

企业家日报

做中国企业的思想者

2025年4月19日 星期六

乙巳年 三月二十二

今日 4 版

第 086 期 总第 11389 期

国内统一连续出版物号:CN 51-0098

邮发代号:61-85

新闻热线:028-87319500

13811660079

全年定价:450元 零售价:2.00元

金枫酒业:
拥抱变革,历久弥新

[详见 P2]

“大思政课”视角下
高校国家安全教育创新研究

[详见 P3]



头芽溢清韵 条索藏功名
——杨司南与他的头条茶

[详见 P4]

国家统计局:
一季度全国居民人均可支配收入12179元

据国家统计局网站消息,国家统计局近日发布2025年一季度居民收入和消费支出情况。

一、居民收入情况

一季度,全国居民人均可支配收入12179元,比上年同期名义增长5.5%,扣除价格因素,实际增长5.6%。分城乡看,城镇居民人均可支配收入15887元,增长(以下如无特别说明,均为同比名义增长)4.9%,扣除价格因素,实际增长5.0%;农村居民人均可支配收入7003元,增长6.2%,扣除价格因素,实际增长6.5%。

按收入来源分,一季度,全国居民人均工资性收入6976元,增长5.9%,占可支配收入的比重为57.3%;人均经营净收入2071元,增长5.7%,占可支配收入的比重为17.0%;人均财产净收入1015元,增长2.7%,占可支配收入的比重为8.3%;人均转移净收入2117元,增长5.5%,占可支配收入的比重为17.4%。

一季度,全国居民人均可支配收入中位数9939元,增长5.0%,中位数是平均数的81.6%。其中,城镇居民人均可支配收入中位数13450元,增长4.5%,中位数是平均数的84.7%;农村居民人均可支配收入中位数5575元,增长6.3%,中位数是平均数的79.6%。

二、居民消费支出情况

一季度,全国居民人均消费支出7681元,比上年同期名义增长5.2%,扣除价格因素影响,实际增长5.3%。分城乡看,城镇居民人均消费支出9363元,增长4.7%,扣除价格因素,实际增长4.8%;农村居民人均消费支出5333元,增长5.6%,扣除价格因素,实际增长5.9%。

一季度,全国居民人均食品烟酒消费支出2420元,增长2.8%,占人均消费支出的比重为31.5%;人均衣着消费支出498元,增长1.2%,占人均消费支出的比重为6.5%;人均居住消费支出1595元,增长2.1%,占人均消费支出的比重为20.8%;人均生活用品及服务消费支出417元,增长9.6%,占人均消费支出的比重为5.4%;人均交通通信消费支出1044元,增长10.4%,占人均消费支出的比重为13.6%;人均教育文化娱乐消费支出823元,增长13.9%,占人均消费支出的比重为10.7%;人均医疗保健消费支出648元,增长3.0%,占人均消费支出的比重为8.4%;人均其他用品及服务消费支出236元,增长9.9%,占人均消费支出的比重为3.1%。
(中新网)

四川国际美酒博览会定档6月

近日,中酒协发布消息,“2025四川国际美酒博览会”(以下简称“美酒博览会”)将于2025年6月18-22日在德阳市绵竹举办。

“美酒博览会”聚焦“国际化、特色化、多元化、市场化”的发展主线,以“扩内需、促消费”为核心抓手,搭建中国美酒产区与世界酒业深度对接的高端平台。展会紧扣消费升级政策导向,联动线上线下渠道,通过举办展览展示、华夏酒美学大会、国际烈酒评酒委员会年会、白酒产业高质量发展大会、“美酒消费季”等系列活动,全方位展现中国美酒产区的独特优势与产业魅力,精准匹配供需资源,激发消费活力,赋能企业拓展海内外市场,深化“中国美酒名城”品牌价值,强化产区、企业、产品三维竞争力;促进商贸对接与投资合作,加速酒产业链条创新升级;以消费端驱动产业高质量发展,实现产业升级与消费升级的良性互动,助力区域经济增量提质,打造具有全球影响力的酒类产业标杆展会。
(唐讯)

本报监督公告

凡本报工作人员必须持有效证件。本报人员个人不得以新闻舆论监督之名向企事业单位和社会各方面收取任何费用;本报任何个人不得以任何理由向企事业单位和社会各方面收取现金,广告宣传需正式签订本报合同并通过银行汇款到报社账号,不得以任何理由收取现金或转付到与报社无关的其他账号。
举报电话:028-87344621
企业家日报社

责编:桂宾 版式:黄健
企业家日报网:www.zqeo.cn 电子版:www.entrepreneurdaily.cn
官方微博:https://weibo.com/jrwd 投稿邮箱:gb490@sina.com



企业家日报微信公众平台二维码

中国企业家网二维码

“大思政课”视角下
高校国家安全教育创新研究

头芽溢清韵 条索藏功名
——杨司南与他的头条茶

[详见 P4]

白山方大:做耐得住历史解读的企业 ——访全国首家民办酒文化博物馆馆长、吉林省白山方大集团党委书记、董事长宁凤莲



■ 孙元忠

白山方大集团前身是早在1953年就从事烟酒两大类商品批发和零售业务的浑江糖业烟酒公司,迄今已有70多年的历史。1990年是白山方大集团的新起点,因为这一年宁凤莲就任白山糖酒站(改制前)总经理;2000年,白山糖酒站资产重组成立白山方大集团,取“立足白山、志在四方、大有可为”之意。

从此,白山方大一骑绝尘,驶入创新发展的快车道。

上篇 从卖酒立业到稳态发展

咋“念”生意“经”?取“信”字“经”

1990年宁凤莲就任白山糖酒站总经理时,其实是作为“救火队员”临危受命,因为当时企业已经陷入举步维艰的境地。

“要扭转企业颓势,必须寻找新的突破口,方能破局重生。”年富力强的宁凤莲怀揣着比醇香烈酒更加炽热的雄心壮志,踏上了寻觅商机的新征途。

咋“念”这本生意“经”呢?宁凤莲遍访国内22个县市、34家酒类经销商同行与前辈,向他们取酒“经”。

通过取“经”,宁凤莲意识到,在传统酒类流通链条中,中间商其实一直在扮演着“信息黑箱”的角色,因为一瓶酒的流通环节得经过多次转手,而品质保障却在层层转手中逐渐被稀释流失。据调查显示,大多数终端消费者都无法追溯酒品真实来源轨迹,这种信息不对称正在瓦解酒流通商业信任的根基。

怎么办?以“信”立业,要让企业的全产业链



链集体觉醒。

宁凤莲发明防伪溯源系统,全链条保障企业生存“命根子”,号召企业坚守诚信,维护“信”字招牌,以解构传统中间商生存模式的信任困局。

当时的宁凤莲其实已站在“生死”抉择的路口,下一步与“国酒”同行、实施品牌战略的擘画已经在心中逐步清晰和定义。

站在“巨人肩膀”上与“巨人”同行

经过一番深入细致的市场调研,宁凤莲决定将茅台等名酒作为企业的主营产品,并为企业确立了“实施名牌发展战略,依靠经销国名酒使企业走出困境”的发展方向——宁凤莲在寻找站在“巨人肩膀”上的机会,并依托强势品牌成就白山方大品牌。

宁凤莲首先从酒品源头抓起,通过产品溯源跟踪技术实现从出厂、运输、入库到销售终端的全流程追溯,将产品信息透明度赋能诚信体系,不仅彻底保障了消费者权益,更能创造品牌溢价效应。经过市场检验和品牌沉淀,消费者只要将商品溯源到白山方大的输出端口,都将其认定为“免检”产品,白山方大

“初成长”就获得了全行业的口碑效应,白山方大“额头”上从此就被消费者贴上了“诚信”“免检”标签。

口碑效应就是品牌效应。市场份额的陡升印证了白山方大诚信经营蕴含的商业智慧,他们将“诚信生态”转化为企业发展驱动的信任机制,重塑了白山方大酒品流通的迭代游戏规则,迅速激发了白山方大崭新商业生态的进化活力。

很快,白山方大成为国内各大名酒厂家的吉林省独家代理商 and 全国“标杆”:五粮液系列酒连续多年全国销量前三、古井贡系列酒连续多年全国销量第一、全兴系列酒全国销量第一……从站在“巨人肩膀”上到与“巨人”同行,白山方大用“诚信”这个无敌解码器,让企业焕发出旺盛的生命力。

诚信是企业发展的“核”动力和永动机

企业生存与可持续发展,短期靠利润支撑、长期靠文化浸润。宁凤莲曾说,诚信是白山方大的生命,正是靠着诚信,白山方大集团才走出了独具特色的民营企业发展之路。我们将“仁义礼智信”传统文化“移植”到企业运营中,表象是守住质量,内在是给企业蓄积了可持续发展的能量。

“我们坚持走酒流通行的方大道路:先做人后做生意,以德经商。”宁凤莲一诺几十年:35年无假货、无投诉,诚信文化深入企业肌理,成为企业经营成功的基石,同时也深刻影响和激励着企业的员工和合作伙伴——诚信已经是白山方大可持续发展的“核”动力、永动机。

为了将诚信文化广泛传播,2009年白山

方大集团向省消费者协会和省内媒体公开承诺,对所售出的国名酒一律实行“先行赔付,假一赔十”;2011年3月,在吉林省举办的“3·15”晚会上,白山方大集团将首批20万元先行赔付保证金递交省消费者协会;2012年8月,白山方大集团与中国人保财险吉林省分公司签约,为所经销的国名酒进行质量保证保险。时至今日,先行赔付保证金分文未动,企业所经销的国名酒从未发生质量问题,这些几十年也没“花出去”的钱被同业和社会传为佳话。

2021年,全国“诚信兴商十大案例”发布,白山方大集团成功入选。“高举诚信品牌,捍卫诚信尊严,恪守诚信承诺,履行诚信义务……”宣誓声在每年3月10日都会响彻云霄,“白山方大诚信日”将诚信深深烙印在员工心头。

不难看出,在白山方大发展变局中,诚信经营不是道德枷锁,而是打开新商业文明的密钥。这个进程中,白山方大不但成为传统渠道商业的迭代者,也成为商业新生态的缔造者。

中篇 从小“酒馆”到大“世界”

“中间商”变成“文化使者”

2012年,白山方大集团在长春投资兴建了全国首家民办酒文化博物馆——吉林省酒文化博物馆。博物馆占地面积3000余平方米,收藏的酒品包括上世纪50年代以来全国各个省份50多个品牌的名酒以及近千种世界知名品牌的红酒、洋酒等。

吉林省酒文化博物馆遵循“展示中华酒文化、再现人类文明史、引领旅游新时尚”的创办构想,分为茅台展区、五粮液展区、现代名酒展馆、优质珍酒馆、珍藏级中外名酒展馆、国家级珍藏名酒展区等10大功能区。

在直观、放松、愉悦的环境中,参观者可以尽情领略茅台、五粮液、剑南春、舍得、洋河等中国名酒品牌的历史文化和独特魅力,成为促进吉林省旅游文化产业转型升级的一道亮丽风景。

自开馆以来,吉林省酒文化博物馆已免费接待国内外游客30余万人,5000余名文化、体育、艺术界知名人士、专家学者纷至沓来。2013年,吉林省酒文化博物馆以67大类5759瓶的白酒藏量创造了白酒收藏吉尼斯世界纪录。

2014年,吉林省酒文化博物馆被国家旅游局认定为“国家AAAA级旅游景区”——吉林省酒文化博物馆已成为集交易、博览、收藏、品鉴于一体的商贸中心,开启了吉林省酒文化产业的新纪元。
(下转 P2)

山东能源蒋庄煤矿的“节约经”

小账本、小配件、小改善……山东能源枣矿集团蒋庄煤矿不断在“省”字上做文章,大力倡导“节约一分不嫌少、浪费一分就是多”的理念,从小处着手,最大限度挖掘“降”和“增”的潜力,努力实现效益最大化。

小账本提高责任心

3月份,朱月喜回收急停保护一个,节约费用1300元;张鹏回收照明灯1个,节约费用1500元……

这是山东能源枣矿集团蒋庄煤矿各单位给每个班组职工配备的“物资回收小账本”记录的内容。在该矿,每个班组都有一个账本、人人都算账已成为职工的自觉习惯。

该矿以“人人身上有压力,人人身上有指标”为要求,在各单位建立《物资回收台账》,并将各项管控标准和措施细化到班组、岗位,

加强跟踪管理。将成本纵向分解到班组、岗位、个人,明确考核目标、管理责任和具体措施,让降本增效贯穿到生产运行各环节、岗位操作各节点。

“有了‘小账本’,员工们算账意识更强了。谁更节约,谁更省钱,空口无凭,打开一看,一目了然,‘小账本’大大增强了职工责任心,提高了职工回收复用的积极性,促进了降本增效。”该矿掘进工区党支部书记惠祥利说。

小配件省下大开支

面对井下工作面接续频繁、维修设备投入越来越大的实际,该矿本着“能修则修、不投新件”的原则,加大修旧利废力度,从废件中增效益,想方设法减少新配件新材料投入,努力实现降本增效。

“别小看这些不起眼的设备配件,我们将

报废不用的设备配件或淘汰不用的设备配件拆解修复再利用,积少成多便能省下一大笔开支。”该矿机电设备制修厂厂长刘建林说。

在蒋庄煤矿机电设备制修厂,每天都在上演着零配件“变废为宝”实现节支降耗的场面。他们从报废的刮板链中拆卸磨损量较小的刮板进行耐磨焊接,投入再利用。刘建林算了一笔账,仅这一个刮板配件,以全年修复SGZ80/1050运输机54SA14-2刮板230件计算,就可节约新刮板配件投入18.27万元;修复SZZ80/400转载机3TY-47刮板120余件,节约新刮板配件投入10余万元;修复SGZ800/1400刮板运输机107ST-01刮板30件,节约资金2.4万元……

不仅如此,该矿机电设备制修厂修理车间自制废旧回收“九宫格”,把在设备上拆解下来的可用小配件,根据不同规格放到不同

的小格内,使用时直接取出,方便快捷。

小考核激活大经营

这几天,该矿业务运营中心考核员孙林格外忙碌,他正对各单位节约计划进行审核。该矿规范内部市场化管理,对材料计划、审核、发放、领用、回收、复用、报废进行全过程控制,杜绝了材料积压、丢失、浪费现象。

业务运营中心先后出台一系列降本增效举措,按照“刚性考核、节奖超罚”原则,逐月对各项成本费用控压目标进行严格考核,加大奖罚力度,让每个人身上有压力、有动力,倒逼各级管理人员抓好成本管控。

“通过这些举措,切实让各级管理人员意识到省下来的就是多赚的工资,大大提高了全员降本的积极性。”该矿业务运营中心副主任王洪涛说。
(李平)



双汇熟食

SHUANGHUI DELI

三重卤·更入味



山西特产 中国年
“舌尖上的美食” “指尖上的艺术”

联系电话:18534090188
霍州市农村集体经济发展有限责任公司