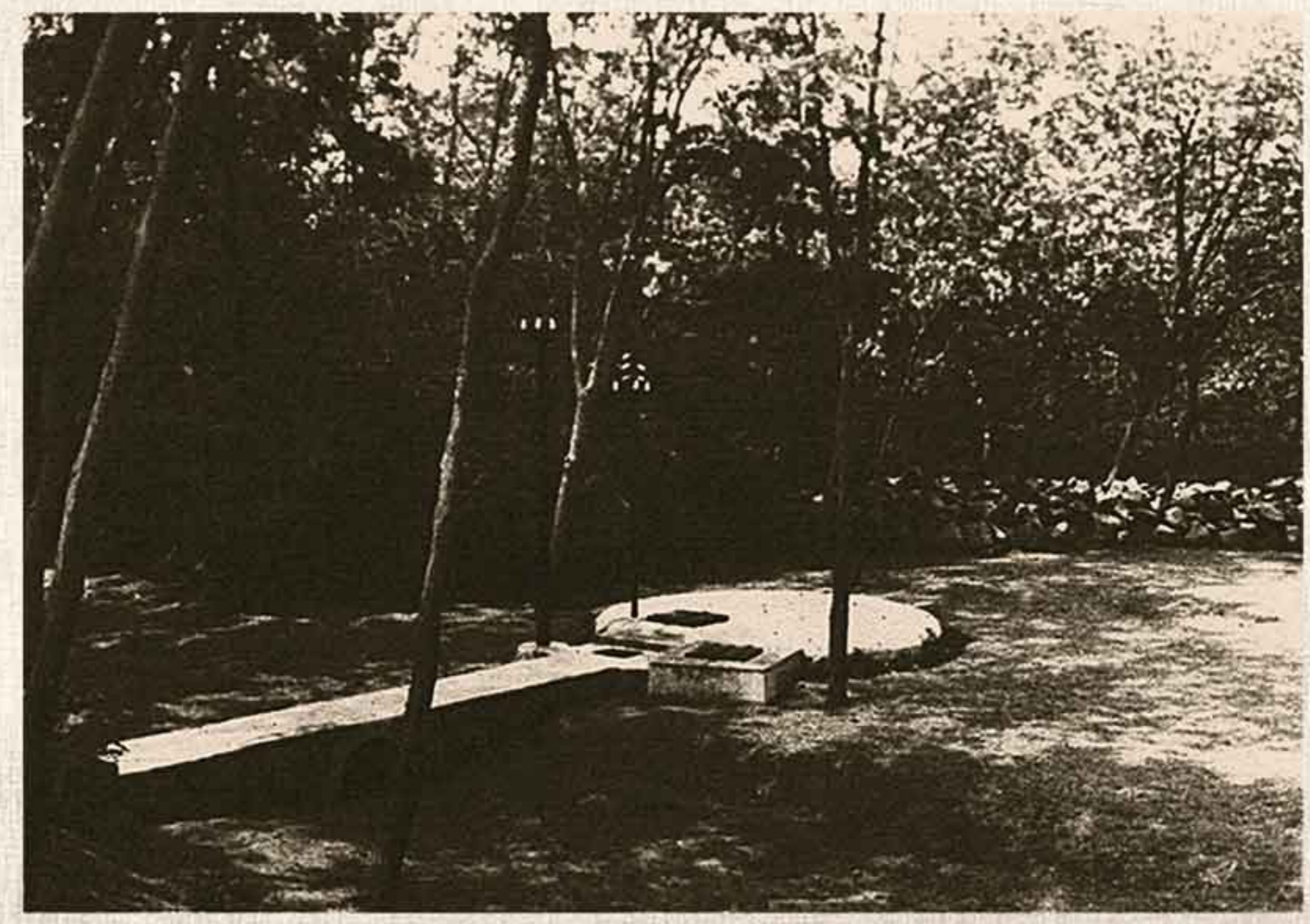
1934年，在厂区内勘探挖掘了第二口水井，同时又投资新建厂房，外购了新设备，推出了中国第一瓶果味汽水，在当时的社会上引起了不小的轰动。

外僑身份調查卡片

姓名	姓: KARL	名: KARL
出生年月日	1877年	10月20日
籍貫	德國	威斯特法倫
職業	化學博士	
現居地址	青島	湖南路
居留期限	自到青	起至
居留理由	受聘	
居留地點	青島	
居留日期	1923年	
居留地點	青島	
居留日期	1923年	

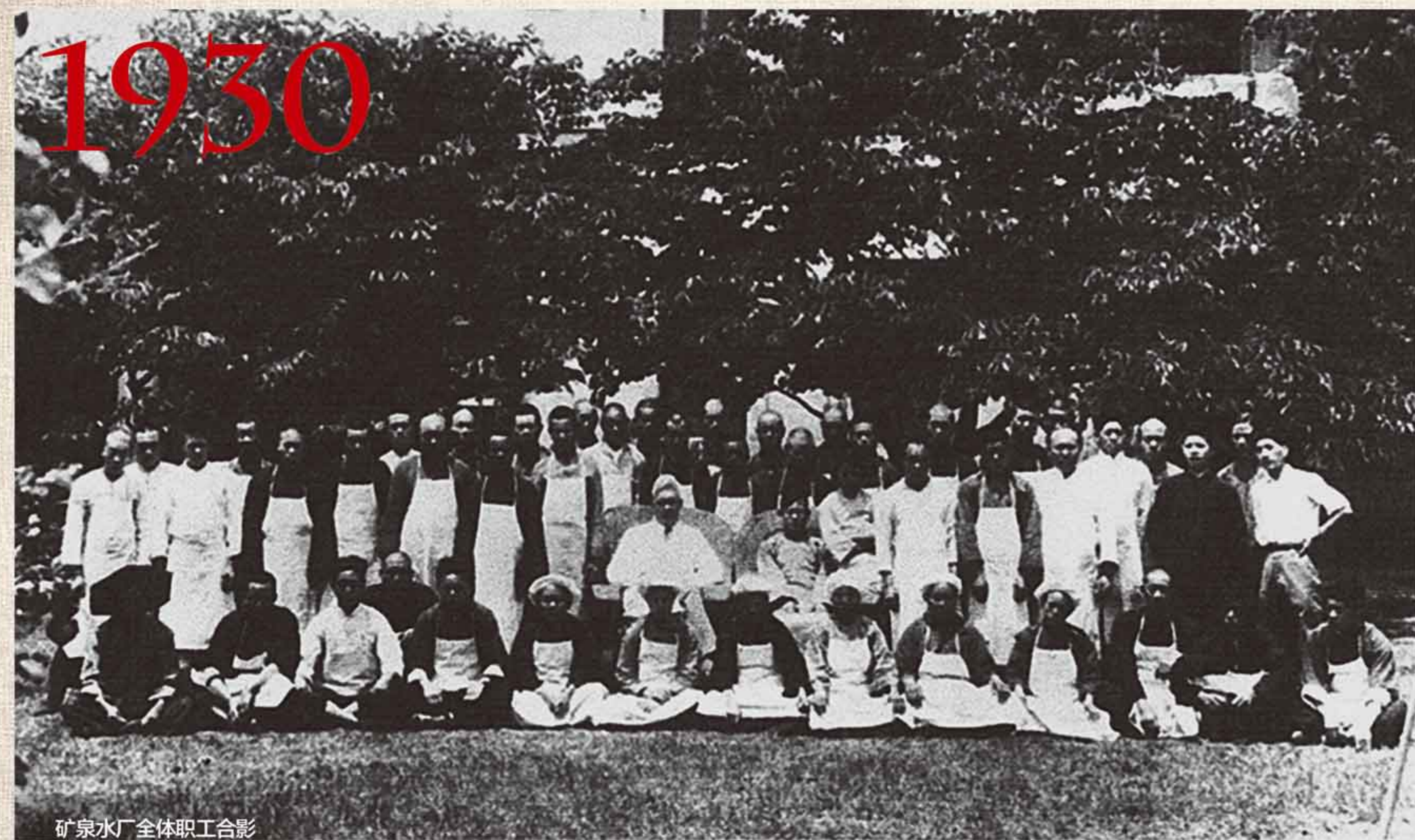
青島美最時洋行緊要啟事

本行所製之愛樂闊 (ALAC) 健康水，係由崂山清泉經機械化灌注而成，其味清冽，且富有營養，常飲能治胃腸炎、肝病、風濕、血酸等症，并能使皮膚細潤。本產品為青島特查，久已馳名中外，并獲醫家好評。現因本行業務擴展，特將本廠遷至青島湖南路，以便各界人士光臨。特此啟事。

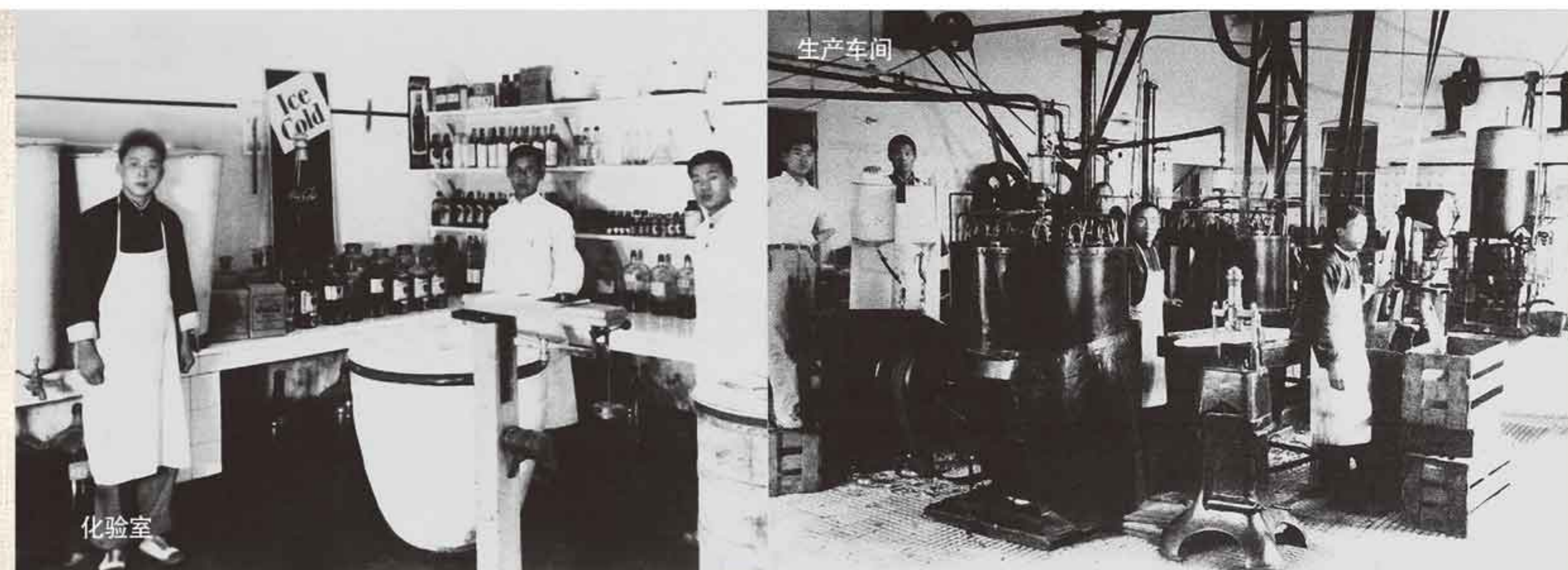




生产基地



矿泉水厂全体职工合影

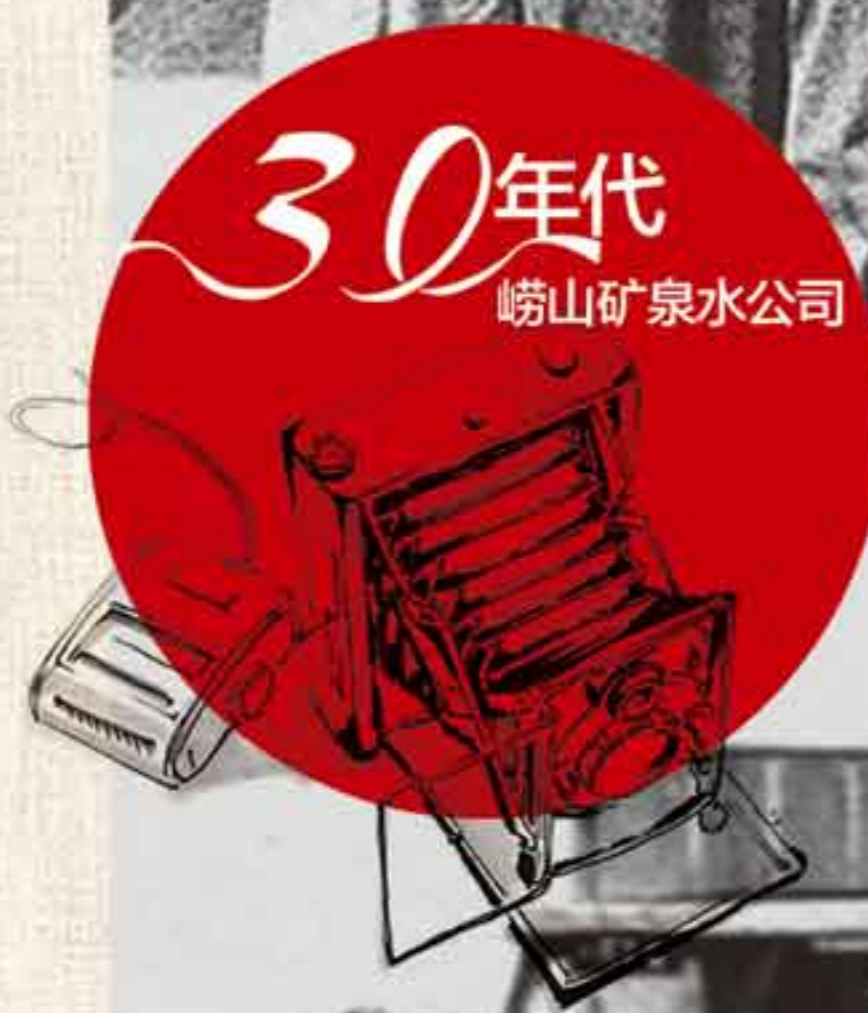


化验室

生产车间



美最时洋行青岛浙江路营业所全体职员合影



送水的车辆



新中国成立后，
伴随国家在不同时期实施的工商业经济政策，先后又经历了青岛崂山汽水厂、公私合营崂山汽水公司、
青岛汽水厂、国营青岛汽水厂，再到今天的青岛崂山矿泉水有限公司。



1940

崂山汽水股份有限公司成立大会

1941年，崂山汽水公司与美最时洋行签定股权合作合同，更名为“崂山汽水厂两合公司”。
1944年5月，总经理戴爱黼解散崂山汽水两合公司，另行招股，组建崂山汽水股份有限公司，赎买美最时洋行股份，包括在湛山的机器和房屋，成为华商全资企业。
可见，崂山矿泉水不仅拥有优质的矿泉水资源，又具备现代企业制度基因，实现了从外商经营到民族企业的华丽转身。



1941年《行名录》登记的“崂山汽水厂”



80年代
老员工照片

20世纪50、60年代，
中国第一瓶碳酸饮料—崂山可乐、第一瓶中草药式蒸馏饮料—崂山白花蛇草水相继研制问世，
“崂山”牌系列饮品陆续走向东南亚、欧美等国家和地区，至今畅销。

下图为不同时期“崂山”牌系列饮品的宣传海报。





这是一个“划时代”的发现。随着“崂山矿泉水生产历史始于1900年”公诸于世，崂山矿泉水也由此成为青岛市内时间最早的现代工业产品，刷新了青岛现代消费品生产历史记录。

这是一次“跨世纪”的见证。公元1900年，正是人类在19世纪（公元1801年-公元1900年）的尾声，即将迎来20世纪的开始。当每一缕光线投入到水的怀抱，新的生机也在逐渐酝酿。

欣喜和感叹之余，我们接触到这样一群人。他们钟情于一个数字，在他们眼中，数字，就是进入时间的密码。只要由数字组成的时间每提前一次，就有可能有奇迹的开始。

他们，带着一股仿佛是与生俱来的“钻”劲儿，默默无闻，剥茧抽丝，小心求证，从文献史料里为我们打开一扇扇往事之窗，还原看一段段过去的真实。

他们，自称“普通的档案人”；我们，却把他们称作“时间的逆行者”。

崂山矿泉水的前生今世

寻踪1900

文周兆利

1897-1914年的青岛，无论是啤酒、矿泉水、葡萄酒，这些西方舶来饮料工业品，悉数登场，而且带着日耳曼民族基因联翩而至，青岛这块土地成为德侨追逐发财梦想的试验场。但因原始资料匮乏，要搞清楚它们的历史确非易事。

发展到今天，青岛已成为中国的饮料之都，不但有啤酒、葡萄酒、矿泉水、汽水等西式饮料，也有白酒、黄酒、果汁等传统饮料，在中国也许找不到第二个城市像青岛这样，集中西于一身，融传统与现代于一冶。在青岛饮料行业中，啤酒和崂矿高居榜首，是行业翘楚，引领消费时尚，两个都历经百年，都是百年品牌，中华老字号。

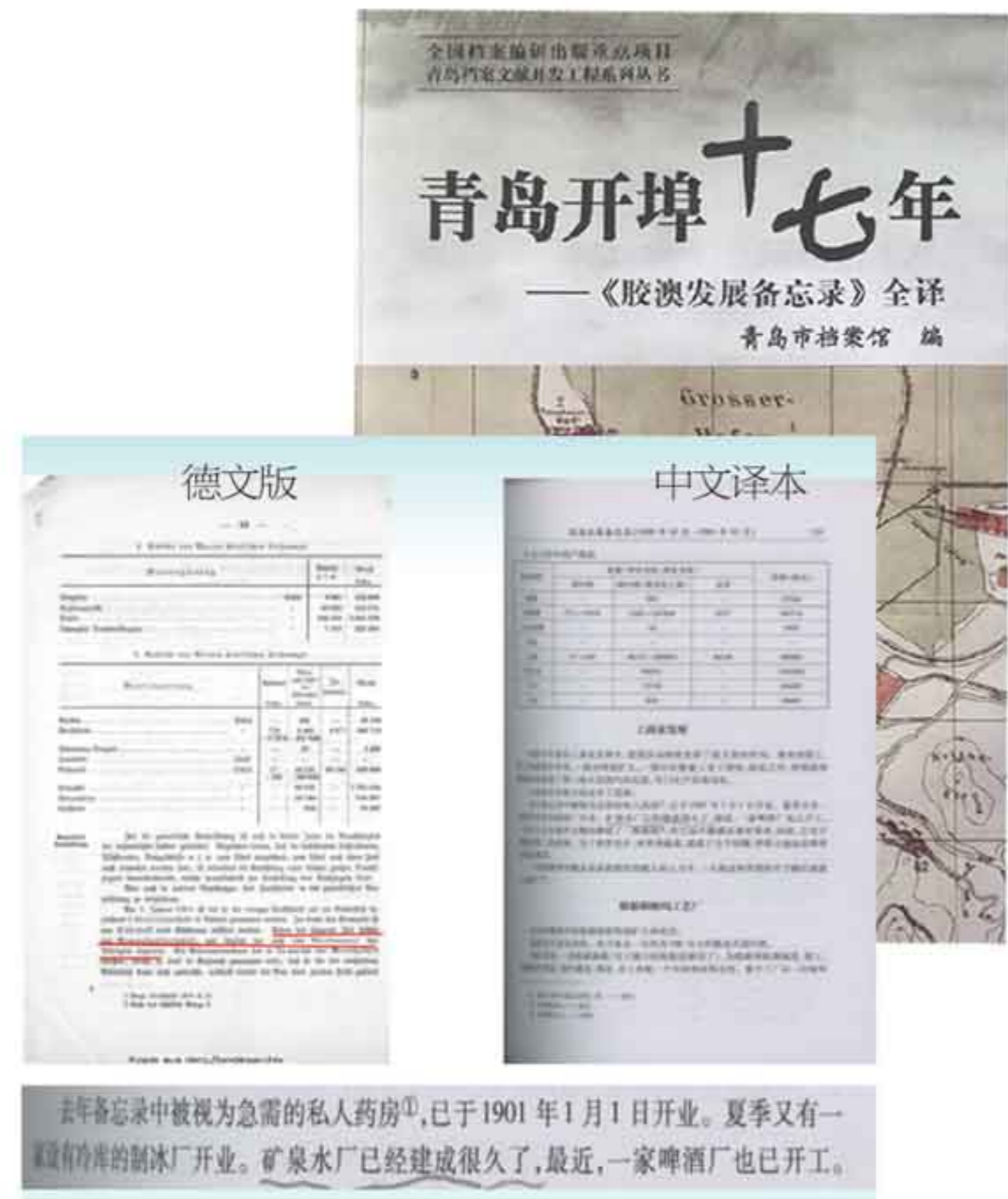
但在一般人心目中，都认为青岛啤酒才是饮料行业的带头大哥，不仅因其规模大，更因其诞生时间早，即使在全国饮料行业中也屈指可数。但事实果真如此吗？

百年崂矿，源于一汪清冽甘泉。传统说法是1905年，德国人马牙首先发现了青岛优质水源，传说他在太平山麓打猎，发现许多小刺猬聚众饮水。马牙很好奇，也俯身捧饮，顿感泉水清爽甘甜，随后钻井打水，化验后发现水质不亚于当时法国著名矿泉水水质，这口井后来就被叫作“刺猬井”，成为近代中国最早的矿泉水水井。德国商人罗德维，嗅觉敏锐，很快搞到资金，与马牙合作，在此建起厂房，打了一口深井，建起近千平方米的厂房，1905年生产出中国第一瓶矿泉水。由于矿泉水水质好，又有医疗、保健功效，加上青岛德国福柏医院的验证，迅速声名远播，成功销往上海、天津、烟台、香港等沿海城市。

1948年青岛出版《平民报》还有另一种说法：崂山汽水公司是源于1908年由德国人马利亚和威灵顿合伙开办的“意忒斯工厂”。文章作者耿介说，德国租借青岛后，到处寻找干净水源，各处水并经过化验除含有毒质外，大多数又苦又咸，无法饮用，只有位于太平山麓崂山汽水厂公司的井水，水质纯洁甘冽，适于饮用，于是命名该井为“意忒斯井”，意忒斯究竟是什么意思？耿介在他的文章中说是德国一种虎豹科的动物。

究竟崂山矿泉水起源于何时？1905年还是1908年？看来只有那些泛黄的档案才能给出确切答案。2004年以来，青岛市档案馆持续对外征集，积累了大批德文档案，为矿泉水的探

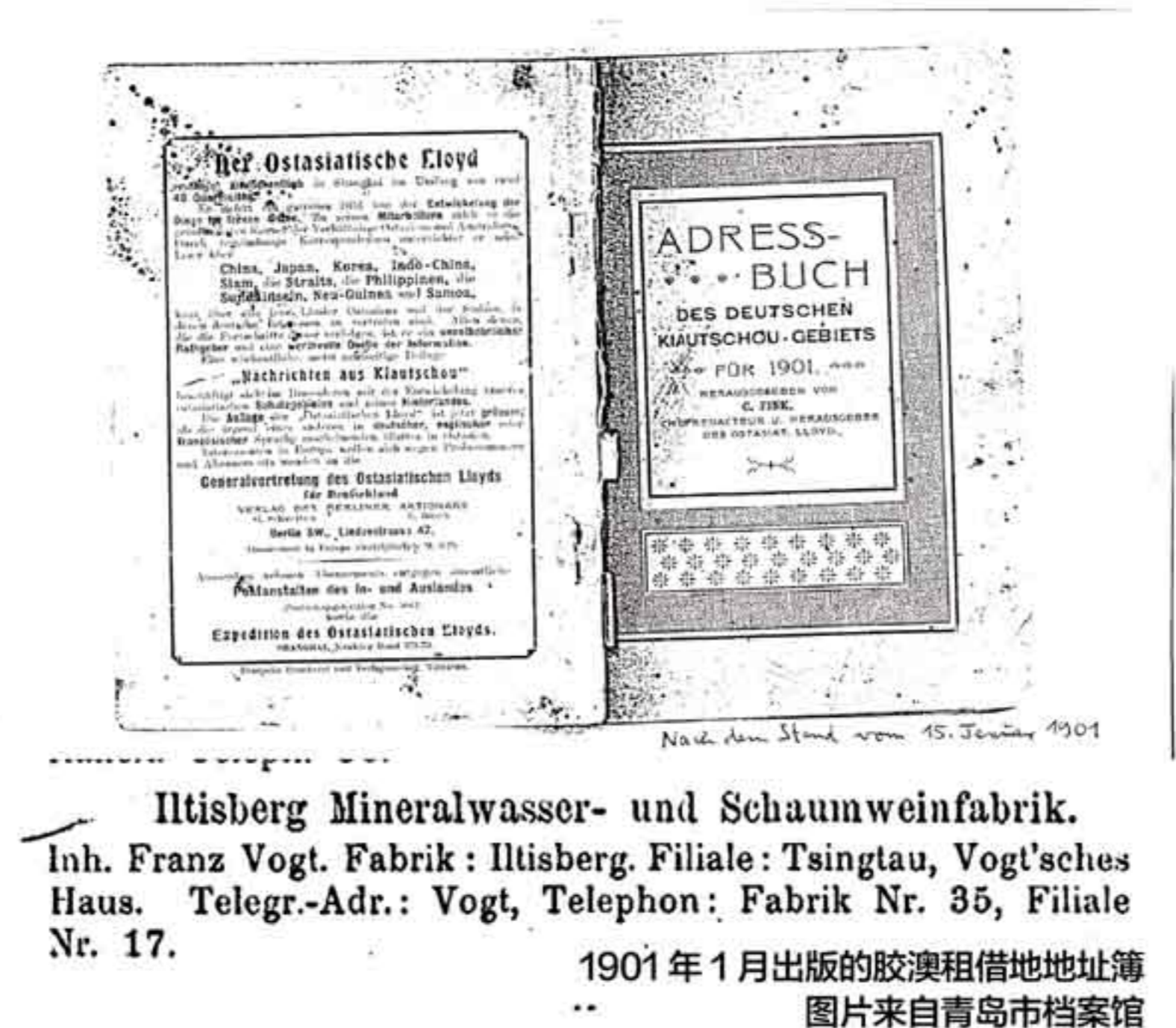
源工程提供了钥匙。2017年初，市档案馆工作人员专门组成一个课题组，仔细爬梳从德国征集回来的数万卷档案，经过几个月地毯式搜索，功夫不负有心人，最终在德国胶澳总督府呈报给国会的《胶澳发展备忘录》（1900.10-1901.10）中发现了蛛丝马迹，根据该年度报告“工商业发展”



德国胶澳总督府呈报给国会的《胶澳发展备忘录》（1900.10-1901.10）中文译本

部分记载：“矿泉水厂已经建成很久了，最近一家啤酒厂也已开工”。研究历史，讲究孤证不立，为确保万无一失，课题组一班人又钻进库房，披沙拣金，寻找其他证据，当工作人员翻遍所有文献一无所获时，馆藏上千张地图引起了课题组的注意，在分工检索查阅中，发现1901年的“青岛及周边”地图上赫然标着“Mineralwasserfabrik”（矿泉水工厂），所处位置

正是崂山矿泉水厂旧址，位于太平山南麓，湛山村附近。由此可以断定，崂山矿泉水前身——Iltis 矿泉水的诞生至少不晚于1900年，“已经建成很久了”几个字足以说明早在1900年之前矿泉水工厂已经开始筹建了。德占青岛后，采用德国地名、人名和军舰名称命名青岛的部分街道、山、海湾、岬角。为纪念1896年7月在黄海风暴中沉没的“Iltis”号炮舰全体船员，德国人将太平山命名为“Iltis-berg”，即意忒斯山，并在山下建设了Iltis号兵营，将太平角命名为意忒斯角（Iltis-huk）。另外，还在上海外滩建成了意忒斯纪念碑。此时建成的矿泉水厂也就循例定名为“Iltisberg Mineralwasserfabrik”（意忒斯山矿泉水厂）。这一时期的矿泉水厂不仅生产矿泉水，也生产葡萄酒，并在斐迭里大街即今天的中山路上设立办事处，



Iltisberg Mineralwasser- und Schaumweinfabrik. Inh. Franz Vogt. Fabrik: Iltisberg. Filiale: Tsingtau, Vogt'sches Haus. 1901年1月出版的胶澳租借地地址簿

就近销售矿泉水，这些史实在德国1901年1月正式出版发行的《胶澳租借地地址簿》中有明确记载，也从第三个渠道证明了崂山矿泉水的起源不晚于1900年。

到底是谁创办了意忒斯矿泉水厂，以目前史料来看，依然扑朔迷离，正如当时啤酒厂不只一家一样，意忒斯矿泉水厂也不是当时的唯一，历史是如此复杂，至今难有确论。不过，1900年下半年的《青岛官报》和1901年



青岛大学朱铁杰老师的老明信片印证了矿泉水厂建设历史

1月出版的《胶澳租借地地址簿》为我们提供了相对清晰的信息。两份资料提供的信息都指向同一个人Vogt Franz，直到1914年7月的《胶澳租借地地址簿》也没有变化。唯一变换的是公司所有人，1905-1906年度起变成了C.Wilde和August Meier，如果仔细对照中德音译，1948年《平民报》

所说的威灵顿和马利亚很有可能就是这两人的音译，毕竟过去了将近50年，后来者的回忆难免有失误之处。

意忒斯矿泉水厂投产之后，以其优质的水源和德国先进技术，很快打开了市场。意忒斯矿泉水除在青岛注册“Iltisbrunnen”品牌之外，还在上海租界和南京等地进行了品牌注册。根据胶海关贸易统计报告（1902-1911）、日本人编著的《胶州湾洋志》《胶州湾》均成书于1914年日德之战前。等书记载：意忒斯矿泉水水质极好，除了供应本地需要外，还销售到了华北、华南等地，仅1911年就卖出了18000余打矿泉水。从意忒斯矿泉水在津、沪、青等地投放的广告可以看出，它一开始走的就是高端路线。据《1909年麦基药房价目表》，当时意忒斯矿泉水售价每100FL（称为“飞升”，是欧美的液体计量单位，大约相当于300毫升的意忒斯矿泉水两瓶）的售价是10个鹰洋，相当于现在1200多元，售价相当高，算得上是奢侈品，稍逊于啤酒还高。在青岛，只有德国侨民和富裕的华人家庭才能消费得起。由此，意忒斯矿泉水与青岛啤酒一样，共同成为这一时期在青外侨和国内其他口岸的主要饮品。

1914年日德青岛之战，日本攫取德国在青岛所有权益，连同工厂在内，成为日本人的囊中之物。一开始，日方采取合办方式，将意忒斯井改为“虎泉”，后来干脆抛开德方，独霸意忒斯矿泉水源地，成立青岛矿泉水株式会社，生产“虎泉”牌汽水。1920年10月底，青岛守备军民政部发布《管内工厂一览表》，内有青岛矿泉水株式会社湛山工厂的企业登记，生产项目：水、清凉饮料等。1922年中国收回青岛之后，麦斯·格力Max Grill和卡尔·罗德维（Dr Karl Ludwig）从日本人手中购回意忒斯矿泉水的资产，重新经营起来，并改名为崂山晶泉汽水公司（Laoshan Crystal Mineral Water Co.），在上海和济南设立了办事处。罗德维是德国化学博士，可见当时对崂山矿泉水生产品质的重视。

20世纪三十年代是崂山汽水公司发展的鼎盛时期。1931年，德国美最时洋行收购崂山晶泉汽水公司，改名为崂山汽水公司（Laoshan Iltis Mineral Water Co.），依然保留了“Iltisbrunnen”矿泉水商标。美最时入股后，公司以法国威士矿泉水为标准，利用场内泉水试制，经化学博士分析化验，发现此处水质与法国著名的威士矿泉水相似，并经过福柏医院（今安徽路青岛市口腔医院）证明，非常适合病人和一般人饮用，便试制装瓶，这就是著名的爱乐陶矿泉水（又名卫生水）。1933年开始小批量生产，销售对象主要为外侨。1934年，美最时洋行追加投资，又在厂区内勘探挖掘了第二口水井，兴建了新厂房，外购了新设备，还推出了中国第一瓶果味汽水。



因为看好崂山矿泉水当时的品牌影响力和非凡水质，美国可口可乐公司在上世纪三十年代便选择其作为当时在中国仅有的两家灌装厂之一，生产可口可乐汽水，垄断了山东全省销售，后来销售市场逐步扩展至西安、汉口、大连等地。

由于可口可乐等市场上非常畅销，因此仿冒品层出不穷。美最时崂山汽水公司不得不聘请青岛著名大律师熊继宗担任法律顾问，并对崂山汽水和可口可乐两个品牌在南京政府实业部进行商标注册。（接后页）

Vertical text on the right side of the ALCA label image, likely a testimonial or advertisement in Chinese.



(接前页)

爱乐阔矿泉水是高档饮品，商标设计简洁、高雅，大部分产品出口海外，因此商标以英文为主。商标中部最显著的位置就是爱乐阔卫生水的英文名字ALCA。中部是一座山峰上流淌泉水，下部是崂山的英文LAOSHAN。商标左侧是英语的关于爱乐阔卫生水营养和疗效的介绍。更有特色的是右边部分，是一位消费者H.A先生给崂山矿泉水公司的一封信，信中洋溢着他对爱乐阔卫生水的喜爱和赞扬。商标的右半部分是中文的崂山矿泉水公司启事，将爱乐阔卫生水的疗效做了宣传。

当时除崂山矿泉水外，青岛山东汽水厂、大华汽水厂、大鲁汽水厂、鲁东汽水厂、青岛冷藏股份有限公司等厂家还生产各种品牌的汽水、果汁、果子露等饮料。青岛作为闻名中外的避暑旅游城市，夏季汽水的消费者大多是旅游者和孩子。因此，商标设计讲求的是吸引眼球，让人垂涎欲滴的橘子、杨梅、蜜桃图案，加之五彩缤纷的商标，在炎夏之季，增加了人们的购买欲望。

1938年1月，日本第二次侵占青岛后，崂山汽水公司因为有德国美最时洋行的股份和可口可乐的生产权，开始并没有受到很大的冲击，反而通过赞助青岛市学生运动会，赠送可口可乐等方式扩大了品牌宣传。1937年产量为8637打，1939年14531打，1942年7178打。但太平洋战争爆发后，因日本与英美交恶，交通不畅，销售量逐渐下降。1941年，成立崂山汽水工厂两合公司，1944年改组为崂山汽水股份有限公司。外销量从1940年的14112打直接下降到1943年的三四十打。抗战胜利后，崂山汽水公司重新进行登记及商标注册，赎回美最时洋行的外商股份，成为完全民营企业，并继续聘请德籍化学博士罗德维作为公司化学顾问，负责各种矿泉水的水质分析和产品质量检验，兴旺景象曾昙花一现。后来随着国共内战的爆发，逐步走向萧条，解放初期该厂停止了生产。

(本文作者现供职于青岛市档案局)



青岛市档案局周兆利(坐者)、张蓉(右一)二位同志与青岛饮料集团档案管理人员正在查阅和研究崂山矿泉水历史资料



2017年参加“发掘历史档案，助力老字号企业再辉煌——崂山矿泉水历史发展研讨会”的专家学者的合影

编者后记

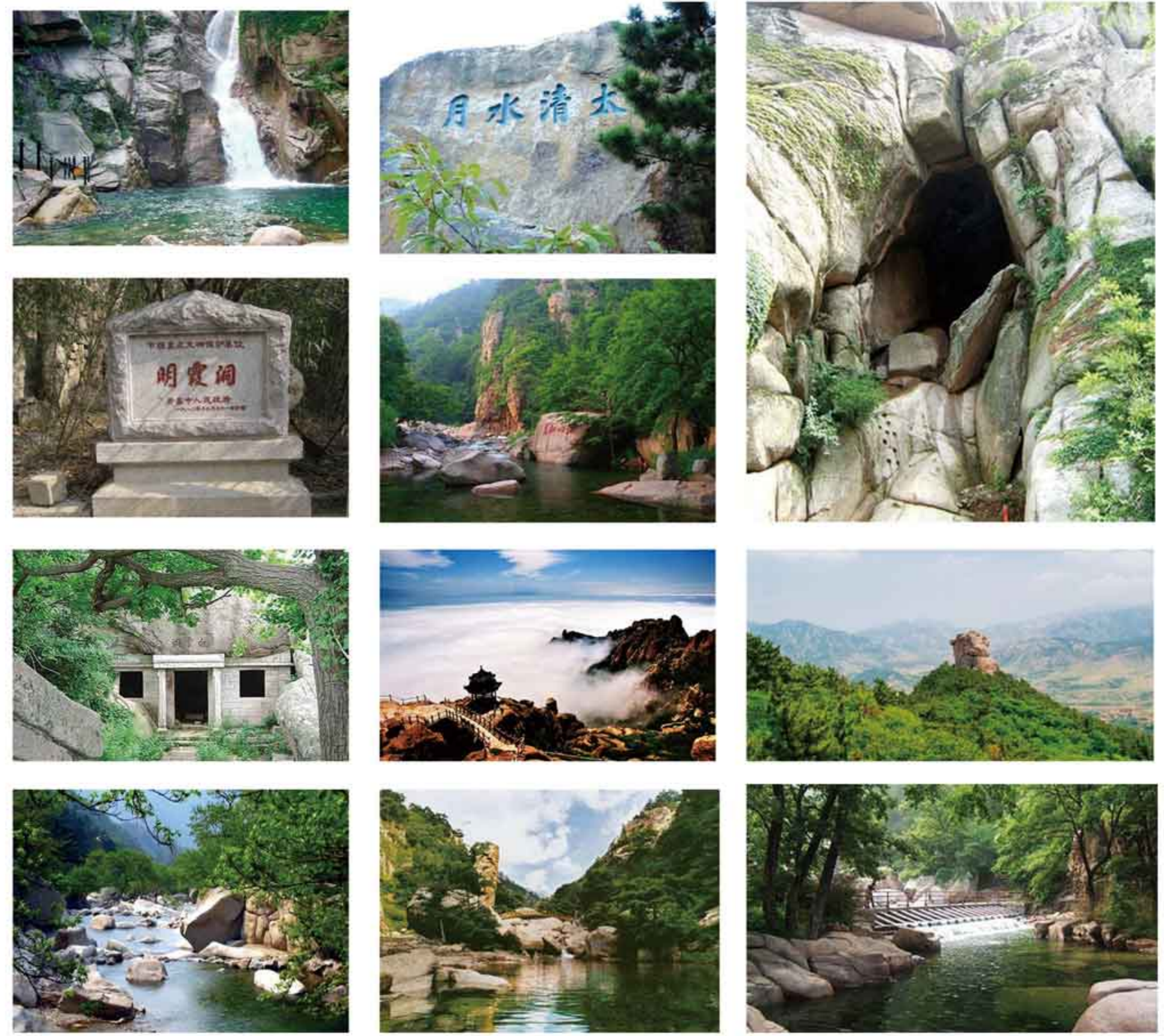
有人说：人要耐得住寂寞，你想要的，时间终会给你。与时间和历史对话，特别需要这种“寂寞”的态度。用档案人的话说，就是习惯二种声音：翻阅资料声、敲写抄录声、思索呼吸声。谁都没想到，再次探源崂山矿泉水“始于1905”的历程，竟成了发现“源自1900”的开始。这群可爱可敬的档案人，也因水结缘，心意相通。共同的责任和使命，也让这生命之水，装点着新时代城市的荣光。你可曾想过，与历史的这番亲近，竟先要如此的“奢侈”：近千册史料文献、上万件珍贵档案，都

要穷尽目力地摘录；几百万字德文原件，大量的古文繁体，都要恰如其分的译释。正是这一字一句，才累积起崂山矿泉的厚重历史。你可曾想过，与时间的这番攀谈，竟还要如此的“谨慎”：许多资料因年代久远，要么纸张泛黄，要么潮湿发霉，要么极薄易碎，你不得不用特殊方法呵护地翻阅，以至于，掀开一页的时间等于看完十几页。你还要绞尽脑汁，让模糊的字迹和残缺的内容眉目清晰起来。你可曾想过，这里有“由此及彼，由表及里”的功夫：关键线索可能就隐藏在最不起眼的位置，最不引人的表述里，需要你去按迹索文，不断查找一

本又一本。这里也有“去粗取精，去伪存真”的科学：查证历史，不能凭单一来源证明，要用各个方面的证据互相佐证。一次守护，源于一分热忱；一次突破，贵在一分执着。“时光的逆行者”用行动宣告：工匠精神，无处不在！创新进取，无时不有！当我们向他们表达谢意之时，不要忘记：“惟知之深，故爱之切。”一个热爱中华大地的人，他一定会爱她的每一条溪流，每一寸土地，每一页光辉的历史。唯有对家乡知之甚深，才能爱之愈切。知之深，要深在寻求“源头活水”的使命；爱之切，要切在履行“水落石出”的担当！

崂山十二景

崂山，钟灵毓秀，山海奇观，佳景天成，美不胜收。自20世纪80年代起，便有“崂山十二景”之说（“巨峰旭照”、“龙潭喷雨”、“明霞散绮”、“太清水月”、“海峤仙墩”、“那罗佛窟”、“云洞蟠松”、“狮岭横云”、“华楼叠石”、“九水明漪”、“岩瀑潮音”、“耐竹鸣泉”）。现代崂山大部分景观的形成，是古冰川活动留下的遗迹。

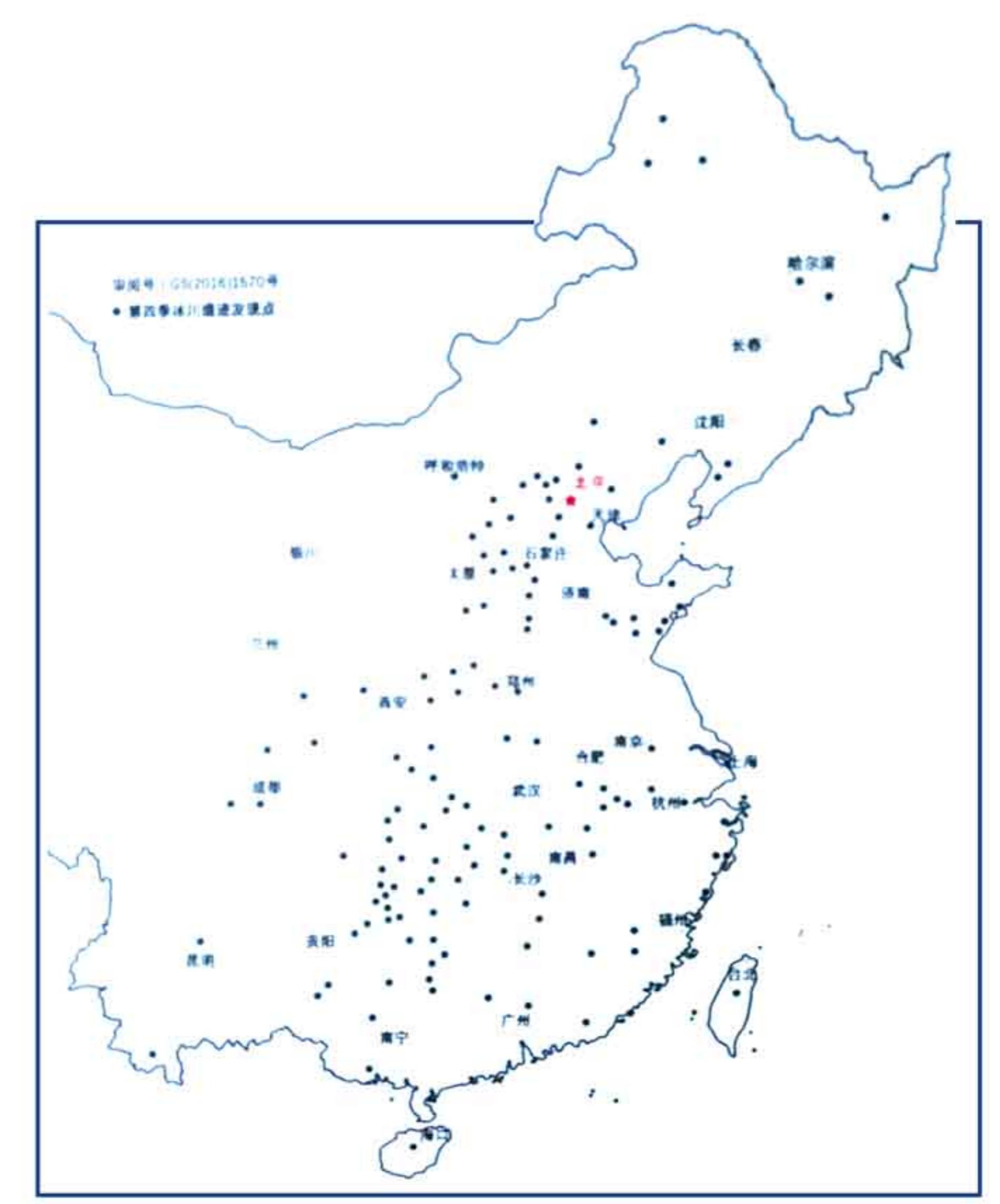


水之源

源自万年前冰川

据考证：崂山是

- （一）我国东部海拔最低、冰碛地貌最为完整、冰消期景观最为秀丽的古冰川遗址。
- （二）中国东部规模最大的古冰川遗迹，起源于更新世早期（2688000年前到1700年前），地质时代第四纪的早期。



· 中国东部古代冰川遗迹分布略图 徐兴永/编绘



世界三大古冰川矿泉
欧洲矿泉之王：依云 | 俄罗斯矿泉之王：埃森图基 | 中国矿泉之父：崂山

万古常新
生生不息

崂山矿泉水
的地质源头

水之源

“崂山山脉形成于燕山造山运动时期，山海相连，海天一色，雄伟壮观。花岗岩地貌景观独具特色，山体呈垂直节理发育，球状风化明显，峰顶耸立，层峦叠嶂，深涧幽谷，壁立千仞；象形石千姿百态，比比皆是；山海结合部，岬角、岩礁、滩湾交错分布，形成瑰丽的山海奇观。”

”



崂山矿泉水始于1900年， 刷新青岛现代消费工业品生产历史记录

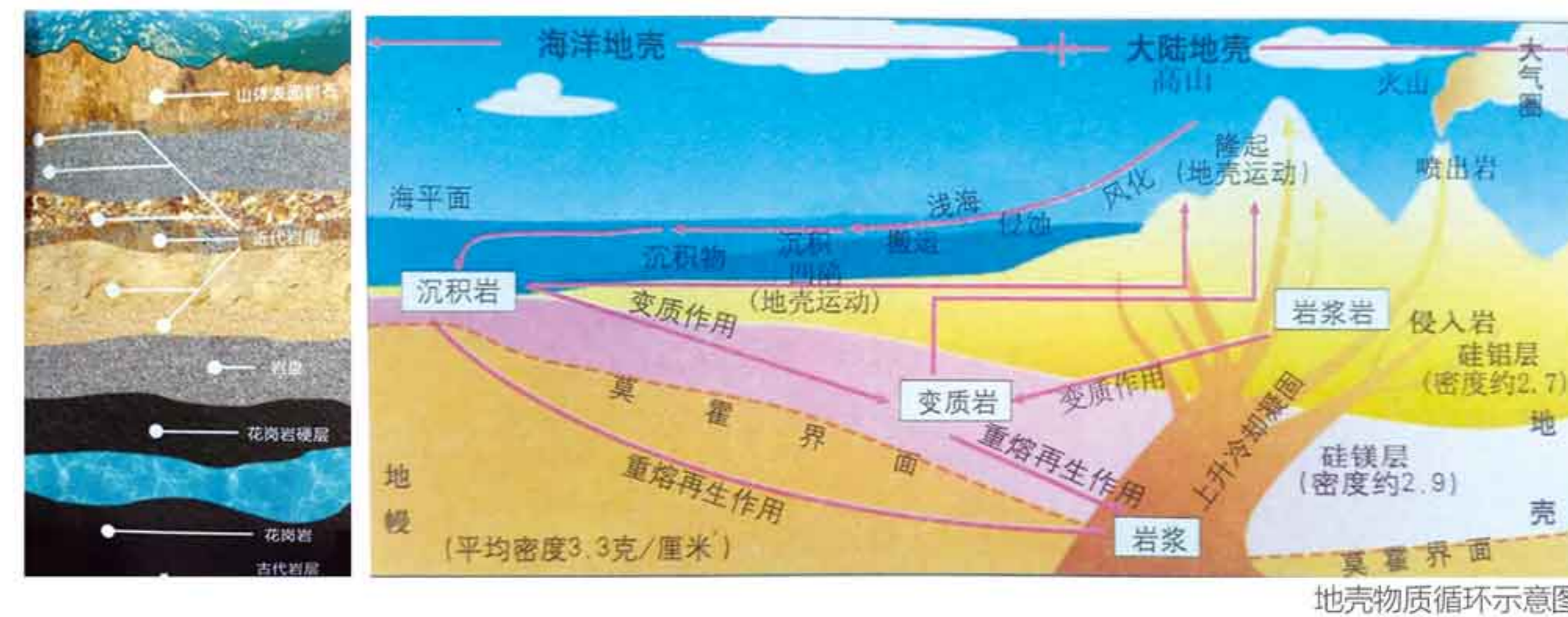
太平山麓的古冰川遗迹：据《崂山古冰川遗迹》一书中地质专家的最新考证，“在青岛市武胜关路公交车站附近保存着一堆石头，若不是人工堆积，则应当是太平山麓的砾堆积。”



2017年5月18日，青岛崂山矿泉水有限公司“万年古冰川百年新传奇”新闻发布会，宣布崂山矿泉水生产历史始于1900年。



2013年9月21-24日，在青岛崂山召开的第二届中国第四纪冰川与环境变化研讨会上，确认了崂山为第四纪冰川遗迹，并认为崂山发育的是中国东部最为典型而系统的第四纪冰川遗迹。



崂山为花岗岩地区。巨大的花岗岩体形成于中生代的燕山运动，从地壳深处上涌的炽热熔融的岩浆，在地面以下几千米的地方冷凝结晶，形成了致密坚硬、结晶程度高的“崂山花岗岩”，含有丰富的源自地球深处的微量元素，这是优质矿泉水形成的重要因子。



在冰川运动中，凡是被现代冰川或者古冰川搬运过的、离开位置的岩块，不论其大小、堆积状态如何，都可成为冰碛物。其来源主要是冰川的刨蚀和挖蚀从冰体下的基岩获得的泥沙、矿物质、藻类物质，其中含有的钾、钙、锶、镁、钠、硒等微量元素，对矿泉水中富含矿物质的特点起了至关重要作用。

发育在山区的冰川，在自身压力和重力联合作用下，会不断地向低处运动，这就是冰川运动。经过专家考证，崂山地区200多万年以来的冰川活动，可划分出四次冰期。目前，崂山不同冰期的各类冰川，共有60余条。

延伸阅读：“冰碛物”

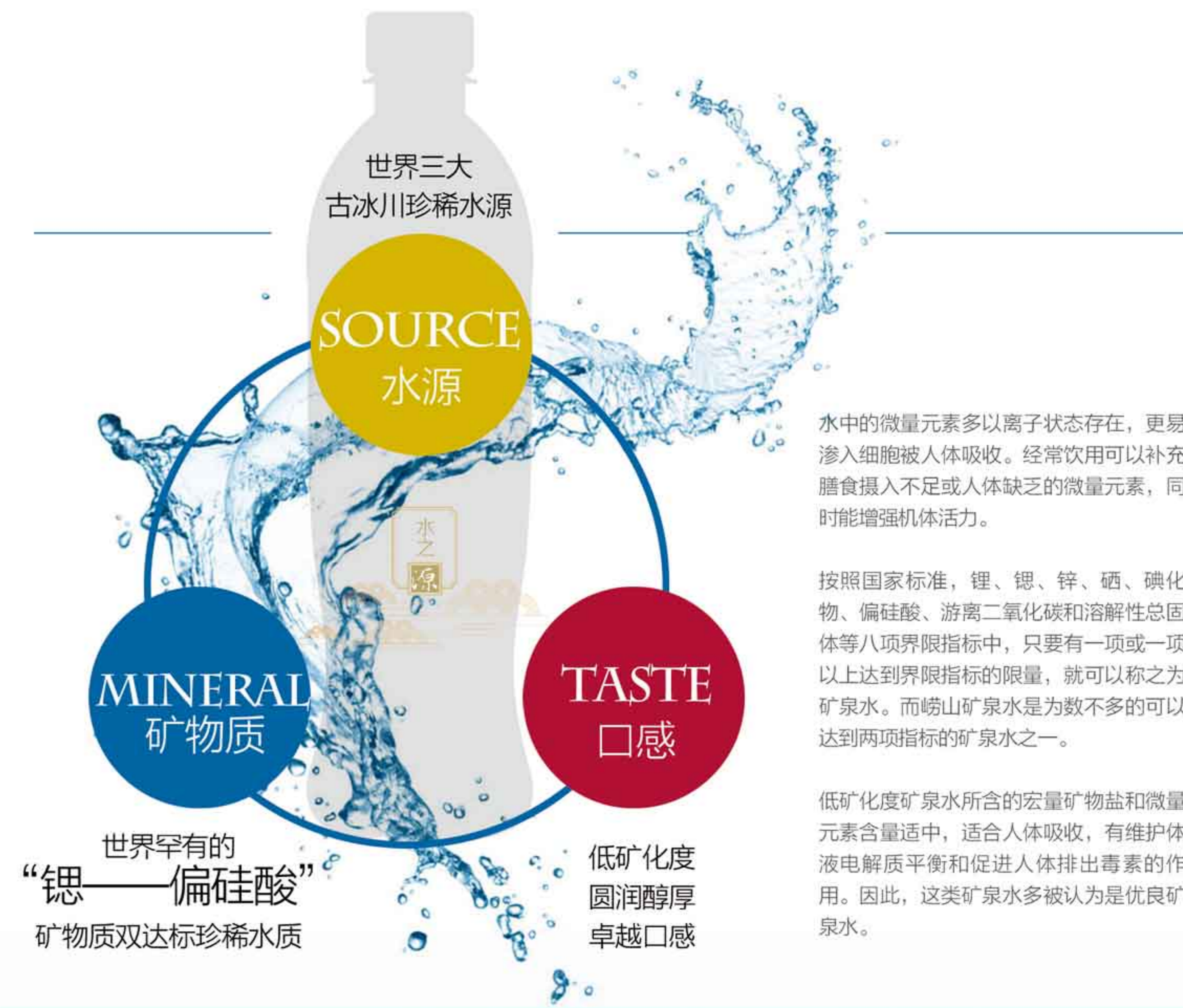
冰川各部位都含有冰碛物。冰川蜿蜒而下，形成长短不一的冰舌。长而大的冰舌可以延伸到山谷低处以至谷口外。当冰川处于发育阶段时，大部分冰碛物被输送到冰川的末端，成为终碛；当冰川处于衰退阶段时，大多数冰碛物富集在冰舌部位。当冰川完全消融时，那些被冰川搬运而来的冰碛物就组成了古冰舌堆积体。





崂山绿茶

早在水源中的微量元素，会被土壤吸收或者成为植物的营养成分，最终又回到土壤中。由此可见，产自古冰川活动区的崂山茶，要优于非冰川活动区的山地茶，也许这就是崂山茶深得群众喜爱的缘由之一。



Mg 镁 镁是一种参与生物体正常生命活动及新陈代谢过程必不可少的元素。	Sr 锶 锶元素广泛存在于矿泉水中，是一种人体必需的微量元素，具有防治动脉硬化，防止血栓形成的功能。
Ca 钙 钙是人类骨、齿的主要无机成分，也是神经传递、肌肉收缩、血液凝结、激素释放和乳汁分泌等所必需的元素。	Na 钠 钠是人体中重要无机元素维持体内酸和碱的平衡，是胰液胆汁、汗和泪水的组成部分。
K 钾 钾可以调节细胞内适宜的渗透压和体液的酸碱平衡，参与细胞内糖和蛋白质的代谢。有助于维持神经健康、心跳规律正常，可以预防中风，并协助肌肉正常收缩。	H₂SiO₃ 偏硅酸 对人体具有良好的软化血管的功能，可使人的血管壁保持弹性，故对动脉硬化、心血管和心脏疾病能起到明显的缓解作用。





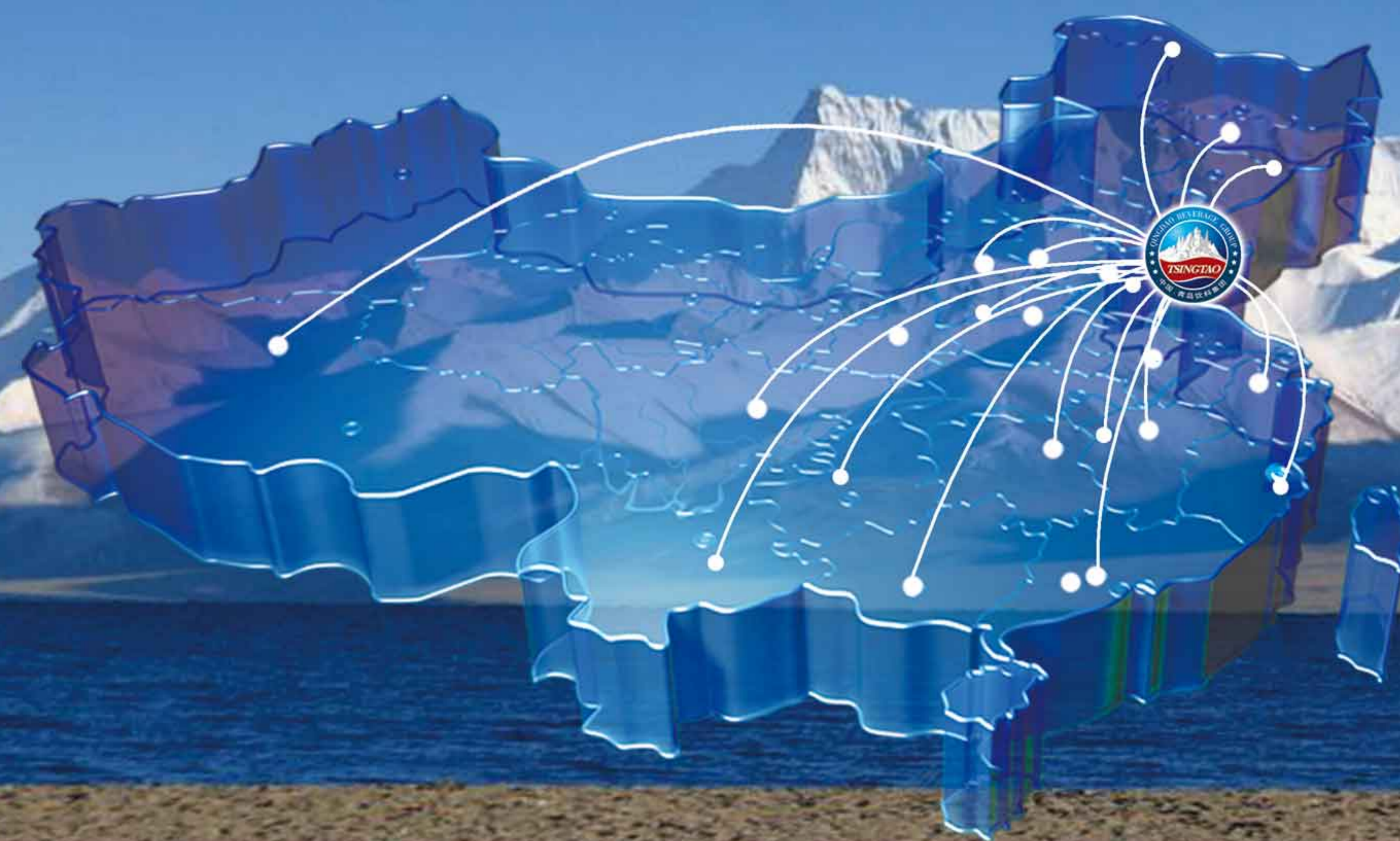
水源开发

立足崂山·走出青岛·布局全国

Laoshan

崂山®矿泉水
SINCE 1900

5100



西藏 5100柔装水

来自念青唐古拉山脉海拔5100米的原始冰川水源地
高山冰雪融水，水质透明纯净，口感柔和圆润，后味清冽
富含锂、锶、偏硅酸且含量均衡，达到天然矿泉水的中国新国标和欧盟标准
采用世界先进设备，运用严谨的生产工艺在水源地无污染灌装
采用国际先进的BAG IN BOX包装，龙头袋为高品质多层复合材质



近年来，青岛崂山矿泉水有限公司结合国家环保新政，通过新建、改扩建和合资合作等方式，对崂山地区的水源产能挖潜升级，面向山东沂南、黑龙江大兴安岭、吉林长白山、云南澄江等地区，开发国外的优质水源，与西藏5100冰川公司合作开发新产品，还成立“崂山矿泉水开发基金”。这些项目建成后，可满足未来5-10年的发展需求。



●仰口生产基地
矗立于黄海之滨的崂山东坡之上，毗邻佛教名刹——华严寺，依山傍海、气势磅礴，正是崂山地区水质最佳之处。

●北龙口生产基地
坐落于风景秀丽的崂山西麓，四面环山，空气清新。

●崂峰口生产基地
坐落于仰口隧道以东、风景秀丽的崂山东麓，是崂山矿泉水公司目前规模最大现代化程度最高的生产基地。

●崂东口生产基地
位于崂山北麓，水源丰富，是崂矿重要的战略储备基地。

●崂石口生产基地
位于崂山北麓，南依群山、北望平原，水量充沛、交通便利。

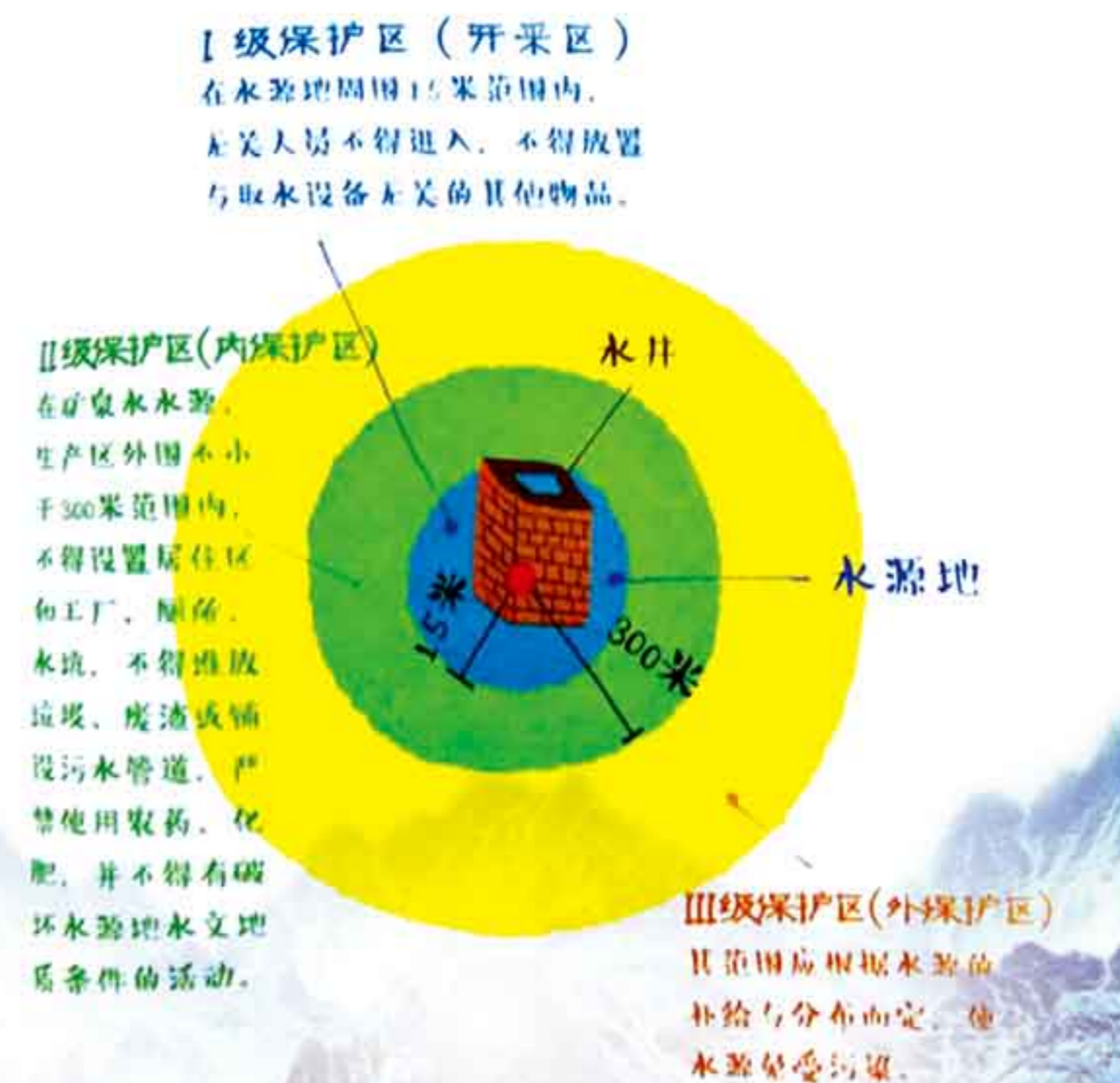
●崂泉口基地
位于崂峰口基地东面的山峰之下，周边绿树成荫，是生产瓶装山泉水的主要基地。

●崂河口基地
位于崂山南麓的山谷之中，毗邻黄海之滨，水量充沛，未来将主要生产桶装山泉水。



大花园式绿色生产基地

NATURAL RESERVES,
HIDDEN HEAVEN AND EARTH.
自然醇化 天地潜藏





正在山东沂南建设的省内规模最大的百万吨矿泉水生产基地。总投资近3亿元，占地面积99亩，利用沂蒙山特殊地质构造，深入地下2000多米汲取优质天然矿泉水。

山东崂山矿泉水有限公司 开工奠基仪式



水之

质量为先 · 工艺领先 · 信誉优先

• Quality is *First*
• Process Leading
• Reputation Priority



通告

我產品“蛇草健康水”商標紙(標頭紙)於一九七七年八月廿四日循新加坡環境衛生部條例已修改為“白花蛇草水”並委新加坡福山園食品私人有限公司為總經銷。

故凡有商號在新加坡進口或發售“蛇草健康水”均屬違法。我司已通知各有關部門調查。

敬請 各界留意是幸!

中國糧油食品進出口公司
山東省食品分公司
福山園食品私人有限公司
代表律師

陳序傳大律師公司

啓



2017年8月，中国饮料行业第一次团体标准——《苏打水饮料》在广西珠海正式发布。崂山矿泉水公司参与了该项标准的制定。崂矿技术研发团队先后完成了20多项新技术和新产品的研究开发，获得各类专利20余项，多次荣获国家级、省级、市级科技进步奖，并在专业期刊发表20余篇科技论文。

产品甄别广告

：苏联开展另一
人民无法获得美
：苏联国内固
业，科技的进步
：太空计划中，人
：太空中，人的
：问题是人民缺
：行铁饭碗政策，
：不合理——医生
：可能比一般工人
……“政治开放和
：迎的概念。”林
：系统并非易事，
：的障碍克服。
：讨薪、表现不好
：成的失业……都
大深，无人可
：不稳定的因素。
：失败。现已可见
：最近的苏联煤
：很大。……
：响，将不止于苏
：论。
：巴旺集选区国会
：上发表了他的
：(经济重组的)
：孟有福指出：
：当实际利益不立

TRADE MARK
白花蛇草水

* 崂山牌白花蛇草水悬赏通告 *

悬赏 S\$20,000.00元正给提供用欺诈方式由青岛出口单位进口崂山牌“白花蛇草水”来我国出售之商号的人士。

查我国有一商号，于最近非法由青岛运来一批商标纸上印有我司进口商号及地址 (IMPORTED BY: HOCK SAN YUEN FOOD MANUFACTORY PTE LTD.) 的崂山牌“白花蛇草水”来我地市场出售，侵犯福山园食品(私人)有限公司新，马，汶独家代理权利，藐视我国环境卫生部进口条规，破坏了中华人民共和国出口经贸信誉，凡我国任何人士能提供确实情报导致非法入口崂山牌“白花蛇草水”入口商号被控上法庭并被判来货全部或部份运回原出口国者，即可获得新加坡元偿金式万元正，我司亦拟向 中国出口商品交易会建议列该商号为不受欢迎的商家，望中华人民共和国驻新加坡商务代表处能予以重视明察。





崂山古冰川遗迹是大自然留给我们的宝贵自然遗产，不仅属于青岛，也属于中国乃至世界，一旦破坏，无法恢复，应加强崂山古冰川遗迹的保护工作。



公益基金：2017年5月18日，青岛饮料集团联合兴业银行青岛分行发起了总额为5亿元的“崂山古冰川遗迹保护专项公益基金”。

人大提案：2017年青岛市“两会”，13位市人大代表联名提交《关于加强崂山矿泉水资源保护的议案》，建议立法、勘查、开发、联动等多管齐下，保护性利用崂山古冰川遗迹。

志愿服务：2018年4月，青岛饮料集团有限公司组织志愿者来到仰口返岭及崂山矿泉水仰口三号井开展“亲近自然，青春寻源”水源地保护志愿服务活动，关爱自然，倡导自觉保护生态环境、关注饮水安全和饮水健康。

珍惜古冰川
保护水之源
像对待生命
一样对待生态环境



NO WASTE
OF WATER

不浪费每一滴水





古人评定水质包括许多标准。宋徽宗说，“水以清轻、甘洁为美，轻甘乃水之自然，独为难
得。”分辨好水，可用“清轻甘冽洁活”概括。



——今日所说软水与硬水之分。
水中钙镁离子的含量高，就是硬水，反之就是软水。
软水杂质含量低，钙镁离子含量较低。



——无沉淀物，
透明无色。



——水的滋味。
明代罗廌《茶解》
“梅雨如膏，万物赖以滋养，
其味独甘。梅后便不堪饮。”



凡味之本，
水为最始



——水要冷。
《周易》：
井冽，寒泉食。



——煮水要活。
活水需活火煮。



——无污染。
提升水的鲜爽度。



创新 每一秒 · 传承 每一滴

凡味之本，
水为最始

水之

和



“

水是人类最原始的饮料，一切味道都要通过水来实现。
饮料重视水质是不言而喻的。直接影响茶汤品质的，是水的清洁度。

”



丁香



白芷



乌枣



高良姜



砂仁



崂山三绝

— 白花蛇草水、苏打水、可乐 —



青岛饮料集团 青岛崂山矿泉水有限公司

销售热线 96656 全国客户服务专线 4006-0532-79 <http://www.laoshan.com.cn>



崂山可乐的成长史

文 / 张慧

从出生、发展，再到沉寂、复出，焕发新的活力。世上的一切似乎都在循着这条路线行走。纵横其间的，有激情，有迟疑，有探索，有困难，有渴望，但常在的，是永存的风格。

崂山可乐的风格，正是几十年来，在一场场来自国内外的搏击转换、思索挑战的浪潮里炼成。

崂山可乐的诞生

上世纪三四十年代，中国人没有自己的可乐，我们喝的都是美国的“coca—cola”（可口可乐）。可口可乐并不是从美国进口过来，而是在国内寻找代加工工厂。当时中国只有两家企业给美国的可口可乐做代加工，其中青岛就有一家，就是当时的青岛汽水厂。

1950年朝鲜战争爆发，中美关系恶化。美国可口可乐原料停止进口。那几年里国内市场均无“可乐”型饮料。解放后为弥补国内市场“可乐”型饮料空白，当时的崂山汽水有限公司（即后期的青岛汽水厂）工程技术人员，在多年生产美国可口可乐的技术基础上经反复研究，于1953年研制出具有中国特色的可乐型饮料，名为崂山可乐。



崂山可乐的发展壮大

崂山可乐的发展是在七八十年代。在那个年代，崂山可乐几乎成为了一代甚至几代青岛人的童年记忆。若是过年过节谁家能有一箱崂山可乐，那都是值得自豪的事情。那时候崂山可乐全是玻璃瓶装的，并且包装箱全都是木头箱子。特别的重，即便是这样，崂山可乐仍走到了新疆、青海等地。

到了八十年代，青岛汽水厂一共有两个系列产品，一个是崂山矿泉水系列产品，另一个就是崂山可乐系列产品，主要生产“崂山可乐”、“橘子汽水”、“小香槟”、“巧克力香槟”、“水蜜桃专供”、“崂山汽酒”、“巧克力汽酒”等。品种繁多，受到人们的喜爱。崂山可乐已经远销全国二十七个省市和地区。



由于“崂山可乐”日益为越来越多的顾客所欢迎，产品供不应求，青岛汽水厂生产能力成为了一大难题。为了解决崂山可乐生产能力受限的难题，1982年，经过研发人员的不断摸索，“崂山可乐”浓缩料经研究试制成功，浓缩料分为A、B料，浓度为100倍。“崂山可乐”浓缩料的诞生也为当时的青岛汽水厂解决了供不应求的现状。青岛汽水厂愿为兄弟厂服务，向各地瓶装厂提供“崂山可乐浓缩料”。浓缩料一经问世，便有20多个单位采用了浓缩料生产崂山可乐。在那几年里，崂山可乐也斩获了众多奖项：1979年获山东省一轻厅优质产品奖，1982年获山东省优质产品奖，1983年获轻工业部优质产品奖等奖项。

1984年秋，为了满足越来越多的“崂山可乐”爱好者的需求，减少这些爱好者的消费负担，就以“当地生产、就地销售”的经营方式取代青岛生产。因此在全国各个销售量集中的地区设“崂山可乐分装厂”，分装厂也在这个时候开始实施。通过设立分装厂，大大促进了“崂山可乐”的销售。

1985年，成立了崂山可乐联合开发公司，为全民所有制企业，实行独立核算，自负盈亏。1987年的《青岛日报》发表了题为《崂山可乐遍布九州》的文章，讲述了当年崂山可乐的销售盛况。报道称：全国98家联营企业生产的崂山可乐年产量是青岛汽水厂年产量的13倍。并且使崂山饮料厂、山东金乡糕点公司、滕县第二食品厂、兖州副食品加工厂等十几个厂家不同程度的扭亏为盈。足见崂山可乐形势喜人。



慢慢消失的崂山可乐

一直到90年代前期，崂山可乐一直居于中国可乐之首，但在洋可乐登陆中国市场后，崂山可乐开始走下坡路。90年代，可乐的品种越来越多，洋可乐更占据了一席之地，其中美国的“可口可乐”对中国的市场冲击就很大。“崂山可乐”此时也受到了冲击并且失去了一次与美国“可口可乐”合作的机会。

90年代初，美国的“可口可乐”公司再次在青岛寻找代加工工厂，青岛汽水厂因三四十年代与美国的“可口可乐”公司合作，有一定的经验和基础，故美国的“可口可乐”公司首先找到了青岛汽水厂洽谈继续合作事宜，但因个别利益条款没有达成一致，美国的“可口可乐”公司后来与益青公司合作了。青岛汽水厂也因此失去了一次发展良机。

1992年到1993年期间，青岛汽水厂鼓励各科室、各车间成立子公司。可乐车间成立了崂山可乐经营公司、白花车间成立了白花公司，工会成立了公司，技术部门成立了公司，瓶装水车间成立了公司等。一时间数个公司成立。公司成立之初“崂山可乐”销量还是很好的，后因企业管理不善、体制上出现弊端等原因，1997年左右崂山可乐市场急剧萎缩，2000年左右崂山可乐被迫停产。



崂山可乐复出：任重而道远

2004年3月，青岛崂山矿泉水公司收回崂山可乐商标，并斥资数千万元引进意大利生产设备，恢复崂山可乐的生产并投放市场。“一夜之间将产品铺满2000家商铺。”复出江湖的崂山可乐营销手段之凌厉，与10年前判若两人。

复出之四张牌

近年来，饮料市场在消费升级的策动下也出现了新格局。“年轻化、健康化、颜值化”成为主流，产品迭代的速度令人目不暇给。在营养健康诉求提升、产品结构日趋多元的饮料市场上，国产老品牌崂山可乐怎样争得一席之地并不断壮大势力？

健康牌：在国际大牌面前，崂山可乐发出了健康宣言：世界顶级的矿泉水资源和11种中药成份的传统配方，以健康为诉求概念，走差异化之路，为消费者创造健康的碳酸饮料。



情感牌：如果说可口可乐卖的是美国的文化，崂山可乐卖的就是青岛文化。前几代人是喝崂山可乐长大，凝结了深厚的崂山可乐情结，成为了崂山可乐复出后的首批忠诚消费者，这批核心客户是崂山可乐效应的辐射轴心。

品牌优势：崂山可乐诞生于1953年，在全国有较高的知名度。虽然时隔多年，这个品牌仍家喻户晓。崂山可乐认为此次重出江湖所依靠的是它本身所蕴含的巨大的含金量，老品牌因为历史上形成的品牌知名度和美誉度，对其进行恢复，肯定比开拓一个新品牌要花费少得多的财力与精力。

借船出海：经过数年深耕细耘，崂山可乐的母公司崂山矿泉水用户突破30万户，而且构建起了庞大的销售网络，崂山可乐的销售将完全依靠崂山矿泉水多年打拼出的网络和渠道，借助崂山矿泉水的销售优势在市场拼杀，与崂山矿泉水形成捆绑优势。

在倡导品质消费的时下，人们对产品的关注正从其本身转向外延文化上。借怀旧之力打开市场，慢慢与年轻人的生活习惯、好玩新鲜结合起来，依靠产品口味、品牌文化做强做大做优，实现人们对“快乐的需求”，这是崂山可乐要走的长远之路。



本文由青岛饮料集团档案室工作人员，本着对历史负责、对企业负责、对产品负责的态度，在对大量收集、查找到的真实史料进行鉴别、筛选、提炼的基础上，综合原青岛汽水厂党支部书记张庆麟，原青岛汽水厂副总经理、工会主席；现青岛市老字号企业协会副秘书长的于康宁；现崂山矿泉水有限公司生产部技术总监姜明洪等三位老同志的回忆讲述，整理而成。



一水万象

岁序更新



崂山矿泉水 冠军信赖



青岛饮料集团 青岛崂山矿泉水有限公司

销售热线: 0532-83864526 全国客户服务专线: 4006-0532-79 <http://www.laoshan.com.cn>



崂山苏打水 鲜爽上市





崂山®矿泉水

高端定制系列

近年来，已为海尔、香格里拉、金盾石化、奥迪、亚马逊、中路保险等几百家厂商设计生产定制水几十万件。



老字号 新体验 · 老品牌 新姿态

2018年3月9日，在青岛饮料集团新旧动能转换战略签约暨新品发布会上，崂矿家族又添新成员——崂山矿泉高端玻璃瓶、崂山白花蛇草水铝瓶装、崂山苏打水全系列。





崂山山泉

品茶大师的选择



茶为水骨，水为茶神。
明张大复说“茶性必发于水，八分之茶，遇水十分，茶亦十分矣。”
茶圣陆羽说“山水上、江水中、井水下”。

用来泡茶的水必须是以山泉为源头的水为佳，是流动的水，是有灵性的水。
用崂山山泉水冲茶，礼莫大焉，待客必诚也。



全国客户服务专线
4006-0532-79
销售热线
96656
www.laoshan.com.cn
青岛崂山矿泉水有限公司



生活小贴士:

生活饮用水和包装饮用水有什么区别?

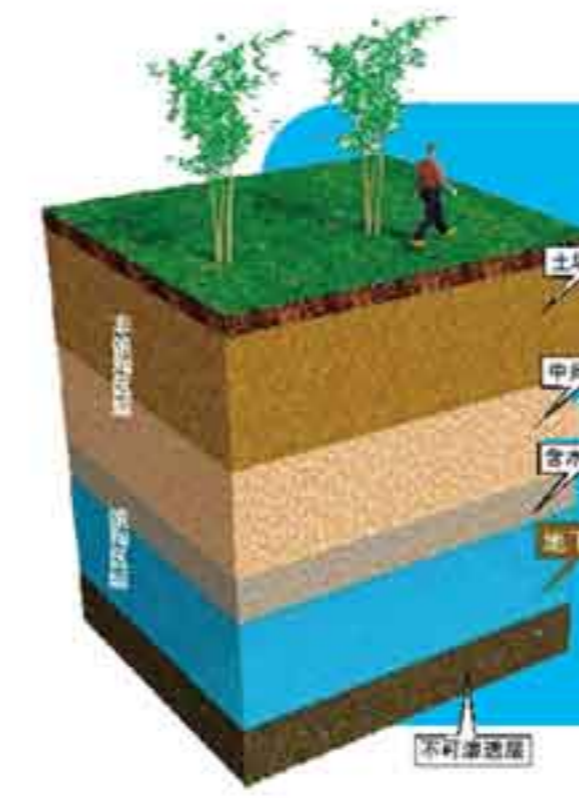


包装饮用水
无论是瓶装还是桶装，塑料瓶还是玻璃瓶包装，都是生产企业严格按照国家相关的产品标准和食品安全标准规范生产，最终密封在包装容器中，方便人们随时、随地安全饮用的水。

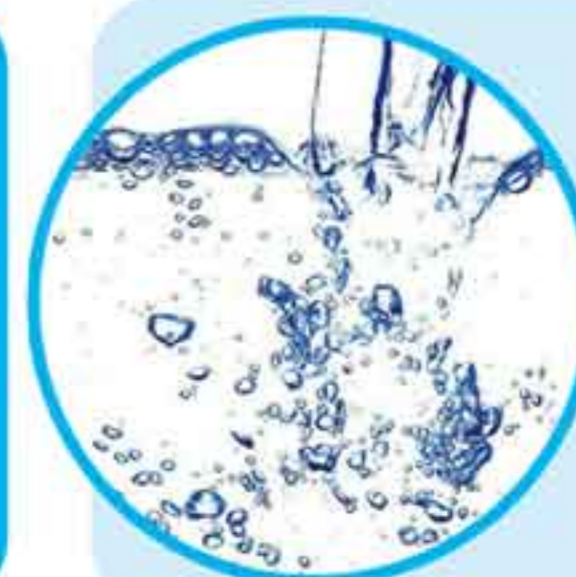


生活饮用水
俗称“自来水”，是人们生活中广泛使用和饮用的水源。虽然经过自来水厂严格的水处理工艺，但在运输到用户前，存在管道等二次污染的可能，日常生活中不能直接饮用。

包装饮用水有哪些? 区别是什么?



饮用天然矿泉水
是以地下自然涌出或经钻井采集的、未受污染的地下水为水源，制成的产品。
饮用纯净水
以未受污染的水（地表、地下或公共供水系统）为水源制成的产品。



饮用天然水
是以未受污染的水井、山泉、水库、湖泊或高山冰川等为水源制成的产品。其他饮用水。虽然类别不同、加工程度不同，但都具有良好的补水效果。

如何选择包装饮用水?

无论是哪种品类的包装饮用水，只要符合国家相应的产品质量标准和食品安全国家标准，检验合格都是安全的，消费者可以放心饮用。在选择桶装饮用水时，请尽量选择口碑好的知名品牌。另外，建议根据饮用需求，选择适宜容量的包装饮用水，保障每一瓶水都饮用完，珍惜每一滴水。



96656
(测|猜|配|送)
您放心的
生活管家帮
Life Housekeeper
扫二维码
扫我不止是订水

同呼吸
共命运

水之
交

“

近年来，崂山矿泉水深耕发展版图，借乘国家的“一带一路”重要战略机遇，全新谋划，打破常规，精细布局，积极拓展国内外新市场，实现全省17地市的“传统渠道”营销全覆盖，产品已辐射华北、华东、东北、华南的30多个大中城市，出口几十个国家。

”



想要把饭做得好吃，火候很重要，做饭用的水也很重要。干燥的米充分地吸收水分以后，再通过加热才会变得好吃。低矿度化的矿泉水能把米的香味激发出来，煮出来的米水润饱满。知名“中华老字号”东来顺锅底汤水优选崂山矿泉水。



走出去·走进来·走上去

——跨域发展新征程

Going out

一带一路：源自中国 属于世界

国外

澳大利亚 | 美国 | 加拿大 | 巴基斯坦 | 南非 | 新加坡 | 缅甸 | 柬埔寨
利比里亚 | 塞拉利昂 | 法国 | 英国 | 德国 | 阿根廷 | 老挝 | 斯洛伐克
马来西亚 | 菲律宾 | 西班牙 | 阿尔及利亚 | 尼泊尔.....

国内

华北（北京、山东、郑州）
华南（广州、深圳）
华东（上海）
西南（云南、四川、重庆）
港、澳和台湾地区
.....





自山东省2017年6月提出新旧动能转换以来，青岛饮料集团积极通过跨界合作方式，不断积蓄发展新动能。

文化合作：故宫博物院、万达体育、鲁信文化等。

品牌合作：中美保健功能性饮料、中法玻尿酸项目。

渠道合作：与中免集团、阿里巴巴的合作。

矿泉小镇：提供新的生活方式。西海岸、莱西、沂南、云南项目。



沁润我心
清泉水

水之

德

“

青岛崂山矿泉水有限公司在业内率先提出“做健康饮水解决方案的创导者”，积极赞助并在国内外的政务、商务、公益等重大活动和体育赛事中亮相，走进中小学校宣传普及水知识，彰显了国有企业的道义担当。

”

水之
德



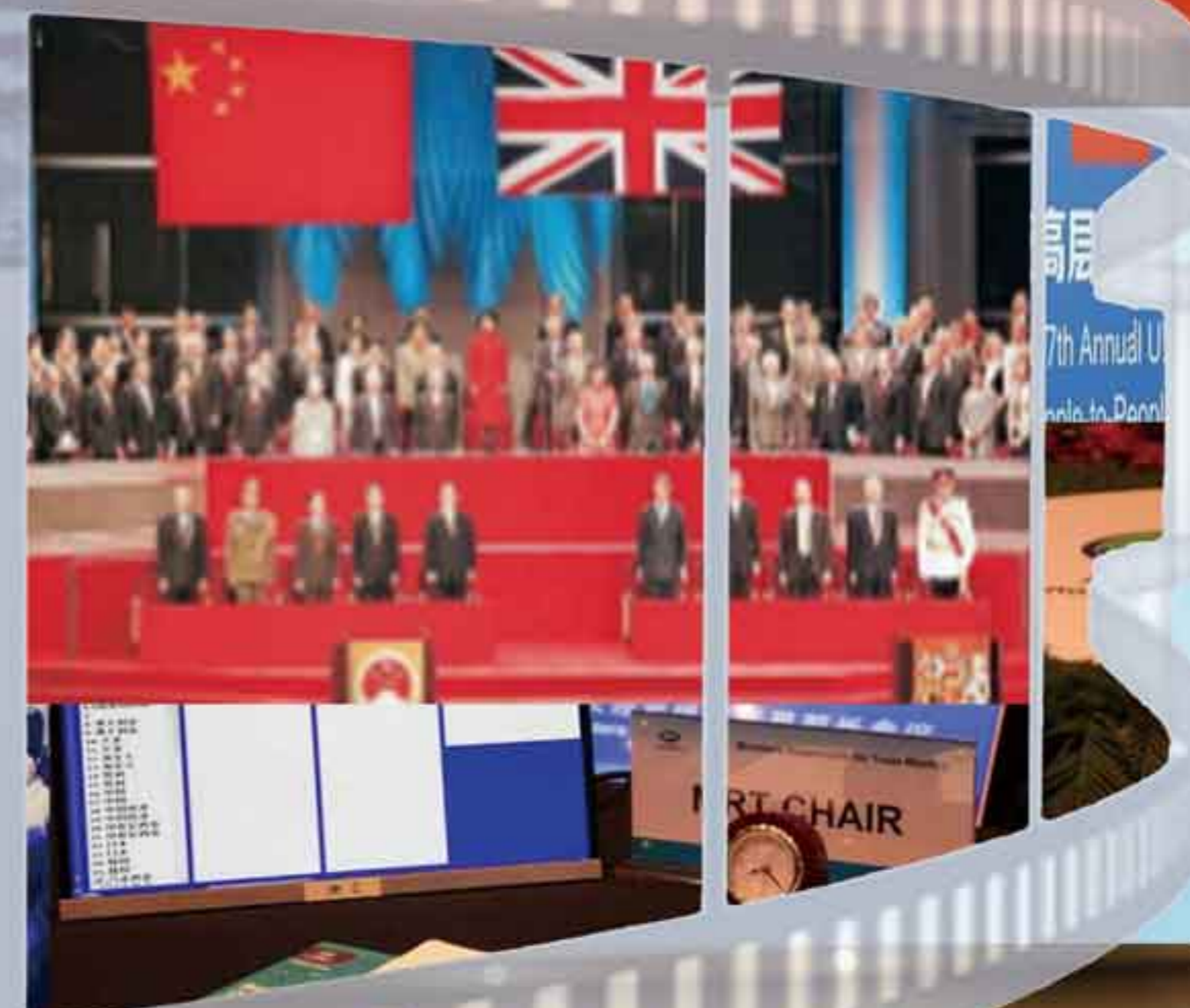


从20世纪60年代到现在，崂山矿泉水一直受到国家元首和外宾的喜爱。中国人民的老朋友、柬埔寨原首相西哈努克，新加坡原总理吴作栋等外国元首、政要都非常喜欢饮用崂山矿泉水，被誉为“总统饮品”。

WATER OF STATE AFFAIRS 国事之水

崂山矿泉水是1997年香港回归大型招待会、50周年国庆阅兵式、2001年APEC会议、2009年达沃斯世界经济论坛、2014年在中国召开的APEC会议、第七轮中美人文交流高层磋商全体会议指定用水，还亮相在“二十国集团峰会”、“一带一路高峰论坛”、“中美人文高层对话”、2017金砖国家领导人厦门会晤、博鳌亚洲论坛2018年年会等高端会议上。

十余个国家驻华大使馆用水，成为巴基斯坦、柬埔寨、越南、老挝等国家中央政府用水。目前，崂山矿泉水是中南海、国务院、中央军委等10余个国家部委、机关用水。





WATER OF FRIENDSHIP
友谊之水



崂山矿泉水是亚丁湾护航舰队保障用水，参与了也门撤侨、南极科考等重大行动。





近年来，崂山矿泉水积极开展“读百年水文化·让健康伴成长”水知识进课堂活动，倡导正确的健康饮水知识，培养他们爱水、节水的意识，珍惜爱护身边的水资源。

HEALTHY WATER 健康之水

崂山矿泉水携手黄晓明、Angelababy夫妇到胶州一中献爱心



WATER OF VITALITY 活力之水

崂山矿泉水是里约奥运会中国代表团备战用水，并长期助力羽毛球、柔道、马术、帆船、足球、越野等体育赛事和运动项目。



羽毛球：2015、2016、2017中国羽毛球俱乐部超级联赛
官方赛事用水等国内外重大体育赛事



WATER OF CULTURE 文化之水

2018年3月21日，上海合作组织（2018年）国际纳鲁孜节正式开幕。崂矿、华东产品亮相其中。

参加本次活动的嘉宾有上合组织成员国、观察员国、关系协调国驻华大使、武官、参赞，联合国机构驻京代表、欧盟机构驻京代表、企业家等，同时举办了文艺晚会，展示了成员国的文艺特色与人文情怀。

链接：国际纳鲁孜节：相当于汉族的春节，纳鲁孜节是哈萨克族、柯尔克孜族等草原游牧民族的传统节日，在陆上丝路国家，特别是中亚各国、俄罗斯等中东欧及中东地区，具有国际地域文化影响力。



传承品质
历久弥新

水之
愿

大力推进 高端化战略

全面落实国家新旧动能转换政策，坚持品牌高端定位，集聚崂山得天独厚的稀缺水源，集中优势资源，大力实施高端品牌再造工程，大力开拓国内外高端矿泉水市场，争做中国矿泉水行业领袖品牌，缔造“东方依云”、“水中茅台”。

3

三大战略

扎实推进 全国化战略

努力把供给侧结构性改革的新机遇，充分利用山东沂南、吉林长白山等地丰富优质水源，大力开发平价矿泉水产品，与崂山高端品牌互为补充，做大矿泉水产业，做大水文章，推动百年老字号做大做强，努力打造中国品牌、民族品牌。

积极推进 国际化战略

以国家“一带一路”战略实施为契机，借鉴青岛啤酒的国际化经验，全方位拓展海外市场，打造第二个青岛啤酒，打造与青岛啤酒齐名的国际饮料品牌，努力实现“走出崂山、走向世界”战略目标。

山水之乐

《桃源仙境图》是明代画家仇英创作的山水画，该作品的题材取自东晋隐士陶渊明所作《桃花源记》，描绘了文人理想中的隐居之乐。收藏于天津艺术博物馆。

图中上半部分峰峦起伏，幽深高远，山间白云飘浮，庙宇时隐时现。下半部分是流水木桥，奇松虬曲，坡上的桃树林掩映于山石、树木之间，景致雅气，一幅人间仙境景象。三位高士临流而坐，白色的文士衣着在金碧辉煌的山石、林木映衬下，显得格外鲜明。

仇英

(约1498—1552)，字实父，号十洲，江苏太仓人，明代杰出画家。仇英早年曾是个油漆工，后改学画，师周臣。仇英善于摹古，不拘一家一派。人物、鸟兽、山水、楼观、舟车之类，都是他常描绘的对象。他的画题材广泛，风格工整秀丽，深受当时地富商贾的喜爱。仇英的人物画最为精妙，尤其是仕女图，既工设色，又善水墨、白描，能运用多种笔法表现不同对象，或婉转舒畅，或劲丽艳爽，创历史风俗的新格，画风秀丽纤巧，在当时反响很大，与沈周、文征明、唐寅并称为“明四家”。代表作有《松溪论画图》《汉宫春晓图》《桃园仙境图》《玉洞仙源图》《春夜宴桃李园图》等。

明 仇英《桃源仙境图》（文艺复登文化艺术有限公司提供）



当代 刘鸿信《上善若水》

得之心而寓之酒也

《上善若水》是著名国画大家梁天柱先生嫡传弟子刘鸿信先生创作的山水画。刘鸿信先生是梁派山水画主要继承人，擅长山水画。他数十年如一日，潜心研究探讨梁家山水画艺术，根植传统，师法自然，作品气势恢弘雄健，苍茫而不失灵秀。现为梁天柱艺术研究会会长、山东省美术家协会会员、青岛报业传媒集团新闻书画院艺术顾问。

An oil painting depicting a lush vineyard in the foreground, with a white church featuring a prominent dark dome in the middle ground. The background shows rolling hills under a bright sky. The style is expressive with visible brushstrokes and a rich color palette.

長風万里 香飘酒久

青岛葡萄酒文化探源

俄罗斯国立列宾美术学院功勋画家专为华东所作

AI 2017

从 青岛葡萄酒 到 华东葡萄酒

青岛葡萄酒始创于1912年，是国内为数不多、历史悠久的葡萄酒品牌之一。经过几十年的发展，青岛葡萄酒厂从一家德式酿酒作坊，发展成为新中国成立后国家投资建设的大型葡萄酒厂之一，产品有“青岛”牌和“葵花”牌。中国第一瓶大香槟、威士忌、白兰地均诞生于此。

1985年，香港百利太平洋有限公司创始人百利先生慕名而来，经过全面考察评估洽谈，与青岛葡萄酒厂、山东省食品进出口分公司合资成立“青岛华东葡萄酒有限公司，并决定重点生产干白产品。生产出的首款华东莎当妮干白葡萄酒，在一系列国际品酒大赛上斩金夺魁，被载入《世界葡萄酒百科全书》。

百利先生还在青岛按欧洲酒庄模式建造了一座集葡萄种植、酿造、葡萄酒文化推广、旅游度假、观光等系列产业于一体的葡萄酒酒庄，荣膺首批全国工业旅游示范点、国家4A级旅游景区。

Since 1912
青島
TSINGTAO
青岛葡萄酒



据史料记载，青岛地区种植葡萄的历史已有200多年，尤其以大泽山的“龙眼”、崂山的“玫瑰香”最为有名。但当时尚未用于酿酒。



青岛葡萄酒厂平度大泽山发酵站全貌



青岛葡萄酒厂莱西发酵站



青岛葡萄酒厂即墨移风发酵站

传奇美酒
芳香溢远



1

1930年，德商美最时洋行（Melchers & Co.）成立了一家经营葡萄酒的子公司：美口酒厂（MELCO为Melchers & Co.的缩写）。厂长由该洋行经营崂山汽水厂的化学博士罗德维兼任。

1. 20世纪30年代美口酒厂厂区门口
2. 青岛崂山的一处院落，树上挂着酒瓶作装饰，少年侍者准备为主客添酒。图中最右者即是罗德维博士。（照片来源：贺伟《风雨半城山—刘子山传奇》）
3. 20世纪30年代美口酒厂生产车间



2



3



蒸馏设备



橡木桶



储酒设备

葡萄榨汁机

根据媒体史料记载，1949年春节，时任毛泽东卫士马武义回忆，“他给毛泽东打来几样他最爱吃的菜，有辣子鸡、米粉肉等，还弄来一大瓶青岛葡萄酒。”

1954年，周恩来总理兼外长率领中国政府代表团参加日内瓦会议时，在记者招待会上，用该厂生产的香橙酒招待外国客人，大受赞誉。周总理回国后，指名要该香橙酒作为国宴用酒，并指示拨款支持青岛葡萄酒厂扩建工作。轻工业部1956年批准“酒厂扩建设计任务书”，国家两次拨款108.6万元，在四流南路北岭山北坡建设新厂，这是新中国成立后国家投资建设的大型葡萄酒厂之一。

1959年，“美口酒厂”经政府批准后改称为“青岛葡萄酒厂”，青岛葡萄酒厂开始真正走上历史舞台。1978年前，青岛葡萄酒厂一直是青岛市唯一的葡萄酒制造企业。据曾任该厂厂长助理、总工程师的王好德（下图右）回忆，上世纪八十年代中期，是青岛葡萄酒厂最鼎盛的时候。名酒的优质品种达到20多个，总产值全国第一。



1984年，李先念主席用“青岛”牌香橙酒款待美国总统里根。



日月精华 汇萃一杯

青岛天然白葡萄酒 天然红葡萄酒

以最朴素的方式，最闲适的心情，斟一杯慢慢啜饮。绿意婆娑的葡萄园便浮现脑际；盈盈累累亮丽欲滴的葡萄，湿润芬芳的土地，生命的原色多么生动！青岛天然白（红）葡萄酒，娓娓叙述着日月精华的千古传说。

此酒属半甜型佐餐葡萄酒，最适宜饮用温度为10-20度，可与海鲜、肉类等任何菜肴配合饮用，还可与果汽水等调配饮用。



青島葡萄酒有限公司
QINGDAO WINERY CO., LTD
青島市四流南路19号 电话：4651978
传真：4650000 邮编：266042

经典华东

大放异彩



从酒庄选址、葡萄园的规划、酒庄的建设，华东百利酒庄发展的每一步都留下百利先生的身影，不断地打磨工艺，反复试验，调整口感。

· 1985年，没有做酒，因为当年的雨水太大，葡萄品质达不到最好的酿酒效果，酒庄将当年的葡萄全部倒掉，表现了华东坚持酒质至臻的品质追求。

· 1987年，华东莎当妮第一次参加国际葡萄酒比赛便一鸣惊人，荣膺法国波尔多VINEXPO最高奖。这也是当时中国第一瓶单品种、单产地、单年份葡萄酒，华东庄园也成为入选《世界葡萄酒百科全书》的中国葡萄酒企业之一。

· 2018年，德国柏林葡萄酒大奖赛金奖。

近年来，华东葡萄酒公司以打造中国高端葡萄酒代表品牌为目标，精心打造华东百利酒庄和华东百利系列高端酒庄葡萄酒。





WINE

时代的浓缩
酒标的诉说



一片冰心在玉壶
滴滴甘醇总诱人

青岛干白葡萄酒

采用山东半岛优质葡萄精酿而成，酒体冰清玉洁，干爽醇美，恰而不滞，醇而为之，爽而不薄，于众多同类产品中脱颖而出。

青岛干白葡萄酒餐前饮用可使胃口大开，可以与任何菜肴搭配，与海鲜及鸡肉、羊肉等浅色佐配效果更佳，饮用温度以8-16度为宜。贮藏时应避免阳光直射，平放或倒放，防止空气渗入酒中。



青岛葡萄酒有限公司
QINGDAO WINERY CO., LTD

杯杯解人意 酒中知己

青岛白玫瑰葡萄酒

酒体青碧，剔透，口感柔和温润，果香馥郁。一杯在手，似与清纯娇美，暗香盈袖的素面佳人约会，执手无言，心已相印。青岛白玫瑰葡萄酒属半甜型佐餐葡萄酒，最佳饮用温度为10-20度，可与海鲜、肉类等任何菜肴配合饮用，还可以与果汽水等调配饮用。



青岛葡萄酒有限公司
QINGDAO WINERY CO., LTD

老广告

真情真意 原汁原味

青岛原汁白葡萄酒 原汁红葡萄酒

原汁白(红)葡萄酒，经自然发酵而成，酒体醇厚，入口甘醇，回味悠长。与海鲜、肉类等任何菜肴配合饮用，还可与果汁、汽水等调配饮用。



青岛葡萄酒有限公司
QINGDAO WINERY CO., LTD

淑女神韵 高雅华贵

青岛赤霞珠

赤霞珠系葡萄的贵族品种，精选其上品，以“热浸提”工艺酿制的青岛赤霞珠，酒体宛若瑰丽的朝霞，浪漫华美，品味柔和细腻，醇厚醇郁，是极具品位的餐酒(Table Wine)。宴席上可与任何菜肴搭配饮用，与牛肉、鸭肉等深色肉佐配，更能体现出其的精美。它的饮用温度以16-20度为宜。贮藏时应平放或倒放，防止空气渗入酒中。



青岛葡萄酒有限公司
QINGDAO WINERY CO., LTD



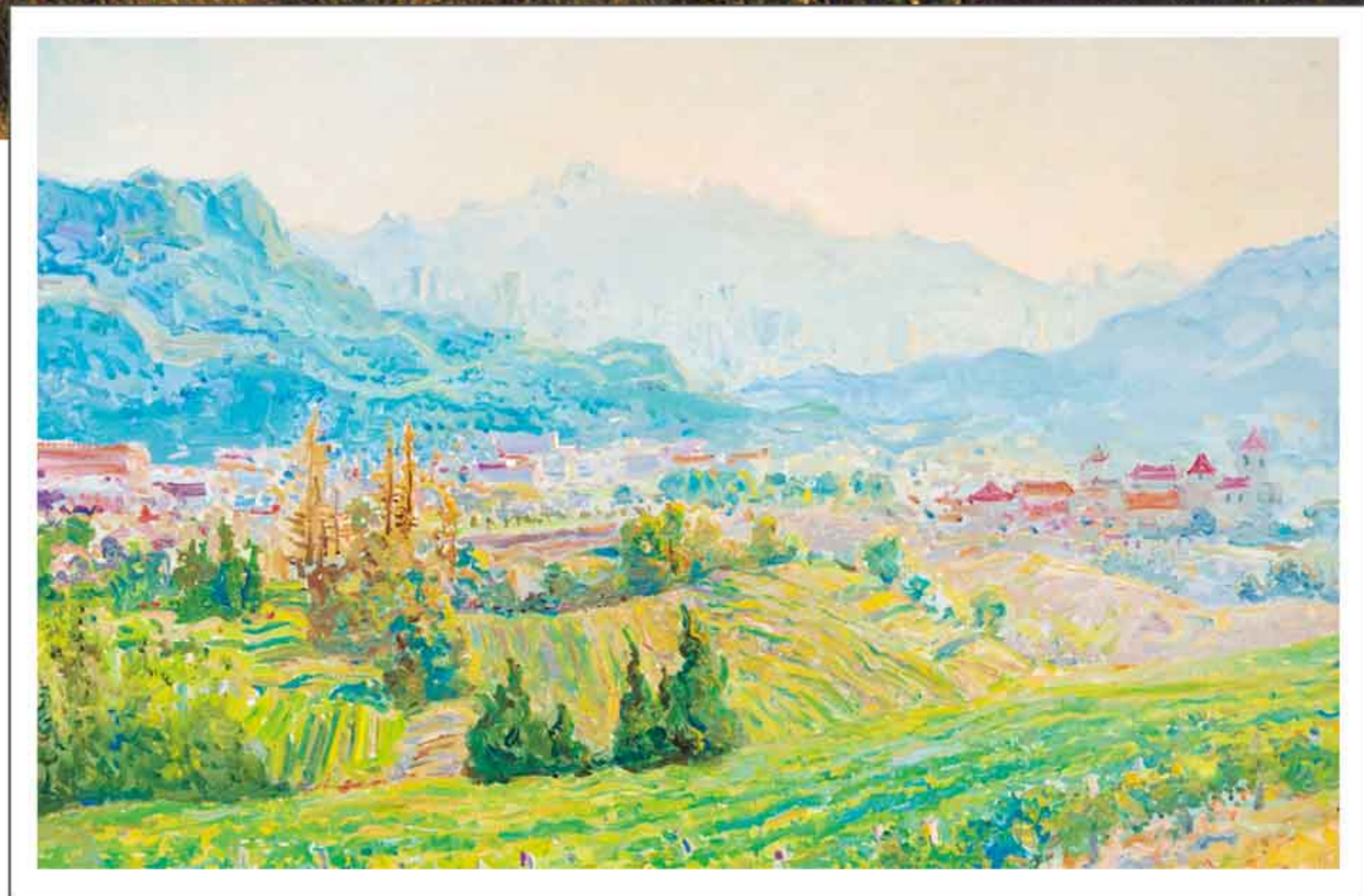
Memorable Chateau

传世庄园·干白典范
A MODEL OF DRY WHITE WINE

环境
ENVIRONMENT

——生态之域·独有的崂山标本生态葡园——

八仙墩，朝南面海的九龙坡，北纬37°酿酒葡萄黄金纬度带，典型的弱酸性棕壤，阳光、海洋、砂砾“3S”生长法则，5平方公里微生态圈，利于白葡萄累积酸度和风味物质，利于白葡萄成熟。



华东百利酒庄位于风光秀美的青岛崂山九龙坡，由英国人迈克·百利先生在1985年创建，占地2000余亩。依山傍海的自然环境形成了华东百利酒庄独有的酿酒葡萄黄金生长带，是严格按照欧洲葡萄酒庄园模式建造的欧式葡萄酒庄园，也是按照国际酒庄标准生产的单品种、产地、年份高级葡萄酒的企业，堪为中国绿色样板葡萄酒园，被誉为中国的“鹰冠庄园”。

环境·原料·工艺·陈藏·荣耀



原料
MATERIAL

—— 优良之品 · 一颗植树只酿一瓶干白 ——

引进世界优良葡萄品种，
30年以上的黄金树龄，独创“华东种植模式”，
以株定产，葡萄平均糖度在23度以上，
矿物质含量提高，270天自然磨砺和人工呵护。
单干双臂技术、限根生长技术、避雨栽培技术、4维多元配方肥料技术
良种区域化、基地良种化、原料基地化、生产标准化



工艺
TECHNOLOGY

—— 传奇之艺 · 具有“东方品味”的干白 ——

源自德国，东方匠心，中西合璧，
科技融合，14℃低温发酵，480小时精心酿造，成就一瓶干白的传奇技艺
先进的酿造设备，融入独创的悬浮澄清技术、
低温控温发酵工艺，使干白葡萄酒香气更加丰富、
口感更加的纯净。自动控制温系统、
气体传感系统、数据控制系统，
实现葡萄酒生产的管控一体化和数字化。

vaslin

F30



陈藏
HOARD

—— 神窖之藏 · 酝酿一瓶干白的神韵 ——

占地3000平方米的华东地下音乐大酒窖，
16℃恒温，70%湿度，
法国300L橡木桶，180天以上橡木桶窖藏，
使橡木桶香气与干白清新的果香进行完美融合。



荣耀
HONOUR

—— 经典之范 · 中国干白葡萄酒的代表 ——

5万余公里行程选址，
1000余次精心实验，
35年，近一亿人次消费，
成就华东干白典范。

郁积成味·久蓄气芳

Fragrant Wine

华东干白·青岛百年



**华东百利酒庄珍藏
莎当妮干白葡萄酒**
中外酿酒师联合打造；
法国细纹理橡木桶陈酿18个月；
一棵葡萄树只酿一瓶葡萄酒；
热带水果香及焙烤香气，馥郁、平衡；
酒体饱满、回味悠长

华东百利酒庄2017新酒
中外酿酒师联合打造；
采用独创的增香工艺和动态临界低温发酵技术；
一棵葡萄树只酿一瓶葡萄酒；
浓郁热带水果香气，
伴有花香，口感清爽，
入口甜润，酒体平衡，回味悠长。

**华东百利酒庄十年收藏版
卓美娜利口葡萄酒**
一株一穗，粒粒甄选；
中外合璧，匠心之作；
限量珍藏，专属编号；
热带水果香气伴有橡木香，醇香浓郁，
入口甜润，酒体饱满，回味绵长。

**华东百利酒庄
十年收藏版西拉利口葡萄酒**
一株一穗，粒粒甄选；
珍稀品种——西拉，十年十桶；
中外合璧，匠心之作；
限量珍藏，专属编号；
红色浆果香气伴有橡木香，
醇香浓郁，入口甜润，
酒体饱满，回味绵长。



華東
HUADONG®
高级葡萄酒



吃海鲜 喝华东!

— 华东干白5大支撑 —

干白典范 華東葡萄酒 经典之范

35年 1000余次精心实验 5万余公里行程

1亿人次消费 成就华东干白典范

自1978年，华东庄园创始人百利先生，行程5万余公里，足迹遍布中国各葡萄产区，82年选择了人杰地灵的崂山九龙坡，华东庄园也成为中国第一家按照欧洲模式建造的酒庄。

从酒庄选址、葡萄园的规划、酒庄的建设，华东庄园发展的每一步都留下百利先生的身影，不断的打磨工艺，不断的调整口感，历经1000余次的实验，第一次参加国际葡萄酒比赛便一鸣惊人，获得1987年波尔多国际品酒会最高奖，这也是当时中国第一瓶单品种、单产地、单年份葡萄酒，华东庄园也成为入选《世界葡萄酒百科全书》的中国葡萄酒企业之一，自此开启了自己的荣耀历程。

35年，华东庄园从一片农田，发展成为一家集葡萄种植、酿造、观光旅游为一体的综合性酒庄。

35年，华东庄园从默默无闻，成为中国干白葡萄酒的代表。

35年，华东庄园从一棵葡萄苗发展到近一亿人次干白葡萄酒的消费量，华东干白葡萄酒依靠的是自然的馈赠、技艺的坚守、典范的传承。

青島
TSINGTAO
葡萄/酒



百年青葡·水墨丹青 赤霞珠干红葡萄酒

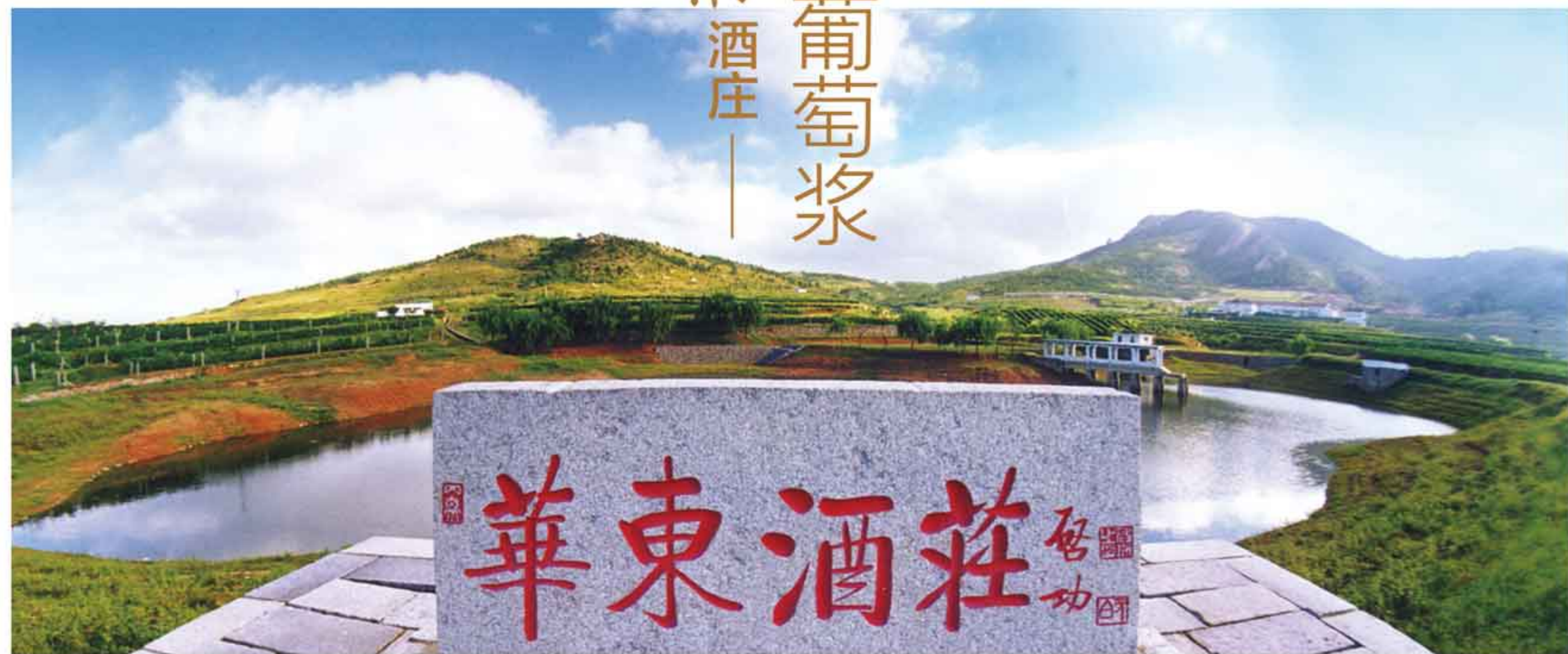
CABERNET SAUVIGNON DRY RED WINE

以中国国粹水墨丹青为手法，以青岛胶州湾为创意原型，以摇晃的葡萄酒为形态创作而成。整体风格符合“中国”的概念又与“青岛”切合呼应，水墨风格的随性挥洒也贴合葡萄酒酿制的“应天地、顺自然”的随心随性的理念。黑白水墨晕开的海港、几叶渺小却坚韧的帆船刻画了青岛在历史的风浪中千锤百炼后的恬静与深邃。

该酒呈深宝石红色，果香与橡木香和谐融于一体，酒香馥郁，酒体醇厚。适合搭配中、西餐中烤制的牛排等红肉。



苍藤蔓 · 葡萄浆
—— 相约聚酒庄 ——



餐饮宴请

绝佳宴请地

华东·百利酒庄设有多功能宴会厅、中式、欧式餐饮单间、西餐厅以及户外BBQ多种形式的特色用餐。可满足商务接待、中小型婚礼婚宴、时尚party等高端需求。



会议接待

为量身定制会议布置

华东·百利酒庄设有多功能会议室，可承接80人以内的中小型会议以及相关签约仪式、发布仪式等。



婚庆服务

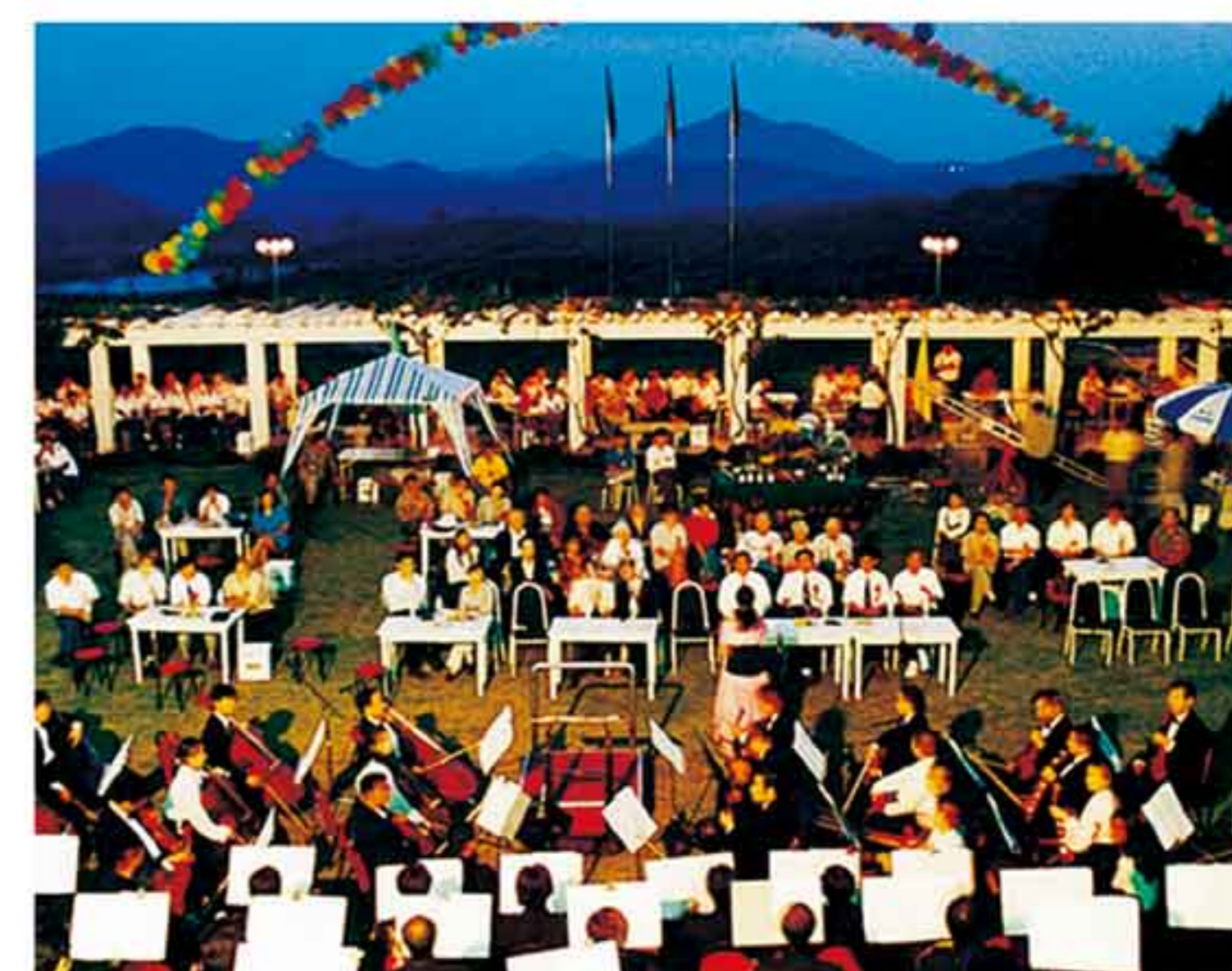
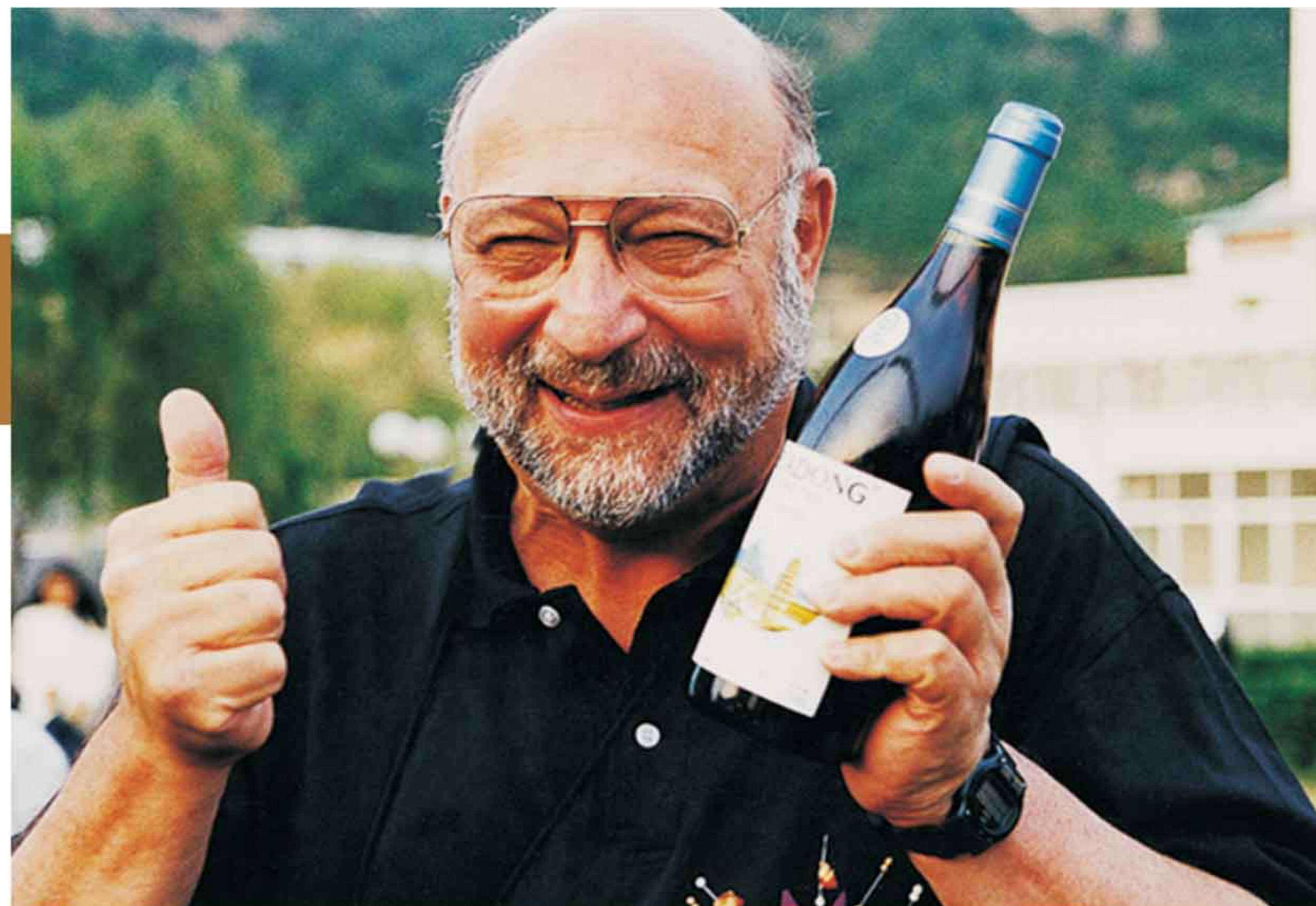
尊享一站式专属服务

华东·百利酒庄可提供婚车、婚宴、个性化婚酒、欧式户外婚礼等一站式专属服务。



华东百利酒庄时光隧道博物馆
集中展示中外葡萄酒的发展历史、品类种植、产区分布、生产工艺等主题。





华东历代中外酿酒师 喝酒不忘 酿酒人



- 1 孙方勋, 1984-1988年任华东首任中方酿酒师。中国葡萄酒技术委员会委员, 曾被世界葡萄酒联合会主席授予“优秀酿酒师”称号。图为1985年孙方勋赴澳大利亚新南威尔士州的猎人谷ROSEMONT ESTATE酒厂学习干白葡萄酒酿造技术, 为华东莎当妮和慧丝琳的产品风格建立, 奠定了基础。
- 2 吴利竹, 1989-1996年任华东中方酿酒师。在华东工作近8年的时间, 为建立酒厂队伍, 奠定华东葡萄酒的酒庄风格做出了重要贡献。现任新疆玛纳斯酒庄首席酿酒师。发起建立中国酿酒师联盟北方分会, 担任理事长。
- 3 邵学东, 1994-2001年任华东中方酿酒师。中国葡萄酒技术委员会委员, 现任中粮长城君顶酒庄总酿酒师。曾参与、主持华东高档干白莎当妮葡萄酒工艺的研究, 产品多次夺得国内外葡萄酒评比大奖。还参与青岛葡萄酒厂与西班牙FREXNET酒厂高档起泡葡萄酒的研制开发。
- 4 夏广丽, 1993-2011年任华东中方酿酒师。中国葡萄酒技术委员会委员、滨州医学院葡萄酒学院副教授。曾远赴宁夏, 在酩悦·轩尼诗-路易·威登(LVMH)旗下的夏桐(宁夏)酒庄担任首席酿酒师。
- 5 史铭儒, 2005年至今任华东中方酿酒师。国家级葡萄酒评委、一级品酒师、山东省首席技师、山东省技术能手, 山东省轻工行业首席技师。

INTRODUCTION

—— 引进来 ——

近年来, 青岛华东葡萄酒有限公司全面加强与法国、澳洲等国知名酿酒公司的技术交流, 每年都聘请国际著名酿酒大师进行技术指导, 确保了华东产品的世界级高品质。



澳大利亚酿酒师Scott Rawlinson

澳大利亚酿酒师史蒂夫查普曼 (Steve Chapman)

澳大利亚酿酒师Neville Hudson

首席酿酒师Charlie Whish (查理·威士)

新西兰摩登酒庄酿酒师史蒂文(左一)与布莱恩

澳洲玫瑰岗酒庄酿酒师查理·威士 (Charlie Whish左二)、法国波尔多酿酒世家传人尼古拉·古瑞马 (Nicolas Grima左三)

——**食全酒美**就差她了！

葡萄酒伴您就餐

吃海鲜 吃火锅 配干白



- 干白葡萄酒中的酒石酸、苹果酸、柠檬酸等有机酸具有去腥、杀菌和清口作用，因此适合搭配白肉和海鲜。
- 干白葡萄酒的酿造过程更加封闭，发酵温度控制较低，因此相对于干红葡萄酒，干白葡萄酒含有更多的氨基酸和维生素等有益成份。
- 干白葡萄酒中的白藜芦醇可以帮助血清中抗氧化物质一起抵御有害气体对肺部的侵蚀，让肺部更有活力。因此吸烟人士或为抵御雾霾的我们更应该喝干白葡萄酒。

慧丝琳酸度较高，清爽，果香浓郁，宜搭配蔬菜沙拉、清蒸虾蟹等海鲜及鸡肉等白肉。

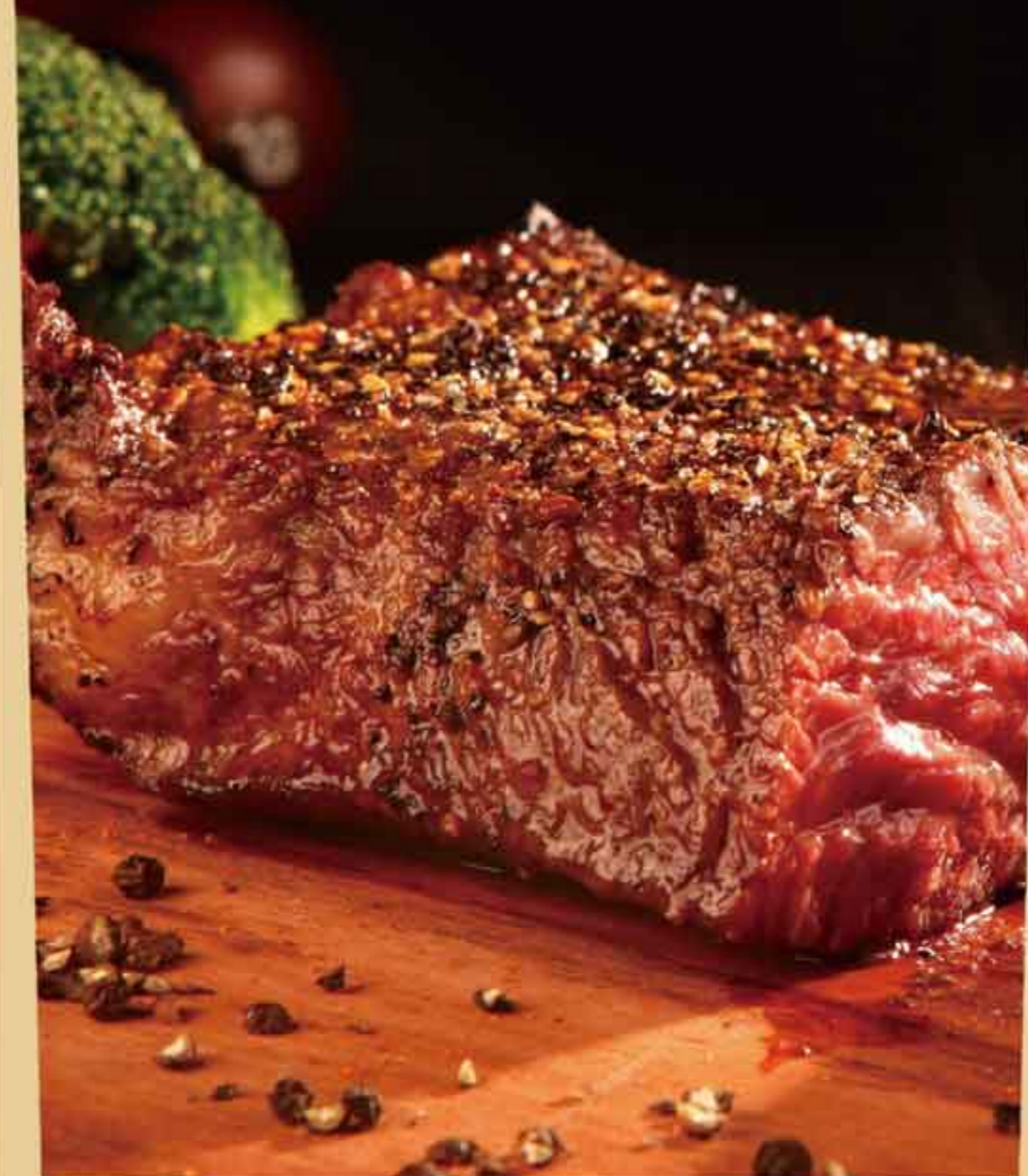
莎当妮酒体偏重，舒顺，果香浓郁，宜搭配焗蔬菜、生鱼片等鱼类及鸭肉等白肉

陈酿型莎当妮酒体醇厚，饱满，复杂的陈酿香气，宜搭配生蚝等贝类海鲜及鸭肉等白肉。

吃红肉 配干红

干红葡萄酒含有较多的单宁等酚类物质，能够软化血管，预防心血管疾病。

红葡萄酒中的单宁类物质同蛋白质作用使肉质柔嫩，并可有效减轻肉类的油腻感，因此适合和牛排等红肉类食物进行搭配。不想做油腻男和油腻女的您，吃红肉时别忘了来一杯干红。



天之美禄
— x —
适饮是福

酒，适量饮用则有益。

“少饮则和血运气，壮神驱寒，遣兴消愁，辞邪逐秽，水胜，引药势”葡萄酒因为含有多种糖类、维生素和有机酸，可以促进食欲和血循环，更为人们所喜爱。

中国的宴集是一种娱乐形式，其目的主要在于联络友情，增进亲情，而不在于吃饭。豪门大户的宴集有戏剧表演或各种游艺活动，而文人士大夫的宴集则多以酒令、猜谜、讲故事、说笑话、唱小曲等延长时间。在活跃的宴会上，人们吃的酒很快散发，还可以再喝。漫无节制的狂饮容易导致同饮者相互之间发生龃龉、冲突甚至反目成仇，违反了聚饮的初衷。

所以，为了使宴饮正常进行，中国古人设计出一些规范，较著名的，有袁宏道的《觞政》，倡导要掌握好自已的“觞容”，即会饮时的面貌风度。清黄周星《酒政告言》，提出了饮酒的“合欢”与“合礼”。

第一，是“戒苛令”，主张“率真称量而饮，人我皆不需劝”。第二，“戒说酒底字”，主张饮酒是为求得放松与休息，不必劳心殚虑去猜谜行酒令。第三，“戒拳哄”，反对饮酒时“捋拳奋臂，叫号喧争”，等等这些，即使在今日的宴饮中，也有借鉴意义。

再看西方的古希腊，它是葡萄酒和葡萄种在欧洲传播的拐点。希腊诗人尤布罗斯（EUBULUS）为我们绘制了一幅饮酒者的行为路线图景：我要用三只碗来兑出温和；第一碗盛着健康，他们可以一口喝掉；第二碗盛着爱和快乐；第三碗是睡觉。当这三碗喝完，明智的客人便回家。第四碗则不再属于我们，而是属于失态，东倒西歪；第五碗是骚动；第六碗是醉酒狂欢；第七碗是鼻青脸肿；第八碗是警察到来；第九碗属于身体不适感；第十碗就是疯乱和投掷的家具。

您懂的，相互尊重饮酒适可而止；
别忘了，拒绝劝酒避免酒后失态。
您懂的，敬酒避免豪饮；
别忘了，干杯做到文雅。
您懂的，轻声交谈，适可而止；
别忘了，不要过度劝酒、劝菜。



——新百年·新征程——

凤凰涅槃 王者归来



華東·百利酒庄
CHATEAU HUADONG-PARRY
Since 1985

华东葡萄酒公司:

传承青岛葡萄酒百年品牌文化，不断加大优质葡萄种植基地建设，为酿造高品质葡萄酒提供原料保障。坚持干白典范品牌定位，发力中高端市场，精耕细作国内市场。积极收购整合国内外优质酒庄资源，创新轻资产合作运营新模式，丰富产品品种，提高产品的性价比和品牌的国际化内涵，努力打造中外酒庄、国内酒庄合资合作发展新模式。

Since 1912



青島
TSINGTAO
青島葡萄酒

“青岛”牌葡萄酒:

继续坚持百年老字号品牌定位，加强历史文化挖掘，借鉴吸收国内外百年酒庄发展经验，突出品牌个性化、差异化，发力大众平价葡萄酒产品，同步发展威士忌、白兰地等洋酒和果酒、预调酒等特色产品，与华东葡萄酒优势互补，共同做大做强葡萄酒市场，努力打造国际一流百年葡萄酒企业。



華東

HUADONG

高级葡萄酒



一座城市的灵动

——青岛与饮料工业的百年情缘

经过德国人二十年的经营，青岛的水、电、通信等城市基础设施较为完备，为城市工业崛起奠定了良好的外部条件。
图为1912年青岛城区北部南瞰，左后是发电厂，前方为1907年建成的福柏医院。

—1900—1903—1912—



1900年，崂山矿泉水始创。20世纪30年代，崂山汽水公司生产的“爱乐阔”牌矿泉水畅销全国，且远销日本、德国等地。图为崂山汽水公司车间。



1903年，青岛日耳曼啤酒公司创办，年生产能力达2000吨。其产品除在本埠销售外，还销往上海、天津、烟台、大连等城市。1906年“青岛”牌啤酒荣获慕尼黑啤酒博览会金奖。



1912年，德国人在青岛地区开设了第一家葡萄酒作坊，不久被德商福昌洋行收购。20世纪30年代，福昌洋行将酒厂卖给德商美最时洋行，命名为“美口酒厂”。1947年，被齐鲁企业公司购买。图为齐鲁企业公司所属美口酒厂的生产设备。

青岛市档案馆提供的2008年出版的《胶澳志》分析了青岛发展工业的优势。其中提及：“未建德人所经营者仅有麦酒、缫丝厂、汽水厂各一所……”

食貨志七 工業

膠澳附近地帶居民實業工業之可資以位置而論內有山東河北之興農農產原料運往他處利至為豐富金銀鐵之礦藏於前清嘉慶年間既富則業頗有希望而港灣德京山東半島之隔在華北各港最居南端發揚北方之物理工藝以運致於南方之江漢開粵東力之日韓台均應以膠澳為捷徑故膠澳之在北方實為最有希望之工業地也德商租期內專致力於港灣通水電工程以及內地之鐵路對於工廠與商店而己民國二年日德交關前華之工業容以發達而華商發起組織之華興實業公司

年	六月	七月	八月	九月
一九〇九	二六	三二	三六	四一
一九一〇	四六	五一	五五	六〇
一九一一年	六五	七一	七九	八二
一九一二年	八五	九二	九八	一〇五
一九一三年	一二〇	一二五	一三〇	一三五
一九一四年	一四〇	一四五	一五〇	一五五
一九一五年	一六五	一七〇	一七五	一八〇
一九一六年	一九〇	一九五	二〇〇	二〇五
一九一七年	二一五	二二〇	二二五	二三〇
一九一八年	二四〇	二四五	二五〇	二五五
一九一九年	二七〇	二七五	二八〇	二八五
一九二〇年	三〇〇	三〇五	三一〇	三一五
一九二一年	三四〇	三四五	三五〇	三五五
一九二二年	三七〇	三七五	三八〇	三八五
一九二三年	四〇〇	四〇五	四一〇	四一五
一九二四年	四三〇	四三五	四四〇	四四五
一九二五年	四六〇	四六五	四七〇	四七五
一九二六年	四九〇	四九五	五〇〇	五〇五
一九二七年	五二〇	五二五	五三〇	五三五
一九二八年	五五〇	五五五	五六〇	五六五
一九二九年	五八〇	五八五	五九〇	五九五
一九三〇年	六一〇	六一五	六二〇	六二五
一九三一年	六四〇	六四五	六五〇	六五五
一九三二年	六七〇	六七五	六八〇	六八五
一九三三年	七〇〇	七〇五	七一〇	七一五
一九三四年	七三〇	七三五	七四〇	七四五
一九三五年	七六〇	七六五	七七〇	七七五
一九三六年	七九〇	七九五	八〇〇	八〇五
一九三七年	八二〇	八二五	八三〇	八三五
一九三八年	八五〇	八五五	八六〇	八六五
一九三九年	八八〇	八八五	八九〇	八九五
一九四〇年	九一〇	九一五	九二〇	九二五
一九四一年	九四〇	九四五	九五〇	九五五
一九四二年	九七〇	九七五	九八〇	九八五
一九四三年	一〇〇〇	一〇〇五	一〇一〇	一〇一五
一九四四年	一〇三〇	一〇三五	一〇四〇	一〇四五
一九四五年	一〇六〇	一〇六五	一〇七〇	一〇七五
一九四六年	一〇九〇	一〇九五	一一〇〇	一一〇五
一九四七年	一一二〇	一一二五	一一三〇	一一三五
一九四八年	一一五〇	一一五五	一一六〇	一一六五
一九四九年	一一八〇	一一八五	一二〇〇	一二〇五
一九五〇年	一二一〇	一二一五	一二二〇	一二二五
一九五一年	一二四〇	一二四五	一二五〇	一二五五
一九五二年	一二七〇	一二七五	一二八〇	一二八五
一九五三年	一三〇〇	一三〇五	一三一〇	一三一五
一九五四年	一三三〇	一三三五	一三四〇	一三四五
一九五五年	一三六〇	一三六五	一三七〇	一三七五
一九五六年	一三九〇	一三九五	一四〇〇	一四〇五
一九五七年	一四二〇	一四二五	一四三〇	一四三五
一九五八年	一四五〇	一四五五	一四六〇	一四六五
一九五九年	一四八〇	一四八五	一四九〇	一四九五
一九六〇年	一五一〇	一五一五	一五二〇	一五二五
一九六一年	一五四〇	一五四五	一五五〇	一五五五
一九六二年	一五七〇	一五七五	一五八〇	一五八五
一九六三年	一六〇〇	一六〇五	一六一〇	一六一五
一九六四年	一六三〇	一六三五	一六四〇	一六四五
一九六五年	一六六〇	一六六五	一六七〇	一六七五
一九六六年	一六九〇	一六九五	一七〇〇	一七〇五
一九六七年	一七二〇	一七二五	一七三〇	一七三五
一九六八年	一七五〇	一七五五	一七六〇	一七六五
一九六九年	一七八〇	一七八五	一七九〇	一七九五
一九七〇年	一八一〇	一八一五	一八二〇	一八二五
一九七一年	一八四〇	一八四五	一八五〇	一八五五
一九七二年	一八七〇	一八七五	一八八〇	一八八五
一九七三年	一九〇〇	一九〇五	一九一〇	一九一五
一九七四年	一九三〇	一九三五	一九四〇	一九四五
一九七五年	一九六〇	一九六五	一九七〇	一九七五
一九七六年	一九九〇	一九九五	二〇〇〇	二〇〇五
一九七七年	二〇二〇	二〇二五	二〇三〇	二〇三五
一九七八年	二〇五〇	二〇五五	二〇六〇	二〇六五
一九七九年	二〇八〇	二〇八五	二〇九〇	二〇九五
一九八〇年	二一一〇	二一一五	二一二〇	二一二五
一九八一年	二一四〇	二一四五	二一五〇	二一五五
一九八二年	二一七〇	二一七五	二一八〇	二一八五
一九八三年	二二〇〇	二二〇五	二二一〇	二二一五
一九八四年	二二三〇	二二三五	二二四〇	二二四五
一九八五年	二二六〇	二二六五	二二七〇	二二七五
一九八六年	二二九〇	二二九五	二三〇〇	二三〇五
一九八七年	二三二〇	二三二五	二三三〇	二三三五
一九八八年	二三五〇	二三五五	二三六〇	二三六五
一九八九年	二三八〇	二三八五	二三九〇	二三九五
一九九〇年	二四一〇	二四一五	二四二〇	二四二五
一九九一年	二四四〇	二四四五	二四五〇	二四五五
一九九二年	二四七〇	二四七五	二四八〇	二四八五
一九九三年	二五〇〇	二五〇五	二五一〇	二五一五
一九九四年	二五三〇	二五三五	二五四〇	二五四五
一九九五年	二五六〇	二五六五	二五七〇	二五七五
一九九六年	二五九〇	二五九五	二六〇〇	二六〇五
一九九七年	二六二〇	二六二五	二六三〇	二六三五
一九九八年	二六五〇	二六五五	二六六〇	二六六五
一九九九年	二六八〇	二六八五	二六九〇	二六九五
二〇〇〇年	二七一〇	二七一五	二七二〇	二七二五
二〇〇一年	二七四〇	二七四五	二七五〇	二七五五
二〇〇二年	二七七〇	二七七五	二七八〇	二七八五
二〇〇三年	二八〇〇	二八〇五	二八一〇	二八一五
二〇〇四年	二八三〇	二八三五	二八四〇	二八四五
二〇〇五年	二八六〇	二八六五	二八七〇	二八七五
二〇〇六年	二八九〇	二八九五	二九〇〇	二九〇五
二〇〇七年	二九二〇	二九二五	二九三〇	二九三五
二〇〇八年	二九五〇	二九五五	二九六〇	二九六五
二〇〇九年	二九八〇	二九八五	二九九〇	二九九五
二〇一〇年	三〇一〇	三〇一五	三〇二〇	三〇二五
二〇一一年	三〇四〇	三〇四五	三〇五〇	三〇五五
二〇一二年	三〇七〇	三〇七五	三〇八〇	三〇八五
二〇一三年	三一〇〇	三一〇五	三一一〇	三一一五
二〇一四年	三一三〇	三一三五	三一四〇	三一四五
二〇一五年	三一六〇	三一六五	三一七〇	三一七五
二〇一六年	三一九〇	三一九五	三二〇〇	三二〇五
二〇一七年	三二二〇	三二二五	三二三〇	三二三五
二〇一八年	三二五〇	三二五五	三二六〇	三二六五
二〇一九年	三二八〇	三二八五	三二九〇	三二九五
二〇二〇年	三三一〇	三三一五	三三二〇	三三二五



青岛与饮料的百年情缘

文/葛麟



饮食,是人类生存和生活的基本需要。

从上古时代开始,人类和其他动物一样,从大自然中索取食物和饮料,以解决饥渴。

伴随着文明的进程,饮食习俗从蒙昧、混沌向着昌明不断演进。人们越来越重视饮食给人际关系带来的亲和性、对健康生活带来的调养性,逐步发展出诸如“君子以饮食宴乐”“冬日则饮汤,夏日则饮水”等饮食理念。

与此同时,人们还逐渐从饮食问题出发,思考人生问题、社会问题,乃至政治问题。饮食的目的距离单纯的果腹充饥越来越远,对安全、绿色、健康、营养、品质的追求越来越高。

当回眸食品饮料工业、饮食文化的发展历程时,人们发现不能只是偏颇地顾“食”而少“饮”。这不仅是因为“先饮后食”的传统习惯,更有水养万物的浑然自成。



青岛自古以来就是中国北方航海和对外贸易的中心。唐武德六年(623),胶州板桥镇建港,成为北方重要贸易口岸。宋元祐三年(1088),板桥镇设市舶司,作为国内五大通商口岸,成为海上丝绸之路的北

方起点。清同治四年(1865)重修碑记载“迄今旅客商人鳞集而至者实难枚举”,同治十三年(1874)碑记载青岛“宏舸连舫,巨舰接舫”。1892年登州镇总兵章高元调防胶澳,青岛近代商业贸易得以发展。1897年,青岛口有71家店铺,与饮料相关的,有“酒馆、饭铺九”“糕点、茶食三”等。

青岛城市空间格局和近代工商业形态的奠立,离不开1897年德国人占据胶州湾后的“一意经营,大兴土木”:筑港、修路、办工厂、开银行等。但德国租借前的青岛口一带已具备了一个中国传统的小城镇的雏形。

青岛的饮料工业发轫于19世纪末、20世纪初。这一时期的青岛饮料企业有:1900年伊尔蒂斯矿泉(即崂山矿泉水前身);1903年德英合资的日耳曼啤酒公司青岛股份公司(青岛啤酒前身);1912年德资葡萄酒生产厂,后发展成美口酒厂(为青岛葡萄酒前身)等。其中,青岛啤酒1906年荣获慕尼黑



黑啤酒博览会金奖。这些饮料工厂的建立,奠定了青岛饮料工业发展的基础。

20世纪初叶至解放前,青岛的轻工业几经兴衰,其中饮料业最为发达,矿泉水、啤酒、葡萄酒、汽水等生产企业具有相当规模。

1931年,德国美最时洋行收购崂山晶泉矿泉水公司,改名为崂山汽水公司,并与美国可口可乐公司合作,成为美国可口可乐在华两大汽水生产、销售商之一。

二战爆发后,美口酒厂扩大生产,主要生产香槟酒、葡萄酒、甜酒、白酒、真酒、意大利式和法国式味美思、威士忌、白兰地等“洋酒”。

1941年,崂山汽水公司与美最时洋行合作,更名为崂山汽水工厂两合公司。1944年,崂山汽水两合公司另行组建崂山汽水股份有限公司,成为华商全资企业,开启了民族饮料业的先声。

在新中国成立后的十几年里,青岛的饮料工业稳中有进,出现了繁荣景象。知名老字号饮料企业青岛葡萄酒厂、齐鲁王酒业、琅琊台酒厂、南阜酒厂等就是在这一时期出现的。

1953年,青岛汽水厂自主研发的中国第一种碳酸饮料崂山可乐问世。1954年日内瓦会议,美口酒厂生产的香槟酒受到外国客人称赞。



1956年,由青岛美口酒厂技术人员配制的蜜桔酒、甜杏酒、玫瑰酒、薄荷酒、红果酒开始生产,打破了由外国人垄断“洋酒”的生产技术。

1960年,由美口酒厂更名后的青岛葡萄酒厂生产的白葡萄酒第一次出口东德50



吨,注册商标“夜光杯”。

1963年,“青岛”牌啤酒、白葡萄酒在全国第二届评酒会上被评为全国十八大名酒,荣获轻工业部颁发的金质奖章;俄得克、味美斯、威士忌被评为优质酒。同年,中国第一瓶中草药蒸馏式饮料崂山白花蛇草水问世。

到1978年,青岛市的饮料制造企业有青岛啤酒厂、青岛葡萄酒厂、即墨黄酒厂、青岛汽水厂等骨干企业,所辖各县也均建有酿酒厂或发酵站。其中,青岛啤酒、崂山汽水等产品畅销国内外。

20世纪80年代初,为满足青岛城乡居民和国内外旅游者的需要,市政府把发展食品工业放在重要位置给予政策支持,食品饮

料制造业迅速成为青岛市门类齐全的支柱性产业。

饮料制造企业利用新工艺、新技术生产酒精、白酒、啤酒、黄酒、葡萄酒、碳酸饮料、天然矿泉水、果汁饮料、固体饮料、茶叶等产品,拥有青岛啤酒厂、青岛华东葡萄酒有限公司、即墨黄酒厂、青岛汽水厂等一批知名企业。

20世纪80、90年代,中国八大饮料厂排行榜中,青岛“崂山”位列其中。与此同时,以青岛啤酒为代表的青岛饮料制造业进入规模扩张阶段,企业规模和产品产量迅速扩大。

进入21世纪,青岛深入挖掘老品牌,加大对有发展潜力的老品牌、老字号的扶持力度。2004年崂山可乐以健康品牌的崭新形象重新问世。至2006年,在饮料制造业中,青岛啤酒、崂山矿泉水被认定为中国驰名商标;青岛啤酒、崂山牌矿泉水获得中国名牌产品;山东名牌产品中,有青岛牌、崂山牌啤酒、崂山牌矿泉水、华东牌葡萄酒、圣元牌乳粉、琅琊台牌白酒、即墨牌即墨老酒、迎春乐牌牛奶、青啤朝日牌茶饮料、青啤牌瓶装饮用水等多家饮料企业。

2012年,青岛发布《关于加快发展青岛市工业十条千亿级产业链的实施意见》,提出打造家电、石化、服装、食品饮料、机械装



备、橡胶等十条工业千亿级产业链,力图构建特色鲜明、产业集聚、链式发展的现代工业体系,加快工业转型升级,培植经济增长新动能的步伐不断加快。继青岛啤酒后,青岛饮料集团强势崛起,其品牌价值跃居山东省食品饮料行业第二,实现了从民族品牌向世界品牌的大跨越。

凭借卓越品质和良好声誉,华东葡萄酒和崂山矿泉水一起荣膺2017上海合作组织官方指定产品,品牌影响力再度提升。

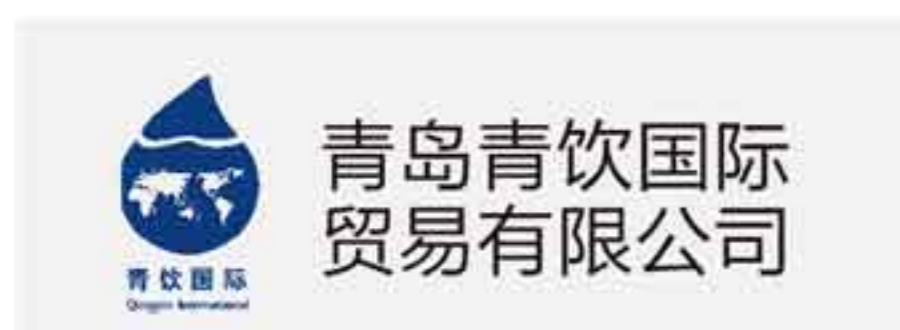
感谢青岛市史志办在史料提供等方面给予的大力协助!





青饮商城

“互联网”现代城市品质消费综合服务平台

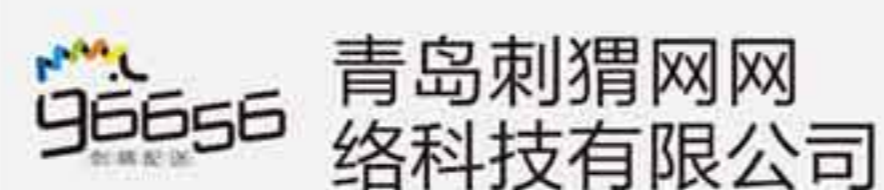


优质电商
平台资源

优质客户
大数据

运营经验

配送体系



综合网络 销售平台

高效 \ 优质 \ 放心

现代物流绿
色配送平台



七大功能

地图定位
商家入驻
分销功能
信息安全
营销活动
消费者激励
数据分析

"六心"服务理念

耐心、热心、细心、
暖心、省心、放心

优质服务规范

微笑服务、礼貌用语、
精力集中、积极倾听、
换位思考、客户为尊

优质服务承诺

满意就在铃声后

服务(订水)方式:

电话+微信

增值服务

刺猬卡



经营主体规范化

遍布青岛七区三市的106家专
营配送店
·5A级配送店标准

运输工具绿色化

·50部新能源电动配送车；
·国四标准自动化飞翼车

管理系统智能化

·**车辆:**
自动化飞翼车GPS可视系统。
·**转运:**
全程托盘化运输，减少装载次
数，避免破损，污染。
·**可视:** 视频调度中心，人车
货物全方位数字化运输系统。
·**仓储:** 全程机械化装卸，信
息化系统。

发展 愿景

- 打造城市商品综合服务产品品牌平台
- 打造可入驻的综合性多功能服务型平台

青岛饮料集团旗舰中心，位于青岛市崂山区荣柏财富中心，是集展示中心、体验中心、订制中心、“老字号”产品中心、葡萄酒集散中心、呼叫中心、推广中心、配送中心等七大中心于一体的综合性功能中心，承担传播企业文化、进行公益宣教、树立旗舰店运作及配送网络的示范效应等责任。



青岛青饮文化传媒有限公司创新推出的品牌连锁系统，围绕“地方特色+非遗传承产品”的思路，展销以饮料、食品为主的全国各地优质“老字号”轻工产品（含青岛）。

崂字號

是什么？

顺应新旧动能转换大势的新商业模式
搭建城市文化交流的新平台
中国城市老字号商品文化展销交流的新渠道



为什么？

- 完善流通渠道 · 解决中小品牌优质特色老字号产品销售渠道不畅的痛点
- 发挥国企信誉 · 让经营者无忧经营 让消费者放心消费
- 履行社会责任 · 人文关怀、青年创业 社区养老、养生服务 慈善公益、青年志愿者 社区扶贫、助老助残

做什么？

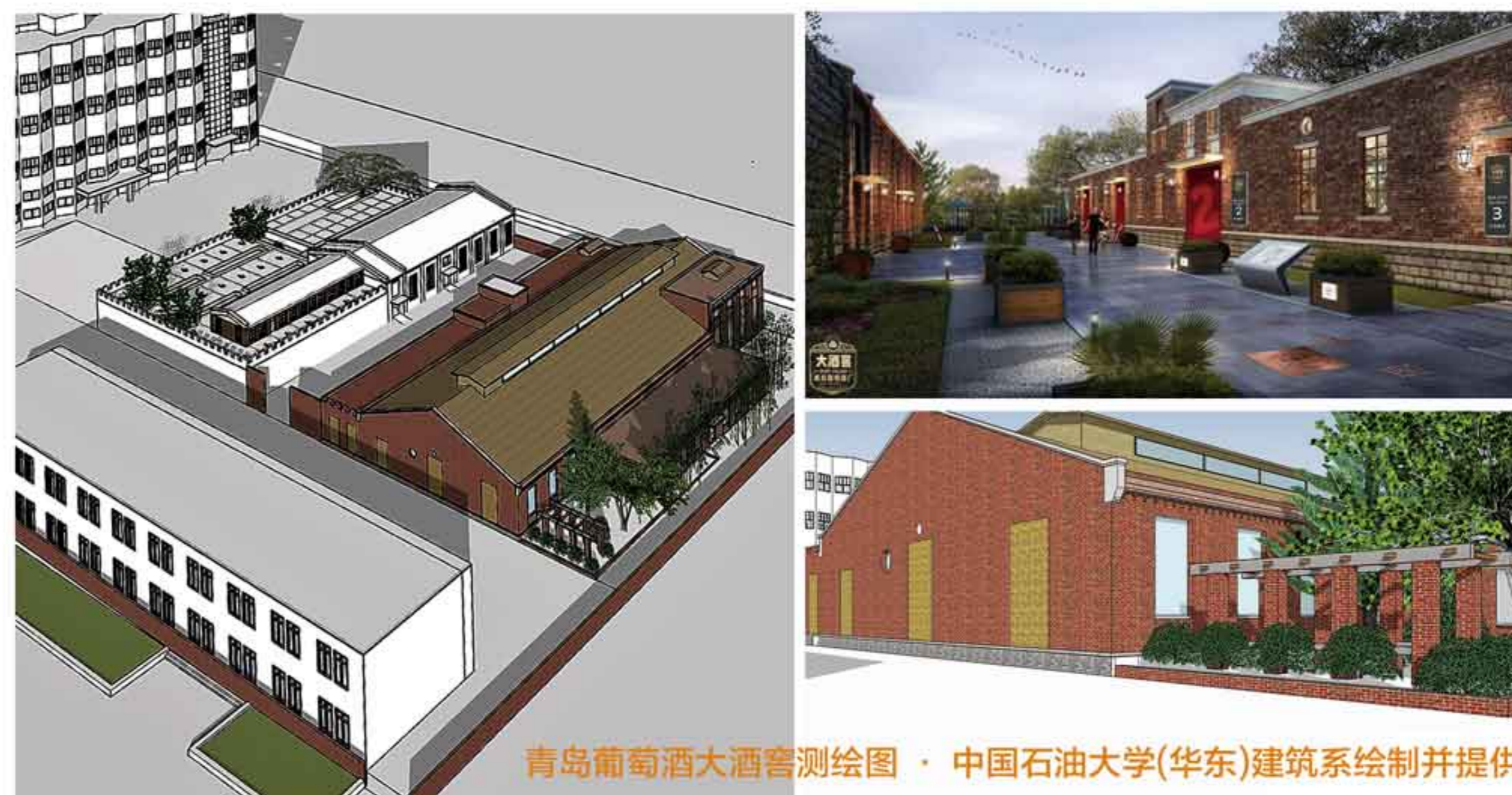
帮助中小品牌老字号企业搭建销售系统
减少中小品牌老字号企业销售成本
为合作加盟商提供无风险的创业机会



模式 —— 众筹、分享、裂变、免费、会员制(社商+微商+店商)
愿景 —— 线上商城+线下社区连锁，预计3年省内达到300—500家加盟店规模

著名建筑学家吴良镛曾说，“一个城市是千百万人生活和工作的有机的载体，构成城市本身组织的城市细胞总是经常不断地代谢的”。
城市工业遗产就是这千万城市细胞之一。工业遗产价值主要有历史、人文、经济、科技。

- 城市工业遗产保护和利用方式——
- 创意产业创意产业园区模式
 - 艺术展示博物馆模式
 - 商业、办公商业商务模式
 - 景观公园模式



青島葡萄酒大酒窖測繪圖 · 中國石油大學(華東)建築系繪制並提供

功能定位

- 博物馆功能：展示大酒窖 红酒文化
- 实用功能：百年酒窖 贮存红酒业务
- 展馆功能：文化展览 文化活动 商业产品发布会 时尚酒会
- 文产基地：高端文化产业发展基地，
- 时尚商业：红酒吧 企业商务会所 高档时尚餐厅
- 产业协会：青岛葡萄酒产业协会
- 销售平台：华东葡萄酒营销展示中心

位于青岛市四流南路13号青岛葡萄酒厂旧址规划设计图。



大酒窖博物馆
+综合文化展馆
+文化产业基地
+商业休闲配套

中国红酒文化和青岛
红酒文化的
一次真正溯本归源

青岛葡萄酒大酒窖
打造青岛城市商业文化新坐标
新文化景观·新时尚体验·新商业业态·新产业园区

产镇融合发展的崂矿特色小镇

20世纪英国著名社会活动家、城市学家埃比尼泽·霍华德主张“城市与乡村必须成婚，这种愉快的结合将迸发出新的希望、新的生活、新的文明”。

特色小镇承载的应该是城与乡之间的一个期望。

产业转型与消费升级是特色小镇最主要的推动力。

青岛饮料集团通过合资、合作、产业联盟等形式，积极开发西海岸、莱西、沂南、云南崂矿小镇项目，是健康养生理念的产业化输出、新型产业链的再拉伸，未来将打造成为融生产、旅游观光、休闲度假、文化推广于一体的国际化矿泉小镇。

特色小镇

“特”是关键。根据中国特色小镇培育工作计划，到2020年培育1000个左右各具特色、富有活力的休闲旅游、商贸物流、现代制造、教育科技、传统文化、美丽宜居的特色小镇。



产业模式：
一个核心 + 三个集群



在一座城市里，老字号是象征工商业发展历史的景观，是城市的文化根脉、旅游资源、资产价值和持久发展的活力，是一个城市独具特色的发展见证。青岛饮料集团正在位于广西路33号原德国医药商店旧址，建设青岛老字号博物馆，必将为城市更新增添新的动能。

用品牌，讲述青岛故事；用品牌，唤醒城市记忆；用品牌，体现传承精神。



振兴百年商号 青岛老字号博物馆

- 城市名片、旅游目的地
- 老字号企业孵化创新平台
- 旅游接待服务示范窗口
- 博物馆市场运作探索示范点
- 青岛老字号工商业文化、城市精神的展示窗口
- 城市文化聚集地
- 国货精品的销售展示中心
- 供给侧结构性改革亮点项目



城市之颜

200年青岛的湾景
大海铺开淡淡的光芒
天空扬起浅浅的裙边
小船栖息在岸堤一侧
建筑沉浸在天海之间
不见当时的色彩
却有此时的惊艳
站在曾叫作海因里希的大街
有一所房子，面朝大海，春暖花开
红色清水砖
红色的瓦片
涌动着百年后人们的情结
独特的红房子哟
你是城市之眼
也是城市之颜
燃烧起青岛新时代的浪漫

照片拍摄的是1900年威廉皇帝大街
或者确切的说是海因里希大街的中
断。最左侧的建筑是1909年建成的
大药房，即今日的「红房子」(为全
国重点文物保护单位)。
·青岛城市建设档案馆供图

广西路 33 号： 从赉寿药行到“红房子”

文 / 王栋



德租时期的广西路 33 号，一层为赉寿洋行，二三层为短租或长租公寓
(图片来源：华纳《德国建筑艺术在中国·建筑文化移植》P.289)。

广西路：位置优越的百年老街

广西路，是青岛这座百年新城中的一条历史老街。它西起火车站前的泰安路，穿越中山路、安徽路、江苏路等路口，向东一直延伸到龙口路，全长约 1565 米。从时间上看，修筑于 1899~1901 年，路面宽度约为 20~25 米，并以德皇威廉二世的弟弟海因里希亲王（Prinz-Heinrich, 1862~1929）¹ 来命名的广西路是青岛开埠初期最早完成的街道之一。城市肇建之初开始实施的建筑规划中，对城市不同地区的用途给予明确的规定，而广西路正处于最初所设想的经贸与商务区域的核心地带。所以，它也成为了彼时青岛最重要的街道之一。如果在当时就有 CBD 这个概念，那么，广西路就应是青岛最早的中央商务区。



德租初期的广西路，路南可见山东铁路公司、德华银行青岛分行、海因里希亲王饭店等早期建筑。(图片来源：王栋《青岛影像：明信片里的城市记忆》P.20)。

1. 1862 年 8 月 14 日出生于柏林，是德皇弗里德里希三世的三子，母亲是英国维多利亚女王的长女。1880 年海因里希进入德国海军服役，1898 年曾带领远征舰队来到胶州湾。除为德皇利碑揭幕，他还主持了山东铁路的开工仪式。后前往北京觐见光绪皇帝。1901 年，被提升为海军上将。1906 年，海因里希被任命为舰队舰队司令，获得了陆军元帅的军衔。1914 年第一次世界大战爆发后，海因里希为波罗的海舰队的最高指挥官。俄国退出战争后，海因里希结束了他的军旅生涯。在德国

在车水马龙的广西路上，伫立着一座造型优雅、赏心悦目，充满了异域风情的老建筑。在“老青岛”的记忆里，它有一个流传已久的响亮俗称——“红房子”。这座老建筑因其在艺术上的价值，得到了无论是史学、建筑专家，还是普通市民的双重认可。而这座沧桑百余年的老楼背后究竟有着怎样鲜为人知的往事？又是谁在青岛为后世留下至今仍为人所津津乐道的建筑精品？一切的答案皆应由岁月来还原，一切的谜团也皆应由历史来呈现……

随着城市建设逐步展开，不少来自欧美的洋行与外侨青睐于这里与海岸仅相隔一个街区的优越位置和居住环境。巨大商机的感召之下，来自德国的地产承包商们开始在广西路上置地建房，以满足日益增长的商住需求。曾担任胶澳总督长达十年的都市规划师（Oskar von Truppel, 1854~1931）² 认为，新的城市应强调德意志民族特性，以及与中国城市的差异，新城内的建筑也应具有现代风格。³ 在这种观念的影响下，世纪之初的广西路也就成为了德国建筑师将成熟的西方建筑风格迁移到陌生东方海岸的试验场。在青岛的城市发展史迈向 20 世纪第 2 个十年之时，广西路两侧几乎已建满了各式建筑。百余年后，一个循着先辈足迹前来青岛的西方人曾写道：“漫步于青岛的街道之间，只有来往的人群才可以看到一些东方的痕迹……走在广西路上，仿佛就像在柏林的一条街道上。街道是德国式的，房屋的风格以及许多的树木和植物也都是德国式的，让你感到惊异地只是，怎么会有这么多亚洲人的面孔……”⁴

-200/41 号地块：青岛“最漂亮的青年派风格建筑”



1913 年地籍图中，广西路 33 号的地块号、建筑平面及业主信息。右为 1904 年 12 月罗达利洋行购地时的公示。(图片来源：TSINGTAU Aufgenommen und bearbeitet durch des Landamt 1. Juli 1914, 及《青岛官报》)

1904 年底，自开埠初期就来到青岛从事贸易活动的罗达利洋行（Kiautschau-Gesellschaft m.b.H.）⁵ 出资 2337.27 元，买下了位于海因里希亲王大街的 200/41 号地块，用于建造住宅和商业用房。这块占地 1383 平方米的矩形地块，位于阿尔贝特大街（今安徽路）与路易特珀尔德大街（今浙江路）之间，与面向青岛湾的海岸相隔一个街区，是德租时期位置最优越的核心地段。⁶ 随后，洋行委托当时青岛最大的建筑商，来自汉堡 - 阿尔托纳的广包公司（F.H.Schmidt）于 1905 年在此建成了这座红砖清水墙，散发着青年派艺术风格的德式商业建筑。⁸

君主制被推翻后，海因里希在石勒苏益格-荷尔斯泰因隐居，1929 年 4 月 20 日逝于汉堡。
2. 王栋贺中《繁华落尽的“欧人街”》《青岛画报》2012 年 7 月号 P.90-91。
3. 1854 年生于图林根的卡茨胡特，1871 年以士官身份加入德国海军。1897 年 11 月，参与德国侵占胶州湾行动。次年，被任命为轻型巡洋舰“威廉王妃”号舰长。1899 年 7 月，在柏林出任海军部军事司官。1901 年 6 月再次来到青岛，担任胶

澳总督。1905 年 4 月晋升海军少将，1907 年 9 月成为海军中尉，1911 年 1 月 27 日晋升为海军上将。同年 5 月 14 日搭乘“格森森”号离开青岛，8 月 19 日退役，并被授以爵位。1931 年在柏林的弗洛瑞去世。
4. 华纳（Torsten Warner）《德国建筑艺术在中国·建筑文化移植》（Deutsche Architektur in China. Architekturtransfer.）Ernst & Sohn, Berlin, 1994 P.12。
5. 江似虹（Tess Johnston）、尔冬强（Deke Ert）Far from home: Western

这座在半个多世纪后，被民间俗称为“红房子”的建筑，曾被 1980 年代末来青岛考察老建筑的德国学者华纳誉为，“1914 年之前，所有私人住房中设计最为出色的”，同时也是“最漂亮的青年派风格建筑”。在 19 世纪末至 20 世纪初的德国，这种强调打破因袭传统，在房屋立面饰以弧线或植物图案的风格正颇为流行。广西路 33 号商业大楼平面为近似“凹”字，建筑面积约 1960 平方米，砖石钢木混合结构。大楼立面设计为典型的青年派风格，并严格按中轴对称将建筑划分为虽为一体，却又相对独立的两个单元。建筑立面墙体采用白线勾边的红砖清水墙，二三楼中轴线两侧墙体凸出立面，三联券的竖窗充分增加了建筑的高直感。两翼对称嵌入的内阳台，及有利于采光通风，也让整个立面富有立体感。房屋的檐口、滴水嘴，及底部粗短的承重柱均采用了当时青岛最常见，也是耐用的石材——花岗岩，带有明显的装饰意味。



德租时期从威廉皇帝海岸（今太平路）看广西路 33 号，右侧可见德基洋行、胶澳皇家邮局、希姆森大楼，等建筑，左侧可见胶澳总督府（图片来源：维基百科）。

层隔之间大量采用了暗色，并饰以橡叶图案的釉面墙砖，让整个建筑显得华而不奢。建筑师在设计上充分利用了建筑法则，檐高恰好 18 米，但高起的蒙莎式屋顶，为大楼开辟了额外的空间，中间嵌入巨大的老虎窗，及屋顶折角增设的小窗，可为其采光通风，两侧对称砖砌石顶壁柱，既让体量巨大的老虎窗不显得格外突兀，也丰富了屋顶的变化。建筑的东西两个侧面虽然不如南立面细致，也同样经过了刻意的设计，变化丰富的山花，对曲线娴熟运用体现出建筑师的设计水准，及其或业主的审美情趣。

建筑师： 百年未解的历史谜团

architecture in China's northern treaty ports Old China Hand Press Hongkong 1996 P.102。
6. 罗达利洋行由柏林的冯·蒂佩尔斯基希公司（von Tippelskirch & Co.）与汉堡的马提亚斯·罗德公司（Matthias Rohde & Co.）与 1898 年合资成立，洋行首任经理是卡尔·罗德（Carl Rohde）。
7. 德国胶澳总督府《青岛官报》（Amtsblatt für das Schutzgebiet Kiautschou）1904 年 12 月 24 日 P.291。
8. Das Photoalbum der Baufirma F.H.Schmidt aus Altona, Signatur: Ana 517

这座在业界给予了很高评价的建筑究竟是由谁所设计？百多年来，一直都是个众说纷纭的未解之谜。目前的普遍结论都将其归于建筑师罗克格（Curt Rothkegel, 1876~1946）名下。生于上西里西亚的罗克格是 20 世纪初在中国最成功的德国建筑师。1903 年，他应聘胶澳总督府建设局施工员的职位来到青岛，并在此开始他的建筑师生涯。1904 年，罗克格辞去建设局的工作，成立了自己的设计工作室——“营造式画师罗克格”，并在不久后，赢得了为海因里希亲王饭店设计音乐厅的资格。此后罗克格又在青岛发展，为德国总会设计俱乐部大楼。同年，他还获得了青岛的柏林福音传教会（信义会）教堂设计竞赛的第一名。此后，罗克格又前往北京，并在此迎来了其建筑师生涯的巅峰。除了为众多高官设计西式住宅，罗克格还受聘于清政府，承担了起资政院（国会）的设计工作。1913 年，罗克格



德租时期从威廉皇帝海岸（今太平路）看广西路 33 号，右侧可见德基洋行、胶澳皇家邮局、希姆森大楼，等建筑，左侧可见胶澳总督府（图片来源：维基百科）。

还规划了北京正阳门区域的交通，并对正阳门箭楼大前门进行了重新改建。
德国学者华纳在将罗克格在中国的几件代表作与“红房子”进行比较后认为，“（“红房子”的山墙与路德公寓（Luther Pension）有异曲同工之妙；蒙莎式屋顶的处理又类似于天津的德国总会；曲线的运用亦见于海因里希亲王饭店音乐厅；而底层的粗短花岗岩柱，则可在青岛新教教堂的东边门上见到踪影。”虽然，一切的可能都指向了罗克格，但实际上，现有史料中并无他与这座建筑相关的直接记载，华纳也谨慎地表达了这只是猜测和假设。罗克格本人晚年曾总结过自己在中国的建筑师生涯，他写到：“1905-1906 年，我在青岛设计了 9 座别墅和住房，以及一座大型商业建筑，它们均按设计建成。”在这 10 座建筑中，除了《青岛新报》曾报道过的路德公寓，其他房子的位置或名称罗克格均未注明……

(Tsingtau-Sammlung H. Neukamp) Photoalbum II.3 der Handschriftenabteilung der Bayerischen Staatsbibliothek in München.
9. 同 2 P.289。
10. 百年前原貌的铁艺护栏亦保存完好。
11. 华纳（Torsten Warner）《德国建筑艺术在中国·建筑文化移植》（Deutsche Architektur in China. Architekturtransfer.）Ernst & Sohn, Berlin, 1994 P.289。
12. 今属波兰。

赉寿药行： 青岛最早的私人药店



被民间俗称为“红房子”的广西路 33 号，被誉为“1914 年之前，所有私人住房中设计最为出色的”，同时也是“最漂亮的青年派风格建筑”（图片来源：维基百科）。

这座商业综合楼在建成后，就成为了广西路上最为引人注目的标志性建筑。业主遂将一楼租予 1901 年初即在青岛开设药店的药剂师拉尔茨（Adalbert Larz 1872~?）。后来买下了这座大楼的拉尔茨还在建筑中轴的老虎窗顶部，还特意放置了一个红十字中轴蛇绕圆杖的纹章。在西方，这个徽记也是现代医学的标志。大楼的二三层，被作为短期或长期公寓进行出租。

如 1907 年 10 月来到青岛的建筑师舒备德（Heinrich Schubart, 1878~1955），就曾在此租住过很长一段时间。除此之外，同善会医生迪波尔（Edmund Dipper, 1871~1933）等人也曾在此居住。



德租时期的药行内景（图片来源：汉斯·马丁·辛茨、克里斯托夫·林德《青岛：德国殖民历史之中国篇 1897-1914》P.151）。

大楼的德国业主拉尔茨来自汉堡，他同时也是药店老板和经验丰富的药剂师，其所开设的药店中文名为赉寿药行（Rote Kreuz Apotheke），是青岛最早的私人药店。在搬至广西路 33 号前，

13. 马维立（Wilhelm Matzat）Curt Rothkegel, (1876 - 1945), Architekt in China 1903 bis 1929. Bonn 2009 (未刊稿) 及王栋在中国卓有成就的德国建筑师《北京规划建设》2011 年 04 期 P.171~174, 2011 年 06 期 P.171~173。
14. 同 9
15. 同 13
16. 见《青岛官报》（Amtsblatt für das Schutzgebiet Kiautschou），1901 年 1 月 5 日。资料来自 Universitätsbibliothek Johann Christian Senckenberg Goethe



日据时期的佐贺町(今广西路),左侧第三幢建筑为广西路33号大楼(图片来源:上海市历史博物馆、哲夫、房芸芳《青岛旧影》P.128)。

赓寿的店面在皇家邮局大楼的一层,面向安徽路、广西路路口(即今青岛邮电博物馆处)。从药行当时的刊登广告上看,除了经营药品和医疗用品,药行还出售法国香水、德国肥皂,瑞士巧克力、古巴雪茄等商品……甚至还有德国著名望远镜品牌 Goerz 的 Triöder 双筒望远镜,以及当时时髦的立体照片。除此之外,拉尔茨还在西镇开设了一家制皂厂,生产出香皂和普通肥皂可直接通过店面销售。后来,拉尔茨从罗达利洋行手中买下了整幢建筑。直至1914年11月,德国在青岛统治的终结。

第一次世界大战爆发后,日本通过武力从德国手中夺取了青岛。拉尔茨因在1914年8月战争爆发前,携妻儿在外旅行,不仅幸运的躲过了那场毫无希望的保卫战,也没成为日本人的战俘。但他却因此也失去苦心经营多年的赓寿药行,还有在青岛的所有财产。广西路33号大楼此后被守备军当局占有并售予本国商人。在此后相当长的一段时间里,曾经的赓寿药行大楼一直控制在日本商人的手中,如二十世纪三十年代,广西路33号就曾为日商风崎合资会社所有。抗战胜利后,这里曾短暂做过青岛市财政局驻地。

“红房子”餐厅: 市民记忆里的高端 餐饮品牌



二十世纪九十年代的广西路33号,时为“红房子”餐厅(图片来源:华纳《德国建筑艺术在中国-建筑文化移植》P.289)

Universität Frankfurt am Main.
17. 拉尔茨生于1872年1月9日,1900年从汉堡来到青岛,卒年不详。1914年夏,因携妻儿回国度假,幸运的经过日本对青岛围攻“一战”期间,拉尔茨曾担任海军高级医师,后在汉堡经营伊尔蒂斯药房。1940年,他曾在前青岛日耳曼尼亚啤酒厂经理E希姆森的葬礼上致辞(据《希姆森回忆录》P.107 青岛出版社2016年9月)在1947年出版的 Pharmazeutische Zeitung, 称拉尔茨已度过自己的75岁生日。

1949年6月,青岛解放,历经风雨的老建筑也回到了人民手中。在计划经济时代,此处房产被归于青岛市轻工业局名下,并分配给职工居住。轻工业局拆分为第一轻工业局(简称“一轻局”)和第二轻工业局(简称“二轻局”)后,房产又划归前者。改革开放后,广西路33号又回归了本来的商业功能,用于开设一家集餐饮与住宿于一体的酒店,并被命名为“红房子”餐厅。这个在上世纪八九十年代的青岛,差不多是家喻户晓的招牌,也几乎成了广西路,乃至前海风景线的时代名词之一。而“红房子”里的消费水平当然也不是一般市民所能承担起的。在当时,“红房子”这张响当当的名片,是可以与黄海饭店、汇泉酒家、青岛饭店、春和楼等餐饮大鳄相提并论的高端品牌。



德租时期的广西路,左二建筑为广西路33号—赓寿药行(图片来源:汉斯·马丁·辛茨、克里斯托夫·林德《青岛:德国殖民历史之中国篇1897-1914》P.112)

从赓寿洋行到“红房子”餐厅,再到筹建中的青岛老字号博物馆,除了洋溢着异国情调的老建筑,广西路33号大楼也如同一个忠实的时间记录者,见证了青岛,这座城市百多年来跌宕起伏的城市发展历程。同时,对这座老建筑最有意义的保护就是为它找到“再利用”的方式。在青岛,已有德国总督楼博物馆、常州路德国监狱博物馆等成功的先例。而在“红房子”的保护开发与再利用上,如何科学、合理的借鉴,赋予其新的文化功能和意义,并结合现代社会的特点,做到既保护又利用,才会让老建筑继续“活”在这座城市的历史与现实中,继续发挥其记录历史,传承记忆的积极作用。

Apotheker Adalbert Larz Tsingtau

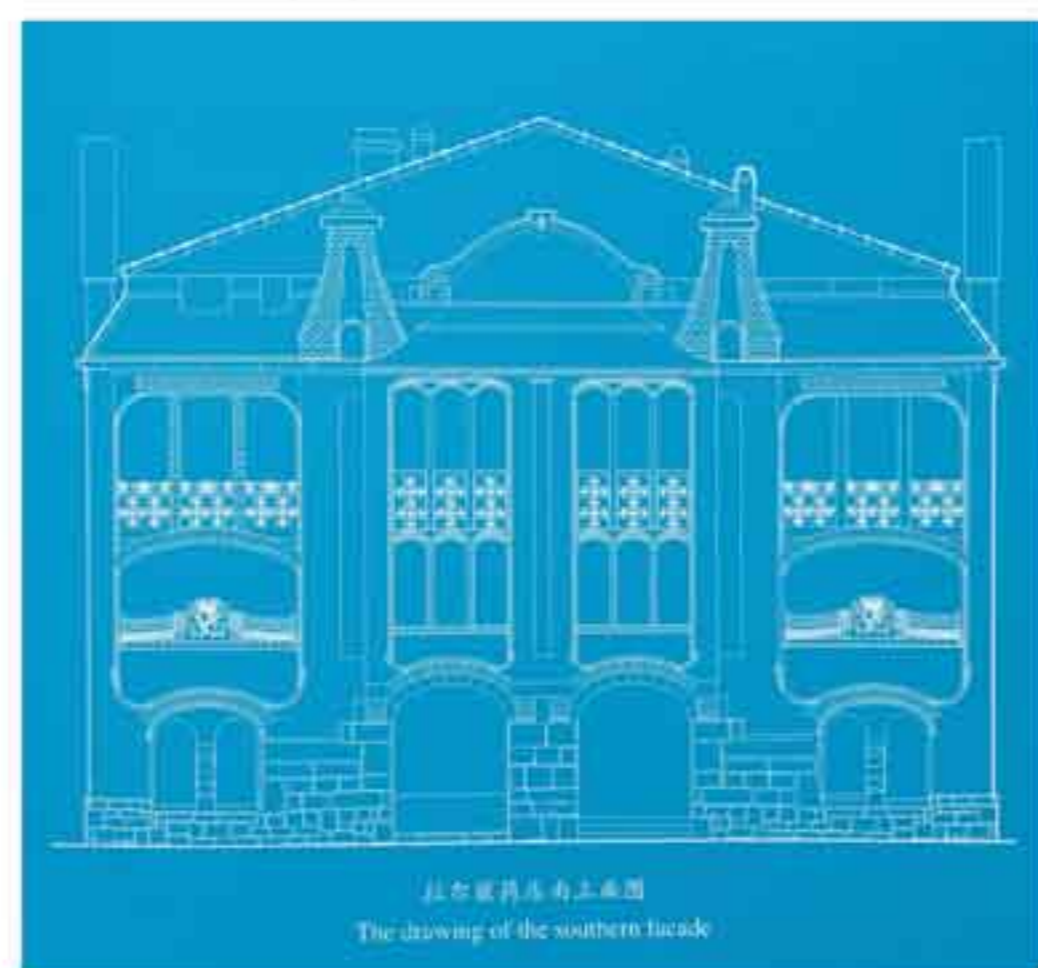
感谢袁宾久、孙建铭、贺伟、德明礼(Philipp Degmiski)等学者在图片整理、史料提供等方面给予的大力协助!

(本文作者系青岛知名文史学者)

18. 蛇缠杖是现代医学的标志徽记,源自古希腊神话中的医药之神阿斯克勒庇俄斯(Aesclepius).
19. 舒备德孙女 Helga Landau 博士提供其祖父的文字及所拍照片,及《行名书》(Address-Buch des Deutschen Kautschou Gebiets) 1905-1906、1906-1907、1907-1908、1908-1909。
20. 中文行名参见《行名书》。
21. 同9
22. 汉斯·马丁·辛茨(Hans-Martin Hinz)、克里斯托夫·林德(Christoph Lind)《青



日据时期的广西路,左侧三建筑为广西路33号(图片来源:google)。



广西路33号南立面测绘图(图片来源:袁宾久《青岛德式老建筑》P.173)



德租时期,赓寿药行的中、德文广告(图片来源:谋乐《青岛全书》附录资料;及汉斯·马丁·辛茨、克里斯托夫·林德《青岛:德国殖民历史之中国篇1897-1914》封三)。

岛:德国殖民历史之中国篇1897-1914》青岛出版社2011封三。
23. Pharmazeutische Zeitung 83. Jahrgang, Nr. 8 1947 P.185.
24. 根据文史学者孙建铭先生的研究成果,及《青岛银行会社要览》(青岛日本商工会议所昭和十六年版)P.109,同时合资会社成立于1913年,主营船舶运输、矿山,兼营保险代理业务。
25. 同9
26. 德租时期为海因里希亲王大街130号,后改为27号,今为33号。

我眼中的“红房子” 创新创意设计大赛

招募令

“以人为本”的参与式发展是文化遗产得以持续和传承的核心。通过参与式规划,能强化人们对遗产的认知和价值认同。

青岛青饮文化传媒公司、青岛市老字号企业协会即将启动“我眼中的‘红房子’”活动,重金悬赏,邀您一起参与青岛老字号博物馆(红房子)的创意设计,共同守护我们的精神遗产。

您可以围绕以下内容提出您的创意设计“金点子”:

- 红房子“红”在哪里?
- 红房子应该怎么“红”?
- 红房子应该给游客留下怎样的人生难忘回忆?
- 您认为的青岛老字号博物馆(红房子)的运营模式应该是什么?



请及时关注青岛市老字号企业协会及媒体发布的活动详情。

活动垂询: 0532-85710939 电子邮箱: qdlaozihao@163.com

我想·我等·我期待

您的参与

是红房子最美丽的意外



青岛饮料集团祝贺
“2018中国饮料产业春季高峰论坛系列会议”
在青岛隆重召开

新政策·新标准·新原料·新工艺·新技术·新产品·新口味
新包装·新功能·新理念·新趋势·新消费·新责任

饮领健康 营养未来

聚力·纳新·成长

包装饮用水·袋装饮用水
功能饮料·固体饮料
茶·咖啡·植物饮料
谷物饮料·果蔬汁

健康中国 规划在前：

促进企业与全民健康的融合、促进营养健康与产业发展和消费升级的融合。

三减三健 科学推进：

增加低糖、无糖产品，提供小包装产品；在标签上清晰标注产品的卡路里信息。

营养多元 技术创新：

积极开发营养多元产品，针对如水果、蔬菜、茶叶、五谷杂粮、果仁、植物提取物等不同食物资源中有益健康的成分，提高研究和加工水平。

健康为上 责任营销：

引导和推广“合理选择 健康快乐”的饮料消费理念。针对不同人群的健康需求做好消费引导。

促进全民健康素养的提升：

开展消费者教育，普及营养健康知识，提高公众健康和营养素质。

积极推广全民健康生活方式行动：

倡导企业推行“吃动平衡”的健康理念。

做食品安全典范：

倡导饮料企业完善食品安全和品质管理体系，提升产品安全质量水平。

新时代 · 新百年
NEW

