# 第八代红星二锅头 "甜润"出击

近期,第八代红星二锅头形象广告 格的形成。

红星二锅头是中国人餐桌上杯酒交织与 幸福生活的见证者与倾听者,陪伴了一代

容,它关乎产区、品类与品牌的价值传递

上,更甜润"口号,本身就是红星的一次自

的"甜润"风格特征和新的口感体验,也将

七十六年来,红星凭借不变的产品温

# 消费市场回归"好酒"本质 川酒集团迎来优势释放期

圈关键词。叠加当前酒业周期调整与外部

态模式,正逐步将转化为更强的增量动

# 紧握超越风口的定盘星

还是酱香热的资本狂欢,大众消费始终是

振江也曾指出,100—300 元价格段仍是增 长核心,2025年至少扩容 20%。

从当下消费环境来看,礼赠、商务等中



遗余力。今年9月9日,集团联合120余家

矩阵中有望涌现更多优秀市场案例,积累 在名酒格局之外,大众消费市场依然广阔

的高度重视,更贯穿于企业发展的每一个

2025 中国(宝鸡)国际酒业展览会"(后文简

10月23日,在秦岭神秘且充满意蕴的 秋色映衬下, 西凤酒作为宝鸡酒业展东道 主和陕西酒业龙头企业,隆重举行了"秦岭 论道 共鉴新程"2025 中国酒业发展研讨会 暨西凤酒新品上市发布会,与行业协会、产 区政府、专家学者、酒类大商等凝聚发展共 识、碰撞变革智慧,共同探寻当前中国白酒 最需要的破题方式。

在此次会议上, 西凤酒不仅对老绿瓶 西凤酒进行了酒龄酒体的升级,还重磅发 布了红西凤·公元陆壹捌和西凤养元春两 款新品,再次彰显了西凤酒作为中国名酒 的创新思维与应对行业变局的能力,以及 对健康消费趋势的深刻洞察与积极响应, 为中国酒业的逆势破局注入了新活力、提 供了新思路。

# 中国酒业秦岭"论道" 西凤酒强调"四个核心支柱"

酒业站在"十四五"收官、"十五五"谋划的 新高地。 关键节点,正经历一场深刻的历史性变革。

持续深化,头部企业与区域龙头共同撑起 酒的开创者与引领者,自然也将身兼重任。 行业韧性;另一方面,消费需求分化、成本 压力上升、竞争格局重塑等挑战交织,倒逼 董事长张正致辞指出,当前中国酒业正处

度重视下, 酒业发展逐步从农业文明向城 存量提质转变, 这也要求全行业深度践行 市文明延伸,产城融合与产业链拓展已经 成为城市发展的重要引擎。

核心的完整产业链。未来,依托"一带一路" 区位优势和历史文化资源,宝鸡将进一步 畏自然、坚守匠心、厚植文化、深耕用户"的 纯正凤香风味以及亲民价格和过硬品质, 酒对旗舰产品经典老绿瓶进行升级,并推 建更加个性化、多元化的产品矩阵的同时, 如今,随着经济、人口等因素的变化,中国推进酒旅融合与品牌振兴,打造中国酒业价值理念,既代表了西凤酒的坚守方向,更铸就了经得起时间检验的不朽典范。如今出红西凤·公元陆壹捌和西凤养元春·灵芝让凤香白酒的品质风味有了一次释放自

其中,宝鸡作为中国酒文化的重要发 加的关键十字路口,消费场景转变倒逼行 业重构价值表达、市场竞争从增量博弈向 名酒企业的远见与抉择,有着极为重要的

宝鸡市人民政府党组成员、副市长李 酿酒文明的沃土,西凤酒始终坚信,中国酒 武发表示,近年来,地方政府将白酒产业列 业的长久生命力,植根于"敬畏自然,守护 级、产权保护与文化挖掘协同并进,助力产 文化,筑牢自信之本;深耕用户,回应时代 心,打磨极致产品的匠心精神。

# 西凤集团党委书记、董事长,股份公司 酒体升级 + 新品首发 + 酒种创新 西凤酒多元布局全场景情绪需求

此次会议上, 西凤酒通过升级老绿瓶 西凤酒的酒龄酒体、重磅发布红西·凤公元 陆壹捌,以及创新推出52度西凤养元春露 酒新品等重磅动作,实现了产品矩阵的完 为重点发展方向,推动项目建设、数智化升 生态之基;坚守匠心,传承非遗之魂;厚植 善与升级,并展现了西风酒以消费者为中 西凤股份公司总工程师冯雅芳在《匠

心铸魂·品质立根——千年酿艺传承与匠 新为引擎、以品质为根基,推进产品升级并 心坚守》主题演讲中指出,"匠心铸魂,品质 发布红西凤·公元陆壹捌与西凤养元春两 造结构的优化到质量管理的升级, 实现了

"溯源凤香·本草新解——西凤露酒专家品 展,让白酒行业更有活力和内涵。

管理公司红西凤事业部总经理邰永锋表 交融 作为西凤酒历史悠久、销量领先的经 示:"品牌复兴是西凤酒当前发展的核心目

的古今对话之作,红西凤·公元陆壹捌满载 风格适配不同群体饮酒主张,以高品质的 变智慧与坚定信心

大印记实现了文化与品质的双向赋能。文 以进阶布局应对周期变革

如今,西凤酒深刻洞察时代脉搏,以创

立根"是西凤刻在血脉里的基因与信仰,近 款新品,让产品从历史中走来,成为当下审

始终聚焦于"品质守正、文化创新和生态融 则让行业看见了西凤酒以开拓者的姿态入 消费者;通过文化的传承与活化,让品牌更 局露酒赛道的大胆尝试。在不久前召开的 有厚度;通过"酒+文旅、酒+艺术"的融合发 衔的专家团便对其做出了高度评价:新品 推出红西凤·公元陆壹捌与西凤养元春等

既保留了西凤酒"醇香典雅、丰满谐调"的 新品的进阶布局的探索,能清晰感知到西 传统特质,又实现了健康饮酒的文化与审 凤酒的品质升级理念,以及西凤酒锚定历 美升维,是"传统凤香的自我进化与时代新 史荣耀,传承千年匠心与文化的真正内 涵,即西凤酒正通过与历史的对话、与文 西凤营销发展公司总经理、西凤营销 化的交流,实现与匠心的共鸣、与时光的

在张正董事长的分享中,这一涵盖"敬 典支柱产品,经典老绿瓶以其始终如一的 标,这一目标需要高质量产品来实现。西凤 "与时代同频、与消费者共振"理念,还在构

顺振"载册之年这一具有特殊意义的时间 系列产品,到创新推出以52度西凤养元春 经典产品的"提质不提价",到高端新品的 节点,西凤酒还重磅发布了红西凤·公元陆 露酒新品,西凤酒旨在以多元化的产品布 文化赋能,再到健康露酒的前瞻开拓,西凤 壹捌。作为西凤酒藏传统之根、映当代之魂 局覆盖全场景情绪需求,以个性化的产品 酒的每一步都彰显着其作为老牌名酒的应 以千年文明为基础, 西凤酒在传承经

成为连接情感、传递温度的中国味道。

# 京津冀三地市场监督管理部门联合发布

"双十一"网络购物促销活动即将来 虚假折扣促销陷阱、虚假商业宣传、定金不 个人信息,防止个人信息泄露

"双十一"消费提示和平台合规指导

张楚:以技术与流程推动跨境美妆高质量出海

# 直击"新包邮区"物流旺季! 看西部"购物车"里都有啥?

西南分公司 70194SL 队

荣获甲方感谢信

在政策支持下,10月份房地产市场

# 强基固本与激发活力 提升国有企业基层党组织组织力的思考

国有企业作为中国特色社会主义的重革发展需求。 要物质基础和政治基础,是党执政兴国的

业党建工作必须破解的重要课题。

# 一、精准识别:国有企业基 层党组织组织力的内涵和要求

国有企业基层党组织组织力并非抽象 麦 概念,而是具有丰富内涵和明确要求的实 践范畴,是政治属性与经济属性的有机统

从核心内涵来看,组织力体现为"三维

五力"的综合体系。"三维"即政治力、执行 力与凝聚力的有机融合,其中政治力是根 现,彰显组织力的温度。"五力"则是在此基 出。这种认知偏差忽视了党建对企业治理 础上的具体展开:政治引领力是根本,要求 的纠偏作用——党组织通过政治领导可以 始终以习近平新时代中国特色社会主义思 有效抑制高管超额薪酬、减少国有资产流 想为指导,确保企业发展服务于党和国家 失等问题。 事业大局,彰显"姓党为民"的政治本色;组 组织建设层面存在"短板与滞后"。党 织凝聚力是核心,通过严密组织体系将党 组织设置不够科学,在机构调整中未能及 严格落实"三会一课"等制度,同时创新党 员团结成攻坚合力;群众动员力是基础,深 时优化,出现覆盖盲区或重叠,尤其在域 员教育方式——利用大数据打造线上线下 入联系职工群众以汇聚发展智慧;发展推 外、境外业务板块表现明显。党员教育管理

从实践要求来看,提升组织力必须做 性,削弱了组织凝聚力。 重要支柱和依靠力量。基层党组织作为国 到"三个契合"。一是与企业战略发展相契 国企改革、推动高质量发展的新形势下,如 生产车间、项目工地等不同单元,构建精准 意识和能力。 何实现强基固本与激发活力的有机统一, 化党建模式,如适应产业园区化发展的"园 全面提升基层党组织组织力,成为国有企 区党委"设置;三是与党员群众期盼相契 合,聚焦党员成长、职工权益等重点,让党 组织成为"主心骨"和"贴心人"。

# 二、深度剖析:当前制约国 有企业基层党组织组织力的因 发力,实现强基固本与激发活力的统一。

织组织力建设虽取得成效, 但仍面临多重

分基层单位仍有"重业务、轻党建"倾向,将 党建视为"软任务",导致"两张皮"现象突

竞争力,这是检验组织力的重要标准;自我 乏针对性,难以满足新时代党员的多样化 革新力是保障,通过持续自我完善适应改 需求。党员先锋作用发挥不足,部分党员身

份意识淡化,在生产工作中未能体现先进 子"技术难题。

此外,外部环境变化带来新挑战。职工 核评价体系,制定量化指标,突出政治标 有企业党的建设的"神经末梢",其组织力 合,围绕主业发展、技术创新等中心任务谋 思想观念多元化、利益诉求复杂化,给凝聚 准、工作实效和群众满意度,将结果与干部 的强弱直接关系到党的路线方针政策在企 划党建,确保与企业发展同频共振,尤其要 人心带来压力;市场竞争加剧与转型升级 任用、绩效分配直接挂钩。加强队伍建设 业的落地见效,关系到企业核心竞争力的 聚焦关系国家安全的重要行业和战略性新 任务艰巨,对党组织引领发展的能力提出 选拔"双经历"复合型人才任党组织书记, 提升和国有资产的保值增值。在全面深化 兴产业;二是与基层治理需求相契合,针对 更高要求,但部分党组织缺乏主动作为的 畅通党务工作者晋升通道,通过对标互学、

# 三、系统施策:全面提升基 层党组织组织力的路径

想引领、组织优化、机制创新三个维度系统 强化思想引领,筑牢"根与魂"。将学习

贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想 随着国企改革向纵深推进,基层党组 作为首要任务,通过"集中学习+线上课堂+ 红色研学"等形式深化理论武装,打通基层 制约,集中体现在思想、组织、机制三个层 宣讲"最后一公里"。开展党性教育常态化 活动,结合国企红色基因传承,培育和践行 思想认识层面存在"偏差与弱化"。部 社会主义核心价值观与企业精神。关键要 强化融合认知,通过专题培训树立"党建引 式、聚焦实效,才能让党组织永葆生机。

现党组织全覆盖。推进党支部标准化建设, 动力是关键,将党建优势转化为企业核心 方式僵化,仍以"读文件、开会议"为主,缺 方案。发挥党员先锋作用,设立"党员示范

健全机制保障,激活"源与力"。完善考 专业培训提升履职能力。加大经费保障力

度,为党建活动提供物质支撑。 聚焦作用发挥,彰显"效与果"。推动党 建与生产经营深度融合, 围绕改革难点组 织党员开展技术攻关、管理创新。密切联系 群众,健全党员联系制度,解决职工急难愁 盼,增强归属感

国有企业基层党组织组织力的提升是 一项系统工程,需把握"强基固本"与"激发 活力"的辩证统一——强基固本是前提,唯 有筑牢思想、组织、机制根基,才能为组织

优化组织建设,夯实"基与架"。科学设 党组织必须坚持以习近平新时代中国特色 置党组织体系,适应链式发展等新趋势,探 社会主义思想为指导,深入贯彻新时代党 索"链式党建""境外灵活设党"等模式,实 的组织路线。要以政治建设为统领,破解 下贯通的组织体系:以机制创新为动力,激 活内生发展活力。通过持续发力,将组织力 平台,针对科技人才、技能工人制定个性化 转化为企业核心竞争力,推动国有企业在 中国式现代化进程中履行好经济责任、政 岗""攻坚项目组",在技术创新、降本增效 治责任、社会责任,为民族复兴贡献国企力 中彰显党员本色,如组织党员攻克"卡脖量。(本文作者系成都产投新材料产业发展 集团有限公司党总支书记、董事长)

线送达"模式,陆续开通"陕西—新疆" 统一大市场建设纵深推进,我国经济

"四川一新疆""四川一西藏""新疆落地 质量发展的脉搏将更加强劲。

# 多地积极优化政策 促进房地产市场平稳向好

# ■ 证券日报记者 张芗逸

10月31日,湖北省住房和城乡建 地产政策,营造了较好的购房环境。《住 设厅发布《关于进一步优化住房公积金 宅项目规范》落地后,各地"好房子"增 使用政策促进房地产市场平稳运行的通 多,买房的性价比提高,同时市场的调整 知》(以下简称《通知》)。《通知》明确提高 也基本到位,这些因素都使得第四季度 贷款额度、调整贷款期限、取消异地购房楼市有进一步向好的空间,也使得居民 提取限制等5项举措,以满足居民刚性 购房信心进一步增强。 和多样化改善性住房需求。

配"4条专线。顺丰速运对接中铁集装箱

10月份以来,各地因城施策,持续整体表现平稳。中指研究院数据显示,10 推出稳楼市政策。其中,优化住房公积金 月份全国 100 个城市新建住宅平均价格 政策是推动房地产市场止跌回稳的重要 为每平方米 16973 元,环比上涨 0.28% 抓手。广州、成都、南京、威海均在10月 全国100个城市二手住宅平均价格为每 份出台相关举措,从提高贷款额度、优化 平方米 13268 元,环比下跌 0.84%。

"10月份,各地在金融政策方面积 持较高的供应规模,多家房企借助国房 极优化住房公积金贷款政策,在财政政 假期推出优质改善项目,带动百城新房 策方面推出一系列购房补贴。"上海易居 价格环比保持结构性上涨。"中指研究院 房地产研究院副院长严跃进对《证券日 指数研究部总经理曹晶晶分析称,二手 报》记者表示,政策结合楼市"银十"旺季 住宅方面,在高挂牌量及预期偏弱影响 和房企第四季度的营销工作,为稳市场 下,二手房价格下行压力仍较大,将延续

在推动房地产高质量发展的背景 下,"好房子"建设也成为各地在楼市政 政策预计将继续聚焦推动市场止跌回 策方面的重要着力点。广州、昆明、海口 稳,长期则锚定推动行业向高质量发展 等城市均出台政策,明确"好房子"标准, 转型。从市场趋势来看,年末房企将进入 规范"好房子"建设。

口市住房和城乡建设局 10 月 24 日发布 量预计延续温和修复状态, 但短期价格 《关于优化我市"好房子"规划建设管理 或继续承压。值得关注的是,第四季度市 的若干措施》,明确营造适应热带多雨气 场高基数效应开始显现,10月份重点城 候空间、提升住宅小区公服设施品质、支市新房及二手房销售量同比已出现较明 持设置多样化停车形式等六方面举措, 显回落,预计年末市场仍面临一定压力。 助力实现"好房子"建设目标。

"以价换量"态势。

业绩冲刺阶段,核心城市新增供应有望 例如,海口市自然资源和规划局、海 对新房销售形成一定支撑,二手房成交

展望未来,曹晶晶表示,短期房地产

严跃进认为,当前,各地积极推出房

# 三期叠加 西风酒为酒业发展注入新活力

# 称:宝鸡酒业展)增添了不一样的韵味。

# 业高质量发展,并形成了以西凤酒为引领 之需"四个核心支柱。

一方面,产业规模稳步回升、结构升级 品牌发展根脉的土地,西凤酒作为凤香白 行。 在"政策引导、消费升级、产业变革"三期叠

应成为全行业一起践行的重要共识,最终 伴随着西凤酒技术创新的不断升级迭代, 酒两款新品,不再局限于传统功能属性,而 我、重塑自我的重要表达。 立足于这片承载着民族酒文化记忆与 赋能中国酒业在传承中创新、在变革中前 经典老绿瓶也将在酒龄酒体的升级后,凭 是融入历史文化元素,承载着深刻的文化、

在白酒行业当前的市场变局下, 头部

四川省社会科学院主管主办 企业家日报社出版 地址:四川省成都市金牛区金琴路 10 号附 2 号 电话:(028)87319500 87342251(传真) 广告经营许可证:川工商广字 5100004000280 四川省东和印务有限责任公司印刷 地址: 四川省成都市郫都区双柏东二街 113 号

借"提质不提价"的真诚,让西凤酒的品质 思想与价值主张。

着岁月记忆与先辈智慧,由国家级白酒大 工艺筑牢市场信任根基,这也是西凤酒新

包装设计上,红西凤·公元陆壹捌以六

化上,"国家非遗酿造技艺、公元陆壹捌印

章、酒海徽标",将千年酿造史与独有的酒

年来,依托国家级研发平台以及院士牵头 美与品味的一部分,构建起品牌长期发展 的研发团队,西凤酒从酒体设计的创新、酿的生命力,进而赋能品牌复兴征程。 全链条系统性突破,不负每一位消费者的 虎表示,面对新周期,西凤酒的"破局之道" 而 52 度西凤养元春系列产品的发布, 合"三个维度,即通过提升产品品质,回馈

构成了西凤酒独一无二的价值内核,那么 从持续完善以经典老绿瓶为系列的 始终坚守"品质为生命"的信念,则为西凤 同时,为纪念公元618年传奇酒坊"昌"家"系列产品,和以红西凤为代表的"国"酒在新时代的竞争中树立了价值标杆。从

师掌舵,历经 137 道非遗酿造工序和国宝 周期下,积极开拓市场增量并进阶布局的 典与拥抱创新的道路上稳步前行,也为当 下白酒行业应对市场变革提供了突围路 径。这些既有传统酿造的根,又有当代品 味的魂的新品,也将融入更多人的生活, 这条工具链并非停留在纸面。她将"市 "授权使用—应用报告—评估"链路,使技 成:标准为底、数据为骨、组织为筋,最终把

与流程锚点,并通过 GELIKE EC 美国第 3 张楚坚持的另一条主线。 公司以展会为"验 类商标等识别资产,形成跨市场的一致性 证场",以渠道为"复制场":在 2023 年拉斯 与可信度。这些不是"装饰件",而是企业进 维加斯美容展与 2024 年哈萨克斯坦(中