福建东山澳角村做足“海”文章 “五海”产业协同发展

■ 中新社记者 张金川

金秋时节,澳角村迎来丰收季节。出海捕鱼的船只陆续满载而归,村民们忙活着在澳角村码头卸货。

“以海兴村、以海强村”的澳角村坐落于福建省漳州市东山县东南部,三面环海,海岸线长达10公里,被誉为“行走在大海上的村庄”。澳角村党委书记、村委会主任林华忠近日接受中新社记者采访时称,靠海吃海、澳角村做足“海”文章。

“村里积极谋划,引进多条海产品精深加工生产线,推动加工企业集群发展,提升海产品附加值。”林华忠说,鼓励村民们直播带货,现在各类海产品通过互联网平台“游”上全国各地的餐桌。

早年,澳角村的渔业发展也曾面临许多困难。例如,在20世纪90年代之前,村里没有渔港,大船无法靠岸,渔获难以保鲜,出海捕捞的范围也受到限制,渔民只能依靠小规模的“讨小海”维持生计。

“经过我们不懈努力,过去开木质渔船的,现在开钢质渔船;过去只能在近海捕捞的,现在可以远海捕捞。”林华忠表示,如今,澳角村立足“内山外海”资源优势,打响“天涯澳角”旅游品牌,完善大厝酒店、“渔获满舱”宿等旅游配套设施,发展渔家乐、海上体验游项目,带动村民吃上旅游饭、赚上电商钱。

据介绍,现在越来越多的年轻人选择回到澳角村创业或就业。全村共拥有86艘大马力钢质渔船、水产品加工企业38家、民宿41家、海鲜电商117家,仅海鲜电商就带动全村600多人就业,2024年电商销售额超3.5亿元(人民币,下同),村里民宿及渔家乐大排档成为游客热门打卡点。

退役军人林湖斌是土生土长的澳角村村民。2005年,他退役后从经营传统的海鲜鲍鱼生意起步,深耕商海。去年,他创办了四岭民宿,开启了“电商+海景民宿”的综合经营模式。

“三年前,我们开始尝试在直播平台销售海产品,今年前八个月直播团队销售额约500万元、民宿营业额超120万元。”林湖斌说。

● 9月12日,出海捕鱼的船只陆续满载而归,福建省东山县澳角村村民们忙活着在码头卸货。 中新社记者 张斌 摄

数据显示,2024年澳角村社会总产值17.5亿元,村集体收入达到248万元,年接待游客超20万人次,农民人均可支配收入达到6万元。

“澳角村的碧海蓝天、淳朴民风和美丽风景,让我们动了心。”鑫岭海民宿经营者刘云星说,他是新疆人,之所以到澳角村投资,源于一场偶然的旅行。

“6年前到东山旅游给我留下了深刻印象。去年,我与当地村民合伙开办了这家民宿。”刘云星回忆道。如今,他们夫妻俩经营民宿的同时,还把澳角村的海产品推介到新疆。

由东山文旅集团负责运营的“渔获满舱”馆位于澳角村码头,已于日前对外开放。“渔获满舱”馆工作人员称,“渔获满舱”不仅是澳角村五大主导产业的生动缩影,还是他们做好“海”的文章、推动文旅融合的实践与探索。

林华忠表示,未来将推动海洋捕捞、海水养殖、海产品加工、海景民宿、海鲜电商“五海”协同发展,实现传统渔业“触网升级”。

(转自中新网)

东西协作华人协同 无锡电动车走出国门

■ 刘洋

“有了中转仓,无锡电动车从工厂到中亚街头,预计船吨位以前快3到5天,物流成本也将降低15%。”江苏省无锡市锡山区电动车对外贸易协会秘书长沈瑜接受中新社采访时说。

近日,“克州—无锡电动车中亚贸易中转仓”在新疆克孜勒苏柯尔克孜自治州(简称“克州”)揭牌,无锡锡山电动车新疆大区销售中心同步签约。沈瑜作为无锡电动车企业代表见证这一时刻。

克州是南疆向西开放的重要门户,拥有紧邻中亚的区位优势与丰富的矿产资源。沈瑜表示,中转仓集结报关、仓储、物流和“一站式”通关服务,既大幅提升无锡电动车出海的供应链效率,又带动克州当地仓储、物流等产业发展,创造不少就业岗位,实现产业出海与地方发展的双向赋益。

如今,无锡锡山已有10家出口规模超1000万美元的电动车企业。2025年上半年,该区两轮电动车出口额达3.5亿美元,同比增长31.9%。回顾近年来无锡电动车集群产业的出海历程,“协作闯市场”是其鲜明特色。锡山区作为全国电动车产业重地,在2022年成立电动车对外贸易协会,组织企业到世界各地参展会、探市场,让企业告别“单打独斗”。

针对整车出海关税高、电动车生产标准合规性、市场需求差异等问题,协会与海外多个华人商会合作探索出海产业链布局,在美国、西班牙、荷兰、乌兹别克斯坦等国通过租用海外仓、建设销售门店的方式,为电动车出口提供支持。海外华人商会同时帮助企业与当地政府开展沟通对接工作,应对不同出口和生产合规标准。

产品“对味”是出海之根本。沈瑜举例道,欧洲人偏好休闲运动骑行,东南亚国家路况复杂、非洲国家载货需求多,为此雅迪在海外设研发中心,推进定制化研发,推出电动摩托车、电动三轮车等产品。台铃、伊曼诺等企业也紧跟需求,不断研发更新储能电池,让产品更贴合出口国家的用车场景。多个锡山区电动车企业在越南、印度尼西亚、新加坡等地建设生产基地,加速实现本地化、定制化生产。

“对海外客户来讲,中国产电动车维护是影响其购买的重要因素之一。目前,我们正建立售后服务网络,以期在偏远山村也能做好售后服务,这是拓展客源、留住客户的关键一步。”沈瑜补充道。

从产品出口到品牌出海,再到海外产业链布局,锡山电动车产业历经不断探索。依托“跨境电商+产业带”模式,锡山区电动车企业不仅在海外布局实体门店,还在亚马逊、海外版抖音等线上平台营销,拓展中转电动车知名度。未来,各企业也将在海外线下门店提供产品体验、维修保养、充电换电等服务,并拓展二手车交易领域,实现从“卖产品”到“做生态”的跨越,持续“圈粉”海外市场。

(转自中新网)

逾560家德企聚太仓 水乡化身“德企之乡”

■ 中新社记者 邓敏 谷华

“今年是舍弗勒(中国)有限公司进入中国30周年,我们收到太仓供电局提供的一份热力图谱,显示舍弗勒从1995年到现在供电量增加60倍,让我们非常感动。”该公司企业传播与市场部总监李佑美近日受访时说。

李佑美所说的江苏太仓,不仅是中国的重要港口和商埠,在德国亦有相当知名度。在过去的32年里,太仓吸引了560余家德国企业入驻,总投资超60亿美元。德国十大机床企业中有6家、20强家族企业中有8家都落户太仓。

舍弗勒集团就是德国十大家族企业之一,也是全球第二大滚动轴承制造商和全球知名汽车零部件供应商。自1995年在太仓落户以来,舍弗勒已在中国设立6大研发中心、17座工厂、拥有员工近2万名,2024年中国区营收约34.9亿欧元。

为什么这么多德企会选择太仓?沿江临沪、通江达海是太仓的区位优势,从这里乘坐高铁到上海仅20多分钟,太仓港集装箱吞吐量2024年超800万标箱,连续16年居长江第一。

开放的营商环境也是吸引德企的重要因素。李佑美用“无事不扰,有求必应”来评价当地政府。舍弗勒太仓制造基地五厂厂长楼峻峰举例说,“2022年和2023年,我们持续实现了两个新的厂房落地,都离不开政府的大力支持和协调。”

“太仓有不少公交站点以德国企业名字命名。”中德(太仓)中小企业合作示范区管理办公室副主任张罗银说,“克恩-里伯斯”是第一家在太仓落户的德企。从“克恩-里伯斯”公交站出发,4公里范围内聚集了40多家外资企业,坐103路公交车,几乎能把新能源汽车的电驱系统配齐。

在太仓中德合作展示中心的墙上有这样一句话,“一辆整车70%的零部件都能在太仓找到供应商。”它道出了吸引诸多德企落户的另一大因素:产业链完备。“我们整个供应链的上下游都在太仓附近。”李佑美说。

双元制教育体系是德国百年工匠精神的传承,以企业作为“一元”、学校作为另“一元”共同合作培养技能人才。太仓在2001年全国首创引入双元制职业教育,建立了从中专到研究院的完整职业培训体系,培养了1万多名管理人才和专技人才,成为太仓中德合作的“压舱石”。

太仓还在持续打造德企服务生态。“我们在德国留学生创业园设有外籍人士服务中心,外籍人士来太仓后申请Hi Taicang卡,可以享受公交出行、网络支付等各方面的便利化服务。”张罗银说。

据介绍,太仓已连续20年举办啤酒节,还打造了罗腾堡德国风情街。张罗银说:“我们也引入了德国拜仁慕尼黑足球俱乐部,建立了足球学校、球迷俱乐部体验馆,还跟德甲签约合作,未来会举办一系列中德足球交流赛。希望德国朋友、外国朋友来到太仓能够有宾至如归的感觉。”

(转自中新网)

致敬淡雅品质 封藏岁月佳酿

——河套酒业以秋酿大典续写发展初心

■ 张宏

2025年9月12日,主题为“秋藏万象·淡雅流香——河套酒业2025秋酿大典”的大型祭祖封藏仪式圆满礼成。

河套酿酒人同600多位嘉宾相聚河套酒业巴彦淖尔:陕坝总厂,祭拜酒祖仪狄,封藏岁月佳酿,感恩先贤,共话发展。

充满仪式感的秋酿大典是河套酒业对白酒酿造技艺的传承、对白酒品质的敬畏,更展现了新一代河套人坚定自信、守业创新的发展初心。

秋收 秋酿 秋藏 天时相约的酿造之美

秋收谷满仓,化身酒之骨;秋酿酒流香,共赴天时约;秋藏岁月情,万象待其中:秋时祭先贤,淡雅水流芳。

这是一次美酒与秋天的约会。2025河套酒业秋酿大典不只是一场精美绝伦的盛典,还是一粒粮食到一滴美酒的悟道之旅和浪漫相约,更是属于河套酒业的酿造美学。

内蒙古巴彦淖尔市地处北温带地区,这里几乎是严格按照24节气进行四季轮换的地区,四季分明,地广粮丰,春种秋收的粮食轮作习惯,夏时压窖、秋时酿酒的传统酿酒技艺在这里传承。在温度相对较高的夏季,酿酒主粮在曲料的作用下,微生物慢慢富集,历时140天让上压窖发酵,藏在粮食中的美酒因子得到充分释放,形成秋酿好酒。对比日常蒸馏酒,秋酿酒体的酯类物质更加丰富,口感更加绵柔,是更适合封坛贮存的好酒。而秋酿好酒入缸之时,也是新一季好粮入窖之季,全新酿酒周期再次开启,一粒粮食和一滴美酒就这样完成了相约和转化,这是独属于河套酒业的酿造技艺。

内蒙古河套酒业集团历经73年发展,创新研发了北派淡雅浓香工艺,延续着传统大曲清香酿艺,打造了多加口碑极佳的产品。庆典期间,由创立于1850年的永记酒坊酿制的55%vol浓香型白酒,以及始创于1928年的隆记缸房推出53%vol清香型白酒以小坛三斤装进行封装,得到了与会嘉宾的踊跃订购和一致好评。

匠人 匠心 匠艺 砥砺前行的河套初心

2025年,随着白酒消费的本质回归和白酒产业的文化重塑,地方名酒的区域特色优势、地方文化价值聚焦优势凸显。以窖事长严伟、总经理张敏为代表的新一代河套酒业人重聚河套优势,以品质铸魂,以新质生产力助推企业发展,扩大纯粮固态发酵产能,提升储酒条件,让“北方第一窖”的产能优势和品质优势进一步释放。同时以创新为基,深化“3主两副”品牌战略和“1+2+2”产品战略,让河套王、河套老窖、金鹰哈达等品牌的消费者辨识度、市场认可度进一步提升。

河套酒业集团党委副书记、总经理张敏先生代表企业发表主旨演讲,他从多个方面梳理了河套酒业的发展积淀,传递了河套酒业的发展自信和砥砺前行的使命初心。品质方面,河套酒业将始终以守护传统酿造技艺为己任,筑牢品质根基,生产出更多品质更好、更受消费者欢迎的酒类产品。营销方面,河套酒业将持续扩大省内外市场、纵向深耕,以“逆水行舟,不进则退”的紧迫感,紧跟趋势、稳健前行。文化传承和消费者互动方面,河套酒业将深化文旅融合,弘扬地方餐酒文化,履行更多社会责任,以弘扬新时代酒文化为使命,努力实现企业经济效益和社会效益的双重提升。

巴彦淖尔市杭锦后旗旗委旗政府对河套酒业的发展给予充分肯定。杭锦后旗人大常委会主任王开俊表示河套酒业作为杭锦后旗的工业明珠,代表了河套地区3500年的酿酒历史。河套酒业的秋酿大典,是“天时、地利、人和”的完美相逢,它将“春种一粒粟”的辛劳,融入了“秋收万颗子”的丰饶,最终化作了“莫使金樽空对月”的满怀豪情。

此次秋酿大典除了河套酒业的核心合作伙伴,还有来自内蒙古巴彦淖尔地区的部分规模企业代表恭敬出席,他们走进河套,带着合作的诚意,感受秋酿魅力,封存情谊,以本土情怀助力本土酒企发展。这是河套酒业彰显本土特色优势的见证,更是“一方水土、一方人文、一方消费、一方美酒”的完美结合。

在白酒行业大浪淘沙的当下,河套酒业审时度势,把北方名酒的代表优势、黄河名酒带的区域优势、地方龙头企业的发展优势进行充分挖掘、凝聚共识和认同,以一场秋酿大典同与会嘉宾实现情感升华、情怀蹉跎和情谊汇聚,形成共鸣。河套酒业秋酿大典将河套人的情怀理念、匠心传承、技艺之美、服务之心做了完美呈现,与会嘉宾充分感受到了河套酒业的面对市场变化的自信和笃定。

三千年风香触手可及 西北首家西风酒文化体验馆走红西安

■ 罗玉婷

今年6月,西安科技二路华鼎名酒广场迎来一位重量级“新成员”——西北首家西风酒文化体验馆。落成近3个月,西风酒文化体验馆以“文化+场景+餐饮”的新体验,迅速成为陕西美酒爱好者的新打卡地。

不少消费者发现,这座体验馆与传统的酒类展示中心截然不同,在700多平方米的空间内,数字化大屏与千年酒海相映成趣,茶香与酒韵奇妙交融。彻底打破了传统酒类展馆的静态展示模式,而是构建了一个集数字化展陈、互动体验、多元场景与特色餐饮于一体的沉浸式文化空间。

华鼎酒业凭借多年运营高端酒类品牌的经验,成功打造了集品牌历史展示、地域文化融合、圈层消费培育于一体的成熟运营范式。西风酒文化体验馆是华鼎在营造品牌道场方面的一次创新尝试,再次向行业展示了华鼎酒业的专业度与领先性。

千年传承,沉浸体验风香魅力

“这不是一家普通的品牌展示馆,而是一座能够让人沉浸式体验3000年风香文化的魅力空间。”华鼎酒业相关负责人介绍。

推开西风酒文化体验馆的大门,浓郁酒香便扑鼻而来。700多平方米的展厅里,最显眼的位置摆放着一个两人高的藤编大缸。这可不是普通的大缸,而是西风酒传承了600多年的“酒海”,是一件名副其实“活着”的文物,也是西风酒悠久历史的见证者。

西风酒起源于公元1368年的明朝晚期,与中华文明演进相伴相生。从周礼祭祀用酒到秦酒陈名,从唐宋风雅至明清远销海外,西风酒始终见证着历史变迁,传承着酒文化精髓。

作为中国四大名酒之一,西风酒是陕西的自然环境与人文历史共同创造出文化瑰宝。其独特的风香型风格“醇香典雅、甘润甚爽”被誉为“酒中风凰”,酿造技艺更入选国家级非物质文化遗产。

体验馆通过数字化大屏技术将西风酒的历史长河“活化”为可互动的叙事场景。馆内陈列着青铜器雷纹物、动态演绎各朝代文献记载、还原非遗酿造技艺流程,取代了传统展板的静态陈列。

消费者可以通过大屏互动观赏青铜器精美的花纹,可以站在酒海旁感受西风酒的“呼吸”,模型展示则能让他们“穿越”至明清酒坊,沉浸式感受古法储酒的智慧。

体验馆核心区域设置了开放式品鉴台,从老绿瓶的经典激例,到红西风的陈香藏仰,再到天启西风酒的独特鉴香,每一款酒都搭配专属风味介绍。特别设置的“香型品鉴”装置,让消费者能够切身感受风香型的独特魅力。

二楼精心打造的“风香茶馆”,将茗茶文化与西风酒创新结合,为都市人群提供兼具文化质感与社交属性的第三空间。茯茶和西风酒的组合特饮,既有茶的清香又有酒的醇厚,成为年轻人的新宠。同时设立的了主题餐饮包厢,以“西风酒三千年文化”为设计灵感,提供融合西风酒元素的创意菜品,让餐饮体验成为酒文化的延伸。

文化赋能,助推西风全国化进程

近年来,西风酒以名酒复兴、品牌价值回归为目标,通过全国化布局,有序推进品牌价值提升和全国化建设。2023年,西风酒集团销售额首次突破100亿元,品牌迈入发展新阶段。

当西风酒站上品牌新起点之际,正需要深度文化传播的时候,身为陕西酒商领军企业,华鼎义不容辞,筹建全国第一家西风酒文化体验馆,让3000年风香文化以可感知的方式具象化。

华鼎酒业作为西风酒的重要合作伙伴,不仅合作开发了天启西风酒等高端产品,还通过建设文化体验馆,进一步丰富了西风酒的文化传播渠道。

体验馆所在的华鼎名酒广场,本就是华鼎酒业精心打造的高端酒类文化地标性场所。目前这里已成功运营贵州茅台酒、茅台酒香酒、五粮液等品牌专卖店和体验中心,形成了集品牌历史展示、地域文化融合、圈层消费培育于一体的成熟运营范式。西风酒文化体验馆的加入,进一步丰富了广场的酒文化内涵,也为消费者提供了更加多元化、个性化的酒文化体验。

行业观察人士指出,在酒业竞争日益激烈的当下,文化传播成为品牌差异化竞争的关键。华鼎酒业牵不仅体现了其对西风酒品牌文化的深刻理解,更展现了其作为区域大商的前瞻性和创新力。

华鼎酒业以现代体验美学为笔,以三千年西风文化为墨,书写出传统与现代交融的时代新篇。体验馆通过数字化技术让文物“活”起来,通过场景化设计让历史“走”出来,通过餐酒融合让文化“品”得来,真正实现了文化遗产的活态传承。

通过沉浸式、互动式的文化体验,消费者能够更加直观地了解西风酒的酿造工艺和历史传承,从而增强对品牌的认同感和忠诚度,这对西风酒的全国化布局和品牌价值提升具有重要意义。

作为西风酒全国化进程中的重要文化阵地,首家文化体验馆将成为连接陕西与全国、传统与现代的文化桥梁。它既是对西风酒3000年酿造历史的致敬,也是对风香型白酒未来发展的展望:既是华鼎酒业作为陕西大商的责任担当,也是中国酒类流通行业创新发展的积极探索。

变更公告
我公司于2025年9月11日在《企业家日报》发布的“崩坡废铜料一批”拍卖公告中,“拍卖时间2025年9月18日上午9:30时”,变更为“拍卖时间2025年9月22日上午9:30”,其他内容不变。
特此公告。
河北忠尚拍卖有限公司

拍卖公告
受委托,我公司定于2025年9月27日上午11时在“淘好拍网(https://www.haopaiwang.net/)”在线拍卖系统对河南某企业废旧设备一批进行公开拍卖(不接受现场竞拍)。2025年9月25日-9月26日在标的所在地进行预展。有意竞买者请持有效证件到我公司指定地点交保证金并办理竞买手续。
公司地址:河北省石家庄市长安区建华北大街28号中恒大厦北塔901室
联系电话:王经理13803341076
河北忠尚拍卖有限公司

拍卖公告
受委托,我公司于2025年9月27日上午10:00时在鑫旺拍网平台(https://www.haopaiwang.net/)在线拍卖系统对河北某大型企业废螺旋焊接钢管一批进行公开拍卖(不接受现场竞拍)。开拍前48小时在标的所在地预展。有意竞买者请持有效证件到我公司指定地点交保证金并办理竞买手续。
公司地址:石家庄市长安区建华北大街中恒大厦北塔901
联系电话:张经理13683327721
河北忠尚拍卖有限公司

拍卖公告
受委托,定于2025年10月3日10:00开始至2025年10月4日10:00结束,在中拍平台(https://paimai.caa123.org.cn)对九成新10电机昂,36辆报废车辆进行公开拍卖[详见中拍平台网页公告]。展示地点:曲靖罗平县罗雄街道西平街版旧物资仓库。展示时间:9月19日至10月3日。有意者请于10月4日14:00前缴纳竞买保证金1万元每项并办理报名手续。
公司地址:云南省曲靖市白石江西路345号
报名咨询:13097466699樊
曲靖飞翔红鹰拍卖有限公司
2025年9月20日

贵州省铜梙县劳动人事争议仲裁委员会公告
贵州泰郎酒业有限公司:
本委受理申请人成荣贵诉你公司劳动报酬纠纷一案,本委通过其他方式未能向你公司送达铜劳人仲通字〔2025〕第434号案出庭应诉的相关文书,本委定于2025年12月2日09:00对本案开庭进行审理。开庭地点:铜梙县海校街道河滨大道铜梙县人力资源和社会保障局二楼审理庭。现依法向你公司公告送达铜劳人仲通字〔2025〕第434号案的开庭通知书、应诉通知书、申请书副本、举证通知书、风险告知书等应诉文书,逾期即视为送达,本委将依法处理。
特此公告。
二〇二五年九月二十日

拍卖公告
受委托,我公司定于2025年09月27日10时至2025年09月28日10时止在淘宝网阿里拍卖徽产强清平台举行溧阳市科苏保电力有限公司6手绿化林木拍卖会。
采用增价式网络拍卖,至少一人报名且出价不低于起拍价,方可成交。具体事宜详见拍卖资料)。自公告之日起至2025年09月27日止在标的物所在地进行咨询、展示和报名,联系电话:17779337685。
江西华众管理咨询有限公司
2025年09月19日

拍卖公告
受委托,我公司定于2025年09月29日10时30分至上饶市信州区锦绣路2号广信大厦A栋3楼举行上饶市广信区望仙乡砂石混合料处置项目。
采用一家报名协议成交;两家以上(含两家)采用有保留价的增价拍卖方式,未达保留价不得成交,具体事宜详见(拍卖资料)。
自公告之日起至2025年9月26日17时止在标的物所在地进行咨询、展示和报名,联系电话:19507033618。
江西嘉德拍卖有限公司
2025年09月19日

▲西安鹏易新型材料有限责任公司遗失公章(编码:6101140070699)、财务章(编码:6101140070700)、法人章(编码:6101140070701),声明作废。
▲西安宇山红新型材料有限公司遗失公章(编码:6101140066601)、财务章(编码:6101140066602)、法人章(编码:6101140066603),声明作废。
▲宝鸡岐黄不夜城商业运营管理有限公司遗失公章(编码:6103230065121)、财务章(编码:6103230065120)、合同章(编码:6103230065118)、法人私章(编码:6103230065117),声明作废。
▲刘明明(身份证号1402142025****0086)遗失陵苗接种证书(绿本),声明作废。
▲镇雄建通建筑劳务有限公司遗失农业银行镇雄县南广路分理处所留的全部印鉴章(公章、财务章、法人章),声明作废。
▲贵州三德健康药业连锁有限公司第十六分店营业执照副本不慎遗失,统一社会信用代码:91522727MABUAC1C64,现声明作废。
▲黑龙江华佗大药房连锁有限公司宾县满井药店遗失药品经营许可证副本,许可证编号:黑CB4516329,声明作废。
▲ZF瑞素宋岩岩遗失当河南省福鼎商贸管理店保公司开具得POS押金收据一份,金额1000元整,声明作废。
登报热线:13810784257

习酒线上线下联动领跑下半年动销势能

■ 郭媛

“中秋夜·喝习酒”早已成为习酒深入人心的品牌标签,每当这一经典IP启动,便意味着中秋的脚步渐近,团圆的氛围渐浓。

始于2015年的“中秋夜·喝习酒”,今年已走进第11个年头,成为深植于广大消费者的生活方式和中秋节的专属仪式感。作为一个触动人心、与消费者高度共鸣的文化符号,这一IP也在不断创新中持续焕发生机。

今年,这一经典IP再升级。线下,习酒将在全国76个城市陆续举办“中秋夜·喝习酒”主题答谢会,并联动线上短视频创作大赛,以多维度、场景化、情感化的营销组合,强化品牌与用户之间的联结,助推旺季动销。

多维触达 为经销商注入“定心丸”

中秋节承载着“千里共婵娟”的家庭眷恋,更蕴含着“家国共团圆”的民族情怀。而“中秋夜·喝习酒”则是习酒带给消费者与经销商的专属节日仪式感。

今年“中秋夜·喝习酒”主要分为两大主战场,时间从9月持续到10月。

第一大主战场是烟酒和餐饮终端网点。9月10日—15日,习酒将在全国76个城市陆续举办“中秋夜·喝习酒”主题答谢会,邀请各市场的烟酒终端网点和餐饮终端网点客户参加,并设有习酒文化专场宣讲、餐饮集道活动宣讲、近期市场销售分享等环节,通过活动赋能市场,有效带动终端动销。通过举办全国范围的主题答谢会,与广大渠道伙伴深化情感连结和价值共创,进一步夯实品牌的市场根基。

为持续营造市场消费氛围,习酒还将持续在目标终端网点开展消费赠饮活动,让消费者更直观地感受习酒的品质与风味。

第二大主战场是线上的“中秋夜·喝习酒”——“光影中秋·团圆中国”贵州习酒2025短视频创作大赛。习酒邀请广大BC端用户一同以镜头为笔,以故事为墨,用短视频记录中秋节的美好瞬间。

此次短视频创作大赛历时近两个月,共设置了传承、叙事、风物、人文、创意五大赛道,面向全国全民征集作品,记录属于中秋的温情时刻。大赛将在抖音和快手平台全面展开,同时在微博、视频号、小红书等平台进行推广,活动上线仅三天,已有众多网络大V参与其中,掀起了一场全民互动的热潮,也让“中秋夜·喝习酒”的活动氛围愈发浓厚。

这种广商一体、线上线下联动的做法,进一步夯实了“中秋夜·喝习酒”的IP内涵。

凝聚信心 领跑下半年动销势能

对于酒业来说,中秋节不仅是一个传统佳节,更是下半年动销的关键节点。这一次,习酒“中秋夜·喝习酒”再次走在前列,以广商一体的理念和扎实的市场行动,为品牌可持续发展注入了更多可能。

在当前波动的行情中,习酒的动作正在给予经销商一种发展的确定性。通过在全国76城举办答谢会,习酒进一步强化了与B端伙伴的信任和协同,将品牌的文化温度有效转化为市场的动销热度。

在市场竞争日益激烈的当下,经销商作为品牌与市场之间的关键桥梁,其信心与稳定性至关重要。习酒通过答谢会的形式,面对面与经销商交流市场动态、分享成功经验,更在实际行动中给予经销商实实在在的支持,帮助经销商更好地开拓市场、提升销量。

在中秋答谢会举办前期,习酒高层就前往河南、山东、陕西、浙江、北京、重庆、云南、辽宁、吉林、黑龙江和贵州省内等市场开展调研,与经销商共同面对市场挑战,一起做研究、想办法、找出路,进一步凝聚共识、提振信心,厂商同心同行,推动习酒市场稳定健康可持续发展。

无论是高层调研还是“中秋夜·喝习酒”活动的开展,都可明显感受到在面对行业新的深度调整期,习酒正与广大经销商一道,践行君品文化、坚持长期主义、把握市场脉搏、拥抱新的变革、破解发展难题。

这无疑为经销商和消费者都吃下了一颗“定心丸”。习酒的坚定支持和市场行动让经销商看到了发展的希望:对于消费者来说,习酒的用心服务和品质保证则让他们更加信赖这个品牌。这种双向的信任与互动,正是习酒能够在激烈的市场竞争中脱颖而出、持续发展的关键所在。

从长远来看,习酒的产能规模、品质实力、品牌保障,也为经销商带来了强有力的信心。作为省管大一型国有企业,习酒拥有7万余吨优质基酒产能、6万余吨年包装能力和35万余吨基酒贮存能力的强大支撑。

从对经销商当下的扶持,到长远的品牌保障,习酒正在给予消费者与合作伙伴高度信赖。面对旺季冲刺,习酒势必会形成一波强劲的动销势能。

经典IP再进化 习酒的坚守与创新

今年,是“中秋夜·喝习酒”品牌IP打造的第11年。连续11年不间断地举办,习酒不断挖掘新意、创新形式、丰富内容,使其成为享誉业内外的知名IP。

回顾这一IP的成长路径,可见其清晰的进化轨迹。

活动初期,习酒通过线下密集覆盖高频人流地标与线上互传书信的情感表达相结合的方式来触达消费群体;随后,为了更加贴近消费者,习酒通过搭建露营、赏月等不同的沉浸式体验场景,赋予“月下喝酒”的节日仪式感,让消费者切实感受赏月之行带来的惬意与满足;今年,这一经典IP持续进化,线上全民参与,线下赋能动销,通过短视频创作大赛,激发了全民创作热情,深耕C端的同时,也有效赋能了B端。

这种进化,是习酒品牌营销的战略升维。在习酒的与时俱进中,“中秋夜·喝习酒”这一IP也孵化得愈加成熟。

成功背后是习酒对君品文化的坚守,“中秋夜·喝习酒”IP的每一主战场,几乎都体现了习酒服务经销商与消费者的理念。

君品文化是习酒的企业文化,做“酒中君子”是其天志不渝的追求。这不仅意味着简单地弘扬君品文化,更意味着要弄清楚!认什么样子的“君子之心”,做怎样的“君子之为”。面对复杂多变的行业环境,坚守长期主义、秉持君品文化,用营销改革的魄力和坚守君品质的定力,服务好经销商和消费者,便是习酒当下的“君子之为”。

“中秋夜·喝习酒”IP的每一步进化都紧密贴合消费者对于中秋佳节的美好向往,满足经销商对市场的热切期望,这是习酒对君品文化追求的极致体现,也是习酒对中华传统文化传承和守护责任的初心所在。

11年的坚持,这不仅是对品牌承诺的坚守,更是对君品文化的执着,对中华传统文化的传承。如今,“中秋夜·喝习酒”已成为经销商与消费者共同的中秋记忆,持续强化着习酒与合作伙伴之间的情感纽带。

独家冠名《最牛烟火席》,牛栏山与传统文化共舞、与人间烟火共进

■ 邓贤辉

为深入挖掘中国酒礼文化以及酒文化背后所蕴含的地域风味与人文精神,中央广播电视总台央视中文国际频道(CCTV-4)推出了首个新媒体文艺综艺节目《最牛烟火席》,并于9月10日在CCTV-4抖音、视频号新媒体平台以及央视频App迎来了重磅首播。

作为《最牛烟火席》的独家冠名单位,牛栏山以“宴”见中国、以“酒”观时代,不仅在深度参与中以沉浸式的叙事方式,带领广大受众在游戏互动中探寻酒礼文化的时代价值,并在各类中国酒宴的真切体验与对话中,亲历一场场完整且极具有仪式感的宴饮文化盛宴,以及细细品味温情绽放的烟火气息。

独家冠名《最牛烟火席》牛栏山深刻诠释酒宴人文与人间烟火

酒是情感的载体和文化的符号,也是千百年人际交流中不可或缺的精神纽带,《最牛烟火席》以“酒”为引,以“席”为台,旨在借助这场跨越南北、穿透厚重的宴席文化之旅,通过一个个鲜活生动的故事演绎与传承,呈现各地的美酒佳肴与人间烟火的契合与关联,以及用一场场酒文化的风味巡礼,映射不同的地域风味与图鉴,进而诠释中国酒宴中的人文故事,这也正是这档文化节目的核心价值。

在朝阳上线的首期节目中,《最牛烟火席》立足数师节,以《拜师宴》为核心,以“拜师”为主题的匠心赓续与技艺传承为脉点,展现了师徒情谊作为中华优秀传统的深厚内涵和礼仪规范,也让嘉宾与观众共同感知了传承千年的匠心精神。

节目中,主持人吴鹏与相声演员李菁相聚北京顺义牛栏山酒厂、探秘牛栏山酒厂文化苑,不仅仅身“酿酒学徒”亲身参与酿酒全程,并与牛栏山酒厂酿酒师李艳超完成了一场与众不同的拜师宴。

从“闻香识酒”到“掐酒看花”,从“装甑”到“封坛贮香”,节目嘉宾与观众亲历了酿酒过程中的艰辛与乐趣,感受到了一代代牛酒人对酿造技艺传承的敬畏与尊崇,以及他们始终在一线默默坚守的“工匠魂”与不畏艰难的工匠精神。主持人吴鹏在节目中直言:“看似简单的事,做到无可挑剔,才能称为工匠”。

同时,通过还原正农冠、菲相师、敬茶改口、赠酒提信物、共酿封坛酒等神圣庄严的拜师仪式,和对师徒情、互匠心的真实刻画,牛栏山不仅巧妙的将尊师重道、新火相传的中华传统美德赋能道来,也在倾囊相授中道出了酿酒与为人的共通哲学。

作为展示中华民族生生不息的历史积淀和思想传承的文化美节目,《最牛烟火席》记录了舌尖的狂欢,更蕴含着传承千年的宴席文化,她用最朴素的镜头语言展现最快热的人间烟火,带领观众感受氤氲酒香中的温暖人情、聆听怀盏交错间的匠心故事。

后续,在“一城一席一故事”的主线结构下,牛栏山还将与《最牛烟火席》继续深入挖掘中国特色的宴席文化在不同社交场景的优秀传统,一起走进合肥、佛山、南京、成都、乌鲁木齐等城市,在教师节、中秋节、重阳节等各大节日,带领大家感受共享团圆、孝老敬亲、山盟海誓、金榜题名、致敬奋斗等人生重要时刻。

与文化共舞,与烟火共进 牛栏山的民酒进阶法则

从节目本身来看,《最牛烟火席》是将中华优秀传统文化与人间烟火气的合二为一,它讲述着具有仪式感的宴饮文化盛宴和中国酒宴中的人文故事,也弘扬着蕴含在宴席文化的人间温情与烟火气息。

在万千白酒品牌当中,作为中国民酒的代表品牌,牛栏山本身便是中华优秀传统文化与人间烟火气的代名词。此次,牛栏山独家冠名《最牛烟火席》,不只是品牌理念与节目内涵的高度契合,更是优秀文化与人间烟火的时代共振。

在过去的几十年间,牛栏山早已融入消费大众的美好生活,并在消费记忆中塑造了独特的价值认知。独家冠名《最牛烟火席》,牛栏山继续播种品牌文化理念,展现品牌的文化丰富性和新时代风采,还将在挖掘优秀传统文化与推动品牌文化和价值的深度融合过程中,进一步唤起消费者对品牌的好感度。同时,随着后续节目的持续热映,牛栏山也将继续释放品牌张力,引导消费者继续认知民酒价值与宴席文化,进而实现品牌价值的再升维。

金徽酒的中生进化:品质、技术与人才的三重驱动

■ 周丽梅

金徽酒,在绿水青山之间,以自然慷慨馈赠,孕育出醇酒的奥义;在人才与技术的支撑下,卓越品质得以成就,深厚品牌得以诠释。

这样一家将自然馈赠、工艺积淀与人才智慧系统整合,持续锻造内生竞争力的企业,其成长之路,恰是一条从自然禀赋走向系统能力、从工艺传承迈向品牌升华的内生性进化之路。

从自然禀赋走向系统能力

金徽酒广坐落于秦岭南麓、嘉陵江上游的甘肃徽县,厂区占地3000亩,周边环绕150平方公里原始森林,气候温润,年均气温15.8℃,冬无严寒、夏无酷暑,素有“陇上江南”之称。2024年,徽县更被中国酒业协会认证为“世界美酒特色产区·中国秦岭南麓白酒之乡”。

秦岭作为中国地理与文化的南北分界,不仅被誉为“中华祖脉”“中央水塔”,更是天然生态屏障和微生物宝库。金徽酒所处的这一方水土,为酒酿发酵提供了绝佳的微生态环境,可谓“天选酿酒之地”。

但天赋生态只是起点,将生态优势系统转化为品质优势,方显企业真章。

金徽酒将低温入窖、低温发酵、低温馏酒的“三低工艺”与秦岭低温环境深度融合,形成了一套顺应自然、独具特色的酿造工法。低温慢酿,不仅是工艺特点,更让淀粉糖化更充分,抑制杂醇生成,保留酒体风味物质,最终成就了“入口润、下咽顺”的绵柔风格。

为了实现对“三低”的精准把控,金徽酒研发了“智池测温用物联网监测系统”,为每个窖池配备“蓝色耳朵”探测仪,实时监测糟醅发酵温度,绘制发酵温度曲线图,不仅为酿酒提供了切实可靠的数据支撑,更提升了出酒率和品质。

这背后是金徽酒对自然规律的深刻理解与灵活运用,是将地理基因转化为工