

广能物产公司 物业（餐饮）经营质效显著提升

本报讯（通讯员 谢燕飞）面对复杂多变的市场经济形势与内部业务收缩的双重挑战，广能物产公司坚定发展信心、激活增长动能，通过优化服务、深挖潜力、精简用工三大举措，推动物业（餐饮）经营质效显著提升。2025 年 1—8 月，该业务板块营业收入达 263.86 万元，超进度目标 68.53 万元，为全年目标实现奠定坚实基础。

从“被动响应”到“主动赋能”。公司聚焦客户核心诉求，推动后勤服务实现“四心”升级。解“停车难”，针对广能公司办公楼车位紧张问题，制定专项停车管理办法，对 14 个车库、10 个室内车位重新分配并挂牌编号，实现车辆规范有序停放，彻底扭转“抢位”现象。除“安全隐患”：对办公楼后山边坡杂树进行清理，修复加固开裂垮塌区域，疏通排水沟渠，同步优化日常巡检机制，将安全风险消除在萌芽状态。办公环境舒适度与安全性双提升。强“定制化”：结合广能总医院医疗环境特殊性，量身定制后勤服务方案，严格落实“日管控、周排查、月调度”制度。今年以来，组建督查小组开展后勤服务质量抽查 16 次、客户满意度调查 8 次，服务响应速度与质量获客户高度认可。

从“成本管控”到“价值增长”。秉持“每一分成本都可控，每一分利润都要争”的理念，公司从“降本”与“增收”双向发力，激活业务增长新引擎。

重新核算广能公司办公楼物业用工成本，与第三方物业公司洽谈劳务外包合同，在保证服务质量不下降的前提下，年减少外包费用 6 万元；优化公共区域照明方案，更换低功率灯泡、按季节调整开关灯时间，并增加巡查频次，1—8 月用电较同期减少 5.355 万度，用电成本降幅达 21.52%。针对职工食堂经营困境，结合市场形势与实际就餐人数，取消自主经营管理模式，改为“经营承包+公司监管”模式，实现从“亏损”到“盈利”的转变；升级广能总医院、家属院停车道闸系统，在办公楼院内及家属院规划 100 个标准车位、划定禁停区域，既解决“停车拥挤”“门口堵车”问题，又为公司新增创收渠道，实现“管理提效”与“效益增收”双赢。

从“人员冗余”到“人岗适配”。推行“一岗多能”。面对后勤服务业务扩容、服务区域分散、人手紧缺的情况，调整物业（餐饮）事业部岗位职责，推行“岗位兼任代”制度，要求管理人员“身兼两职”——既做统筹协调的“管理员”，也做一线服务的“服务员”，单岗效能显著提升。做“减法升级”：物业、餐饮业务板块整合后，通过岗位合并、取能优化，精简冗余岗位，管理人员由 4 人缩减至 2 人，实现劳动用工结构更合理、人员效率更高，推动物业（餐饮）业务从“规模运营”向“价值重塑”转型。

白云边酒业 金秋投料启新程 质量强基促发展

本报讯 金秋九月，粮香满园。湖北白云边酒业公司酿造生态园运粮车辆往来穿梭，车间内焖粮蒸粮摊凉工段忙碌有序，白云边 2026 酿造年度大投料火热进行。

2026 白云边投料季恰逢第 48 个全国“质量月”。白云边公司紧扣“数智驱动、筑基强链、创新质量生态”全国质量月主题，以“树信心、守质量，助力‘双百’建百年企业、树百年品牌”愿景实现“为企业质量月活动主题，多维度、多层次开展质量提升实践。公司以争创“长江质量奖”为抓手，通过系统培训，拓宽全员质量视野，提升全员质量素养，将优秀质量文化融入日常工作。公司启动质量、HACCP、环境三体系内审，全面“体检”，确保质量管理体系持续合规有效运行。

新一酿造年度，白云边酿造系统进一步淡化“以产量论英雄”的传统观念，从“完成任务”转向“高质量生产”，从“经验管理”转向“科学管理”，更加注重过程质量控制和工艺参数精准落实，不断提升原酒品质，以口感赢口碑，以质量争市场。

“好酒源自酿造，精品始于投料。”在白云边大投料生产中，白云边人坚信“工到极致酒自香”，锚定品质，鼓足干劲，追求极致，以规范化、精细化、精准化操作，扣好酿造生产“第一粒纽扣”，以匠心精工酿传世兼香。

（王小波 冉雷）

第五届郎酒庄园会员节举行 三个关键词解码郎酒的“新航道”

■ 黄晓芸

9 月 8 日，第五届郎酒庄园会员节在位于四川省泸州市古蔺县的郎酒庄园启幕。这场以会员为核心的年度盛会，不仅是郎酒对会员的温情回馈，也是观察其在白酒行业深度变革中开辟“新航道”的窗口。活动现场，“品质”“服务”“破圈”是被嘉宾们反复提及的热词，它们既是郎酒坚守初心、深耕当下的注册，更是其锚定未来、驶向更广阔发展空间的坐标。

品质：追求极致筑牢根基

“我们追求极致三品，矢志酿好酒，这是郎酒对消费者、对会员的敬畏，对白酒行业的敬畏，对中国白酒文明的敬畏。”郎酒集团董事长汪俊林在会员节主题演讲中说。这里的“三品”，即郎酒“三品战略”所指的品质、品牌与品味，而品质正是企业走向世界的“通行证”。

为筑牢品质根基，郎酒聚焦“粮—曲—一酿—贮—勾调”全价值链，深耕米红粮、小麦基地建设，加大传统工艺科研投入，从源头把控品质。其编制的《郎酒酱香产品企业内控准则》是行业首份企业内控标准，为品质立下严苛标杆。

科技赋能让品质升级如虎添翼。2019 年成立的郎酒品质研究院，不仅发布了上述内控标准，还建成覆盖“原料到产品”的世界级科研综合体。数百人研发团队依托高精尖设备与国际标准实验体系攻坚品质难题。AI、大数据等技术的引入，实现了从粮食生产到包装上市全流程的可视化、自动化、智能化管控。

自然条件为品质锦上添花。郎酒拥有赤水河左岸 49 公里河谷的 6 大生态酿酒区和立体河谷酿造环境，以及天宝洞、地宝洞、仁和洞组成的世界最大天然酒库。依托这些优势，郎酒通过庄园建设打造“生长养藏”酿贮体系，遵循“年份越长品质越优”定律，持续提升酱酒产贮规模。

“确保基酒年份、品质做到极致，作为一



家白酒企业、一个品牌，这是我们的根。”活动中，郎酒股份总经理汪博炜表示。

服务：深化运营赢得先机

在行业竞争激烈的当下，如何突破同质化困局，构建独具辨识度的产品销售与服务模式？新的可持续的价值增长动能又在何处？对此，郎酒给出的答案是从传统的渠道驱动模式，向深度的用户运营转型。

多年来，郎酒不断完善会员服务体系，致力于为会员打造专属、极致的服务体验，构建与会员之间的紧密价值共同体。

在第五届郎酒庄园会员节上，郎酒集团发布了为会员打造的专属献礼之作——郎酒庄园·会员尊享酒，彰显了对会员的专属礼遇。为感谢会员的长期支持与陪伴，活动现场为 9 位品牌顾问代表、7 位黑金卡会员代表以及 15 位自 2018 年起连续 8 年陪伴的会员代表颁发了特别礼赠。这一举措不仅是对会员忠诚度的认可，更强化了会员与品牌之间的情感连接。

同时，北京大学国家发展研究院教授张

维迎，中国石油化工集团原董事长傅成玉，哥伦比亚大学商学院博士、长江商学院市场营销学副教授李洋分别展开主题分享，输出前瞻洞见，赋能会员发展。

郎酒会员服务体系的进化不止于此。四年前，郎酒升级成立郎酒庄园会员中心、创办郎酒庄园会员节，初心便是“客户第一，唯客是尊”，为会员构建一个交流、互动、共生的价值平台。四年来，郎酒集团通过与长江商学院等国内商学院合作，参与或举办世界互联网大会、中国上市公司高峰论坛等盛事，扩大在企业家、创业家群体中的影响力，吸引更多加入会员体系。

此外，郎酒还围绕陶瓷艺术、文学、高尔夫等构建起多个圈层板块，满足会员对理想生活的不同想象。会员的亲临体验和口口相传，让“唯客是尊”的理念深入人心，也使郎酒的消费者基础更加宽广扎实。

破圈：酒庄为桥对话世界

酒庄是世界美酒的通用语言，郎酒以郎酒庄园为载体，积极开展国际合作，推动中国

白酒走向世界，实现了品牌的国际化破圈。

在本届会员节上，汪博炜与奔富中国区总经理吴明峰签约启动“郎酒 & 奔富世界酒庄联盟”，并重磅发布红运郎×奔富 BIN707(联名款)礼盒。郎酒庄园作为独特的中国白酒酒庄，与奔富的玛格罗庄园携手，将为消费者带来更多不一样的体验，是中外酒庄的双向奔赴。

汪博炜表示，此次郎酒与奔富的合作，基于服务美好生活的共同愿景，基于长期主义、品质主义、消费者主义的共同价值观，未来双方将继续探索更多合作，为全世界美酒爱好者共创更多价值。

郎酒正以酒庄为窗口和名片，让更多中国酒庄被世界看见与关注。郎酒庄园作为中国白酒文化体验地，集度假酒店、山谷光影秀、品酒中心、观光景点、品质研究院等软硬件设施于一体，在传播庄园酱酒的品牌故事、品质故事、传承故事、技艺故事和文化故事中，持续焕新中国白酒及酒庄的价值表达。庄园全年向会员开放，让消费者能沉浸式体验生产工艺并进行全方位监督，建立了品牌与消费者之间的信任。同时，庄园酱酒的独特产品设定和“品质、品牌、品味”更容易走进消费者心中，庄园的规模和实力以及赤水河左岸的“产区”概念也开始走向世界，为郎酒深入全球烈酒市场提供了产区支撑。

如今，郎酒庄园每年吸引了超 20 万人次前来体验和感受，成为展示郎酒魅力、讲述郎酒故事的窗口，也成为中国白酒面向未来、走向世界的又一起点。

从坚守品质底线到重构用户价值，从深耕本土市场到对话全球舞台，郎酒以“品质、服务、破圈”三重维度，勾勒出传统白酒品牌向现代化、国际化跃迁的清晰轨迹。这是郎酒的“新航道”，也为中国白酒行业的转型升级提供一份可借鉴的样本——以守正为本，以创新为帆，驶向更广阔的未来。（转自新华网）

▶▶▶ [紧接 P1]

“能量石”玩转“七十二变” ——皖北煤电加速发展新材料产业纪实

玄武岩加工厂占地 82.7 亩，投用 1 条年产 200 万吨玄武岩高料生产线与 1 条年产 200 万吨玄武岩普料生产线，为后续规模化生产筑牢根基。

基建工程稳步推进，巢东矿业每年 30 万立方米技改扩建项目正处于施工阶段，项目规划 4 个采区，目前一采区基建施工有序开展，计划 2026 年 6 月 30 日前全面完工。

围绕“矿、园、廊、港”四位一体布局，皖北煤电集团正全力打造凹凸棒基新材料产业集聚区。在矿山基地建设上，严格遵循“智能化、绿色化、高效化”目标，引入先进开采技术与智能化管理系统，打造生态效益与生产效能兼具的标杆基地，目标实现年开采凹凸棒 30 万立方米、玄武岩 800 万吨。

加工厂技改工作同步推进，玄武岩生产线全面收尘系统改造升级计划 2026 年 4 月 30 日完成；现有每年 3 万吨低粘凹凸棒生产线局部改造项目，将实现每年 3 万吨吸附级粉体产能，计划于今年 11 月底竣工。

矿产品深加工园区建设聚焦高附加值转型，围绕凹凸棒资源布局胶体级通用粉体、分子筛、增稠悬浮剂、抗盐粘土等精深加工生产线，推动矿产资源从“初级加工”向“高端制造”跨越；同时配套建设高档玄武岩骨料加工生产线，形成多品类协同发展格局，实现“资源优势”向“产品优势”的转化。

▶▶▶ [上接 P1]

打造有世界影响力的企业和赛事 ——专家企业家热议体育产业“新部署”

“多部门联动，多业态融合，正与体育产业的特质相吻合。”北京关键之道体育咨询公司创始人张庆说。

同欣体育专注于塑胶跑道等合成运动面层生产，公司副总裁陈晨最有感触的内容是“将符合条件的体育场馆设备纳入大规模设备更新支持范围”“中央预算内投资、地方政府专项债券、彩票公益金等支持符合条件的体育场地设施建设”“出台国家步道体系建设总体方案”，这些对场馆建设相关行业“都是好消息”。

王兆红则对拓展体育消费场景的内容印象深刻：“利用工业厂房等打造运动空间，充分挖掘城市‘金角银边’资源，配建群众身边‘小而美’的全民健身场地设施。这是以城市更新和功能融合的视角，将体育设施嵌入城市肌理，具备可行性和创造性。”

“数字人民币体育消费红包”“跟着微短剧

去运动”“数据要素×体育”……《意见》中许多新提法颇为吸睛，创意表达中藏着创新举措。

以数字人民币红包为例，王兆红认为这是国家政策层面将体育消费与金融科技前沿工具紧密结合，“不仅促消费，也能试点和推广数字人民币应用场景，实现双政策目标的协同”。

不少业内人士还表示，期待各相关部门继续出台相应细则，让政策切实落地。

“政策鼓励新业态、新模式，让我们更有底气继续探索和投资。”云南行知探索体育文旅产业有限公司副总经理马麟说，“也希望配套实施细则尽快出台，资源支持更加具体，建立多部门协同机制，推动人才体系建设，让好政策真正接得住。”

针对痛点补短板

“前瞻性”与“聚焦痛点”，是许多从业者

对《意见》的直接观感。

“文件直面体育消费市场的痛点和关键点，用看得见的手来引领市场发展。”张庆说。

《意见》中提到，“鼓励各地将办赛服务纳入‘高效办成一件事’重点事项清单”“推动道路、水域等公共资源进一步向体育赛事活动开放”“持续推进公共体育场馆市场化运营”“落实数据基础制度，完善体育领域数据产权归属认定、市场交易、权益分配、利益保护等具体规则”等，许多细节引发行业热议。

王裕雄关注到企业融资问题：“中国体育产业还在初级阶段，有大量中小微企业，有形固定资产少，抵押物少。针对此现状，《意见》特别提到知识产权质押贷款。此外，户外、冰雪产业中一些运动设施初期投资大、回报周期长，但很多设施运营已经有了稳定的收入现金流，通过资产证券化，有望解决这些企业的融资难题。”

小微企业代表、丽江纳山行体育旅游发

展有限公司副总经理刘志新表示，长期以来，户外运动从业者的一大痛点是公共资源使用的高门槛。“办一场山地徒步赛，需协调林业、公安、交通等多部门审批，周期较长。《意见》提到简化审批程序，能显著降低合规成本、大幅提升运营效率。”

不少人提到职业赛事需要补强。王裕雄说，当前赛事亮点更多体现在“苏超”“村超”等民间赛事活动中，中超、CBA 等本土职业体育赛事的潜力还有待挖掘，因此《意见》也提到提高职业赛事发展水平。

张庆关注到，《意见》对培育有世界影响力的赛事有明确的方向性指引，包括强调原创赛事 IP 的打造。”他认为，体育消费市场的核心引擎是赛事，尤其是职业联赛。“它可以拉动上下游诸如场地建设运营、体育培训、体育用品装备制造等多种业态，我国职业体育应着力做大做强，才能更好发挥头部拉动作用。”