

覆盖全国市场无空白,10个月产值达到10亿元

金星中式精酿啤酒:要做中国人自己的啤酒

■本报记者 李代广

“我们的中式精酿啤酒从去年8月上市到目前,产销量达到1亿瓶(1升装),共10万吨,采购茶叶45万斤,实现产值10亿元,上缴税金1.2亿元,产品已覆盖全国31个省(市),基本上做到了全国市场无空白区域。”6月16日,金星啤酒集团副董事长张峰在接受本报记者采访时,通过一组详实的数据,介绍了金星中式精酿啤酒从概念、试验、生产到销售的全过程。

茶酒融合:锚定“要做中国人自己的啤酒”核心定位

对于金星啤酒而言,中式精酿的异军突起,其意义远不止于创造了一个新的增长点或一个成功的产品系列。

张峰表示,在传统啤酒的赛道上,缩量时代来临,竞争异常激烈,这种深刻的危机感,促使金星在近年来开始了艰难的反思与求变。他们清晰地认识到,在资本和规模主导的传统红海竞争中,跟随策略难以突围。

经过广泛的市场考察和内部论证,金星最终锚定了“要做中国人自己的啤酒”这一核心定位——产品不仅要具备中国特色,更要深度融入中国元素,形成鲜明的文化标识。

2024年8月,正值啤酒行业的传统淡季,金星的首款信阳毛尖中式精酿选择在线上直播间低调上市。

出人意料的是,这款起初并未被寄予厚望



的产品,却迅速点燃了消费者的热情。线上销售势头强劲,线下招商场景也不遑多让,高涨的态势持续至今。

随后推出的金星茉莉花茶中式精酿,几乎完美复刻了毛尖的成功路径,两者共同构成了金星茶啤系列中耀眼的“双子星”。

今年5月,金星进一步拓展“中式”内涵,推出以“地域食材+酒”为概念的食啤系列,其代表产品“冰糖葫芦”一经上市便供不应求,成为该系列首个爆款。

支撑这一爆发式增长的,是一套与传统啤酒迥异的渠道组合拳。金星中式精酿的渠道结构呈现出罕见的“线上新零售(即时零售、直播

带货)与线下流通渠道(连锁店、烟酒店、餐饮店)销售占比接近1:1”的均衡态势。这种深度融合的模式,打破了行业长期依赖线下分销的路径依赖。

张峰对此模式充满信心,直言“新零售板块未来占比有望进一步增高”。这种“线上引爆反哺线下、双轮驱动全国布局”的渠道创新,是金星中式精酿能够快速完成全国覆盖并保持高速增长的核心引擎之一。

金星意识到,要想实现规模化的突破,必须“反其道而行之”——打造具有“大认知”基础的产品。他们将突破口锁定在“茶酒融合”上,这既是中国文化独特的符号,也具备广泛

的国民认知基础。

张峰介绍,该项目自2024年初立项,研发过程中遭遇了重重技术瓶颈,直至去年7月才取得关键性工艺突破。

客户精准: 女性消费者占比超过一半

张峰介绍,金星中式精酿的成功,有一些数据让金星团队也感到“非常吃惊”,来自后台销售数据显示,核心消费群体高度集中于18-35岁的年轻人,其中女性消费者占比高达54.64%;特别是金星冰糖葫芦产品推出后,女性占比进一步跃升至60%以上。

这一数据彻底打破了啤酒消费长期由男性主导的刻板印象,并且伴随着显著的高复购率。这表明,金星通过融入毛尖、茉莉花茶、冰糖葫芦等中国消费者熟悉且具有情感共鸣的本土元素,成功地穿透了啤酒作为舶来品的文化壁垒,精准地击中了年轻一代对“国潮”文化的认同感以及女性消费者对低负担、风味独特、兼具社交与悦己属性的酒精饮料的需求,从而撬动了一个庞大且极具潜力的增量市场。

金星啤酒以10万吨中式精酿产销所完成的这场战略突围,其标杆意义早已超越单一企业的范畴。它证明了,在消费升级浪潮与文化自信崛起的双重背景下,“深度本土化创新”是传统企业焕发新生、实现差异化竞争的有效路径。

建设两大“护城河”,

不担心100多家厂家跟风模仿

在市场上,任何一款产品火爆之后,都会迎来市场上的大批模仿者,据不完全统计,目前市场上至少有100多家厂家在跟风模仿中式精酿茶啤,其中的产品质量参差不齐。

张峰表示,这属于“正常现象”,他在接受采访时并不回避这一话题,反而乐见产业共同做大这一品类的规模——从最初的几万吨,到几十万吨、上百万吨,整个盘子扩容,品类才有更大潜力。

第一个吃螃蟹的产品研发者,金星中式精酿领域已经建设完成了两大“护城河”。

首先打造产品的品质壁垒。金星中式精酿采用低温冷萃工艺,用工艺差异化塑造独特口感,“消费者一口就能喝出区别”。从3月1日起,金星中式精酿统一标注上了茶叶厂家信息,实现产品原料可溯源,目的是让消费者一看就知道,原料来自行业知名的原产地。金星在价格定位上聚焦20-25元价格带,区别于其他厂家售价9.9元的产品。

第二是构筑优质渠道的壁垒。金星中式精酿产品进入的都是优质渠道,渠道客群对品质要求比较高,不会去选择低质、模仿的产品,从而稳固市场竞争力。

张峰表示,正是来自品质与渠道的双重“护城河”,保障了金星中式精酿自诞生以来的畅销,也吸引了消费者的复购,实现品牌在中式精酿赛道的长期领跑。

金融管理部门缘何瞄准“跨境支付”持续发力?

■吴雨 桑彤

6月18日,2025陆家嘴论坛拉开大幕,中国人民银行等金融管理部门“一把手”集中发声,宣布了一系列金融举措。其中,一些涉及跨境支付的金融举措和观点,引发市场广泛关注。

金融管理部门为何如此关注跨境支付?又将在哪些方面贡献“中国智慧”?从2025陆家嘴论坛上释放的诸多信号中,或能找寻到答案。

当日,中国人民银行行长潘功胜在2025陆家嘴论坛上宣布,将在上海设立数字人民币国际运营中心。推进数字人民币的国际化运营与金融市场业务发展,服务数字金融创新。

这引起人们对加密货币发展的关注。近年来,随着新兴技术在跨境支付领域加速应用,央行数字货币、稳定币蓬勃发展。5月,香港立法会通过了《稳定币条例草案》,在香港设立法币稳定币发行人的发牌制度。

“智能合约、去中心化金融等技术将持续推动跨境支付体系的演进和发展。”潘功胜在论坛上表示,央行数字货币、稳定币实现了

“支付即结算”,从底层重塑传统支付体系,大幅缩短跨境支付链条。

这既点明了新兴数字技术的优势,也指出了传统跨境支付体系面临的问题——效率低、成本高、普及性差。

跨境支付体系是全球货币资金运行的“动脉”,但传统跨境支付体系存在的问题正日益凸显。在此背景下,全球希望改善跨境支付体系的呼声不断高涨,“多元化”成为跨境支付体系调整和完善的主要方向。

近日,中国人民银行与土耳其中央银行续签双边本币互换协议,支持两国企业和金融机构使用本币进行跨境结算。目前,中国人民银行与32个国家和地区的中央银行或货币当局签署有双边本币互换协议,基本覆盖了全球六大洲重点地区的主要经济体。

“越来越多的国家和地区使用本币结算,促进更多货币的国际化使用。”潘功胜说,人民币国际地位稳步上升,已成为全球第二大贸易融资货币、第三大支付货币,在国际货币基金组织特别提款权(SDR)货币篮子中的权重位列全球第三。

跨境支付体系不仅是促进国际贸易和投

融资、维护金融稳定的重要依托,还是国际货币体系的重要支撑。

“多元化的跨境支付体系反过来也将加速国际货币体系的变革。”潘功胜认为,国际货币体系向多极化发展,有助于推动主权货币国加强政策约束,提升国际货币体系韧性,更有效地维护全球经济金融稳定。

与此同时,除传统的代理行模式外,新兴跨境支付系统、区域性多边支付系统等陆续出现,使得结算渠道更加多样,跨境支付效率进一步提升。

一键支付,资金瞬间跨越两地。5月底,通过多边央行数字货币桥,一笔300万元人民币资金顺利完成从香港到湖南博深供应链有限公司的跨境支付。

2021年2月,中国人民银行数字货币研究所携手香港金管局、泰国央行和阿联酋央行,共同发起多边央行数字货币桥项目,探索央行数字货币在跨境支付中的应用。如今,货币桥业务量稳步增长,已覆盖通信、跨境电商、制造商、服务商等20多个行业。

国际清算银行发布的统计数据显示,货币桥平台处理一笔支付业务可在6秒至9秒内完成,而目前通过代理行处理的跨境交易

在支付和结算间有2天至5天的延迟。同时,使用货币桥完成跨境支付交易可以节约近一半成本。

推进跨境支付体系不断完善,需要加强国际合作,协调不同的法律和监管框架、更多的利益相关者,绝非易事。可喜的是,近年来支付系统和生态的互操作性正在不断提升。

今年3月,柬埔寨支付系统Bakong旗下钱包产品实现在银联全球二维码受理网络及中国境内微信商户扫码支付,中柬二维码支付互联互通取得积极进展。

“亚洲国家和地区通过二维码支付互联互通,大幅提高了零售支付生态的互操作性,极大便利了居民跨境支付。”潘功胜介绍,更多国家和地区延长支付系统运行时间、采用国际通用报文、推进快速支付系统互联互通,提高了跨境支付的效率、降低交易成本。

在论坛上,不少与会专家和学者都谈到了数字货币,表示将积极拥抱新兴支付基础设施和结算方式,探讨如何更便利、更安全地促进资金跨境流动。

“推动全球跨境支付体系朝着更加高效、安全、包容、多元的方向发展,这一趋势未来会持续增强。”潘功胜说。



四川华蓥: 乡村“微工厂” 增收新引擎

四川省华蓥市华蓥山经开区不少从事加工制造的企业,结合自身情况,做好生产分流,把产品生产任务分解到设置在乡村的“微工厂”和农家的“微车间”,采取“送活儿到村”“送技术进车间”的方法,解决企业用工短缺和乡村就业难等问题,成为企业和农民增收新引擎。

图为近日,华蓥山经开区大千电子科技有限公司设置在古桥街道古桥社区的“微工厂”的员工,在车间转运产品。

邱海鹰 摄影报道

以创新融合为路径 培育提升新型党建文化力

■泽东化工集团党委书记、董事局主席 宋开荣

在全球数字化转型浪潮中,新质生产力正重塑经济发展新格局。发展新质生产力必须紧扣创新驱动这个关键引擎,培育具有数智化、绿色化、融合化特征的新经济形态。这就需要充分发挥党建工作的价值引领作用,通过构建“党建引领创新体系”,将党的组织优势转化为发展优势。要以“党建+”模式赋能科技创新、产业升级和要素重组,打造新型党建文化力,实现组织链、创新链、产业链的深度融合,为高质量发展注入强劲动能。

一、时代驱动,新形势下高质量党建文化引领新质生产力发展的重要性

在数字化转型、全球化竞争与产业变革叠加的背景下,传统党建模式面临“供需错位”挑战:部分企业党建与业务“两张皮”,文化凝聚力不足,员工价值认同弱化等。而党建文化作为党的先进性与组织力的集中体现,必定要成为驱动新质生产力的“红色引擎”,成为破解行业痛点、凝聚发展共识的核心动能。这就要求我们充分发挥党建文化的先进性、引领性功能,培育新型党建文化力,将党的政治优势转化为治理效能,以文化认同凝聚发展共识,为企业发展注入精神动力,为可持续发展提供组织保障。

二、钩深致远,深度剖析新型党建文化力的丰富内涵

新型党建文化力是对党的伟大精神、中华优秀传统文化、现代文化等的挖掘、弘扬、转化、创新、融合等发展到一定水平后的全新质态与质效生产力,是新时代背景下党建理论与企业发展实践深度融合的产物,它不仅仅是传统意义上的党建文化工作,而是更加注重实效性、针对性、创新性、积极性、主动性,是新时代高质量党建引领新质生产力发展,进而推动经济社会高质量发展的综合能力,是能够有效提

升企业组织效能、效率、效益,激发员工潜力、推动企业可持续发展的新型组织能力。

三、创新融合,为新型党建文化力培育注入强大动能

组织有活力,生产才能更红火。在新质生产力已“生根发芽、破土而出”的当下,党的建设文化和工作更有新担当新作为。要以创新融合为路径,加快培育与新质生产力相适应的新型党建文化力,为新质生产力筑牢“战斗堡垒”,引入“源头活水”,提供“成长土壤”,从而催生新产业、新模式、新动能,推动新质生产力“逐浪而行”,加快发展。

强化保障,推动思想认同与价值引领深度融合。新型党建文化力的培育,首要在于筑牢思想根基。要从思想上、情感上、心理上入手,在细微处见真功夫,教育引导员工融入企业、认同企业、安心企业。要营造暖心的“生活圈”,用心用情办好关系企业员工交通、子女上学等方面“暖心工程”。要激活齐心“动力圈”,落实落细《泽东集团党员教育培训工作规划》,坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想培根铸魂,内化于心、外化于行。以职业道德为重点,拓展“劳模讲台”,扬正气、争先进、立导向,大力倡导和弘扬劳模精神、工匠精神、工业精神、企业家精神、泽东精神,做到爱企敬业。完善“党建+心理关怀”机制。坚持员工与家属生老病死二级探望等福利制度,始终把员工的根本利益作为工作的出发点和落脚点,扎实推进泽东共同富裕计划迈出新步伐。着力实施“三个倾斜”,即发展党员向管理层和一线骨干、表彰先进向贡献突出者、重大任务向党员和入党积极分子倾斜,把技术骨干培养成党员,把党员骨干培养成管理者,确保党建工作、党员和员工思想行为与企业发展需要高度合拍。

聚合求效,实现组织优势与发展需求精准对接。始终坚持“围绕发展抓党建、抓好党建促发展”的工作思路,找准党建工作服务生产经

营的切入点。在重大项目建设、关键技术攻关等环节充分发挥好党委的政治核心作用、党支部的战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用,把党的组织优势转化为破解发展难题的实际效能。始终扎实推进泽东班子成员包保联系点制度,企业管理层双向进入、交叉任职制度,“联合会议”“双向例会”等制度,健全党组织参与企业重大决策机制,始终坚持党建工作与中心工作同布置、同推进、同检查、同考核、同总结,确保企业发展方向始终与党和国家战略部署保持一致,推动党建工作与生产经营同频共振,推动党的政治优势、组织优势转化为企业治理优势。

创新提质,促进党建工作与时代要求协同进化。深入开展党建工作项目管理,立项一批“书记联名项目”“党员攻坚项目”,广泛设立党员责任区、党员示范岗、党员突击队、退伍军人示范岗,着力推进党建促经营、促建设、促生产、促管理、促保障,以党建引领破解生产经营难题。联合上下游企业党组织共建技术攻关小组,推动跨行业技术共享与创新,积极探索“党建+”新模式,运用大数据、人工智能等技术手段,推动党建工作与企业数字化转型深度融合,构建智慧党建新格局,加速新型党建文化力在生产经营中的应用,深化泽东特色的党建品牌,增强党建工作的吸引力和感染力,提升生产效率和产品质量,推动产业向高端化、绿色化、数字化迈进。

以文化人,构建红色基因与企业文化共生生态。企业文化是企业的灵魂,党建文化是企业的根脉。要着力推动两种文化的深度融合,培育具有鲜明时代特征和企业特色的文化体系。深入挖掘红色文化资源,将其转化为企业发展的精神动力。切实开展好优秀共产党员、优秀党支部书记、先进党支部、三八红旗手、巾帼文明示范岗、劳动模范、岗位标兵、杰出青年、优秀通讯员等评选活动。以微信、抖音、公

众号、泽东报、泽东红展馆为宣传阵地,及时宣传党建文化就是企业最好的文化等文化理念,提升泽东党建工作的“高度”,挖掘党建工作中的“深度”,加大党建工作的“力度”,夯实党建工作的“厚度”,提升党建工作的“温度”,增强党建工作的“精度”。

合理用才,打造人才成长与企业发展的命运共同体。实施人才强企战略,着力开办好泽东干部培训班,培养具有泽东特色的高素质专业人才。健全人才梯队建设机制,规范后备人才“选、育、用、管”全流程;明确岗位职责与任职要求,制定储备原则;完善盘点、选拔、评估标准;优化培养、考核与晋升体系,打造人才成

长“摇篮”。着力构建以党建、技术、研发人才为支撑的人才体系,深化校企合作,搭建交流平台,吸引科技、管理等领域优秀人才投身新质生产力、新质安全力、新质环保力、新质经营力、新质创新力、新型党建文化力、新质改革力建设,为泽东集团可持续发展提供坚实人才保障。

站在新时代的起点上,我们要以新型党建文化力为引领,以创新融合为驱动,将党的政治优势转化为发展优势,让红色引擎持续赋能化工产业转型升级,让红色基因在技术攻关中焕发活力,让组织优势在产业升级中彰显价值,在推进中国式现代化的伟大征程中,谱写化工行业高质量发展的崭新篇章。

