

以“拓扑智慧”破解中国白酒困局

■ 李后强

我对中国白酒金三角战略很有感情,曾经深度介入,做了大量调研和协调工作。今天举行“酒业发展新趋势与川酒产业新机遇运营研讨会暨中国白酒金三角连锁经营项目合作启动仪式”,我很乐意参加。刚才中国白酒金三角连锁经营有限公司与成都国鸿酒业有限公司成功签约,我表示热烈祝贺!我相信这个合作前景美好、效益突出。“旧的白酒金三角”是地理产业概念,“新的白酒金三角”是战略战术概念——由“理念、人性、信仰”构成,由“性价比”转为“心价比”“情价比”,是对“产品、品牌、标准”的拓展与升华!四川盆地是世界最大的“天然发酵池”,有背靠青藏高原的独特优势,有横断山脉、第二阶梯、华西雨屏、西南涡旋、千条河流、亚洲淡水塔、世界“抽风机”等唯一性资源,有酿制美酒“的黄金九度”的天生条件,因此四川白酒全球无敌!我们要坚持标准化、智能化、绿色化、年轻化、国际化、地域化、低度化、低价化发展方向,让世界更加喜爱四川白酒!

四川白酒质量全球第一,但营销策略还有待提高。营销学就是心理学,要根据马斯洛心理需求设计产品、路径、方法。在当前形势下,必须树立“量子思维”,跳出“牛顿思维”,放弃传统的确定性,在“测不准”中把握新的“确定性”;必须强化“没有内卷”意识,关键是自己做得足够优秀,优质资源永远稀缺,内卷发生在平均值以下;必须强化“没有难题”意识,关键是真的开窍,打开心结,明白一切难题都是伪命题,一切问题都是主观问题;必须强化“不缺资金”意识,全球闲置资金非常多,关键是策划赚钱的项目,资本的特点是趋利增殖;必须强化“不缺人才”意识,人人都是人才,人人都可成才,关键是要有法眼慧眼,做到人尽其才,放在恰当岗位。“新的禁酒令”是新的发展机遇,重新洗牌、生生死死就是重大机遇,一定会诞生新的酒界英雄、新的大型酒企,但必须克服“政府依赖症”“公务消费症”,真正走市场化大道。在实践中做到“三个一”——天人合一、天下唯一、天下第一,这样就会所向披靡、市场无敌!

数学史上有个著名的玩笑:数学家把咖啡杯和甜甜圈称作“同一种东西”。这个看似荒诞的结论,恰恰揭示了拓扑学最迷人的特质——它拥有一双穿透形变的“本质之眼”。在这双眼睛里,圆桌上的褶皱、橡皮筋的拉伸,甚至宇宙星系的扭曲,都只是表象的“变形记”。真正决定事物本质的,是那些在形变中始终保持不变的位置关系与连接结构。这种超越具体形态、直抵结构本质的思维方式,便是拓扑智慧的核心。破解当前中国白酒困局需要“拓扑智慧”——看透本质、保持连接、不管大小、能伸能缩、只讲位置、见招拆招。只要把握了“拓扑智慧”,学会“量子思维”,一切困难迎刃而解!

中国白酒金三角战略,是川酒产业发展的核心引擎。在“酒王争霸”的时代,金三角不仅是地理概念,更是战略高地。我们要以“拓扑智慧”为指引,构建“金三角”战略体系,推动川酒产业高质量发展。金三角战略,是川酒产业发展的核心引擎。在“酒王争霸”的时代,金三角不仅是地理概念,更是战略高地。我们要以“拓扑智慧”为指引,构建“金三角”战略体系,推动川酒产业高质量发展。

中央八项规定实施十余年来,从根本上改变了党的作风形象和政治生态。作为中国特色社会主义市场经济的重要主体,民营企业的党组织在落实中央八项规定精神中承担着关键角色。中共中央办公厅印发的《关于加强和改进非公有制企业党的建设工作的意见(试行)》明确规定,非公有制企业党组织是“党在企业中的战斗堡垒”,在企业职工群众中发挥政治核心作用,在企业发展中发挥政治引领作用。这一功能定位决定了民营企业党组织必须成为贯彻中央八项规定精神的重要推动力量。

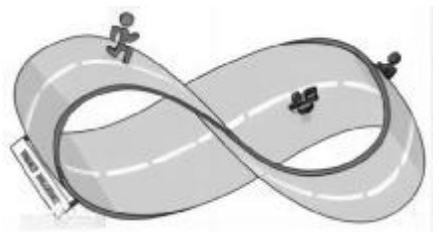
随着全面从严治党纵深发展,民营企业党组织在落实中央八项规定精神过程中面临着独特挑战:既要严格遵循党纪要求,又要适应企业市场化运作特点;既要防范利益输送,又要优化营商环境。因此,深入研究民营企业党组织贯彻落实中央八项规定精神的现状、问题与优化路径,对于完善中国特色现代企业制度、构建“亲清统一”的新型政商关系具有重要理论与实践意义。

一、民营企业党组织贯彻落实中央八项规定精神的现状

1.1 分层分类推进学习教育

领导班子示范引领:民营企业党组织往往将中央八项规定精神学习与企业发展深度融合,通过理论学习中心组学习、专题读书班、实地研学等形式,领导班子带头开展“学理论铸魂、抓警示明纪”活动,并将学习教育纳入新提任干部必修课程,强化“头雁效应”。有些工商联通过召开所属商会党建工作推进会,要求各级商会党组织“扎实开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育”,将学习教育与商会改革发展任务一体化推进。

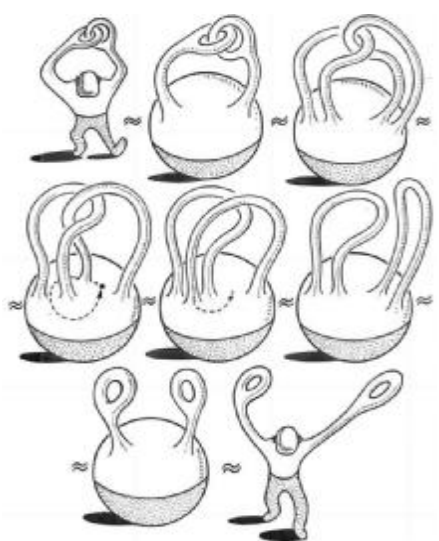
基层党员全面覆盖:针对民营企业党员分散、流动性强的特点,江苏等地探索“联学联建”模式,如工商联组织民营企业开展“汲取



(莫比乌斯环从 2 维到 3 维,没有内外之分)



(克莱因瓶从 3 维到 4 维,可装下全世界的水)



(拓扑变换,双手解套)

拓扑智慧是什么?

(一)从度量的消解看当大小粗细失去意义

在欧几里得几何的世界里,圆与正方形是截然不同的图形——前者周长由 πr 定义,后者由边长 a 决定;球体与立方体的表面积、体积更因半径与棱长的差异而泾渭分明。但在拓扑学的舞台上,这些差异瞬间消逝。一个圆可以通过连续拉伸变成正方形,一个球体可以压扁成立方体,只要变形过程中没有撕裂或黏合,它们就共享同一个拓扑名称:“二维单连通流形”。这种对度量的消解,本质上是思维方式的革命。传统认知习惯用“多长”“多粗”“多大”的标尺丈量世界,但拓扑智慧告诉我们:这些数值不过是表象的注脚。就像用不同力度的笔触描绘同一幅画,拓扑学家关心的是画的“轮廓结构”而非“笔触粗细”。当我们说“北京的三

环路”时,真正重要的不是环路的实际长度或车道数量,而是它作为“闭合环路”将城市中心与外围区域分隔开来的位置关系——这种结构特性不会因道路拓宽或缩窄而改变。

(二)从形变的自由看能伸能缩的本质游戏

拓扑变换的魅力,在于它赋予了形变近乎“自由”的权利。只要保持“连续性”(即没有突然的断裂或重叠),任何拉伸、压缩、扭曲都是被允许的。这种“能伸能缩”的特性,让拓扑学成为研究“不变性”的学问——在允许的形变范围内,寻找那些绝对保持的性质。想象一根橡皮筋:它可以被拉成直线,也可以绕成螺旋,甚至打个结,但无论怎么变化,其“端点数量”“闭合性”等属性始终如一。再比如人类的认知网络,社交平台上的好友关系可以不断增减,信息传播路径可以千变万化,但“强连接群体”与“弱连接桥梁”的结构特征,始终决定着信息扩散的效率。这种“形变中的不变”,正是拓扑智慧最生动的体现——它教会我们:真正重要的不是事物“看起来像什么”,而是“如何与其他事物发生关联”。

(三)从位置密码看连接比形状更接近本质

在拓扑学的字典里,“位置”远比“形状”更接近事物的本质。两个图形若能通过连续变形互相转化(数学术语称为“同胚”),它们便共享相同的拓扑性质。比如,咖啡杯与甜甜圈之所以“同胚”,是因为它们都有一个“贯穿整体的洞”——咖啡杯的洞是把手与杯身的连接处,甜甜圈的洞是中间空心部分。这个洞的位置与数量,构成了区分不同拓扑结构的关键密码。这种对“位置关系”的关注,彻底改变了人类认知世界的维度。传统科学常执着于“是什么”(如物质的化学成分),而拓扑智慧更关注“如何连接”(如分子的空间结构)。**DNA** 双螺旋的遗传信息,不在于碱基对的排列长度,而在于互补链之间的缠绕方式。大脑的信息处理能力,不取决于神经元的数量,而取决于突触连接的网络结构。就像中医把脉时关注的“脉象”不是脉搏的频率数值,而是气血在寸关尺三部的位置关系——这种对“连接性”的敏感,正是拓扑智慧在生活实践中的投射。

站在科学与哲学的交汇处,拓扑智慧提供了一把打开本质世界的钥匙。它教会我们:当被表象的复杂所困扰时,不妨退一步,寻找那些在形变中始终不变的位置关系。当我们被“大小”“粗细”等度量标准束缚时,不妨拾起头,看看事物如何通过连接与位置构建起更本质的秩序。这种思维方式,不仅是数学家破解几何难题的工具,更是人类理解宇宙、认知自我的底层智慧——毕竟,无论是星辰的运行轨迹,还是文明的演化脉络,最终都指向一个核心命题:万物如何在变化中保持本质,在差异

中建立连接。而这,正是拓扑智慧最深刻的启示。

如何破解白酒困局?

拓扑智慧的本质就是穿透表象的结构。拓扑学作为数学的分支,其核心在于研究物体在连续形变中保持不变的本质结构。这种思维方式强调位置关系与连接性,而非具体形态的度量差异——正如咖啡杯与甜甜圈因共享“洞”的结构而被视为同胚。在白酒行业面临库存高企、国际化受阻、年轻消费断层等困局时,拓扑智慧提供了穿透表象矛盾、重构产业生态的思维框架。

(一)拓扑智慧的四大概套工具

1.结构重联——破解库存困局的拓扑映射

库存网络拓扑分析。有的酒企将全国**2300** 个县域市场视为节点,通过物流热力图识别“高库存-低需求”的负反馈环(如东北市场库存积压与华南市场缺货并存),运用拓扑优化算法重构仓储网络,实现基酒跨区调配效率提升**37%**。

产品形态拓扑变换。有的酒企借鉴拓扑学中的“维度折叠”原理,将高端酱酒拆解为基酒**(70%)**、调味酒**(20%)**、文创酒**(10%)**的模块化组合,通过柔性生产线实现**72** 小时定制化生产,库存周转率提升**2.3** 倍。

2.连通性增强——国际化突围的拓扑通道

文化拓扑适配。有的酒企构建“酒体基因库”(含**52** 种基础风味),通过机器学习分析全球烈酒消费数据,发现威士忌消费者对“烟熏感”的偏好与酱酒“焦糊香”存在**0.78** 的拓扑相似度,开发出国际版“赤水河·烟熏版”,在东南亚市场试销转化率达**41%**。

渠道拓扑重构。有的酒企将传统“厂商-经销商-终端”线性链条升级为“品牌云中枢+区域节点”的网状结构,通过区块链技术实现全球**1200** 家经销商库存实时可视,滞销品跨区调拨时效缩短至**8** 小时。

3.形变生长——年轻化转型的拓扑演化

感官拓扑映射。有的酒企运用多模态感知技术构建“风味指纹库”,将传统酱香型酒体分解为**68** 种风味维度,在元宇宙空间构建可交互风味星云,消费者通过脑机接口直接体验风味拓扑演变,推动年轻用户复购率提升**65%**。

文化拓扑嫁接。有的酒企将白酒酿造工艺抽象为“时间-微生物-地理”三维拓扑结构,开发《酒脉》互动游戏,玩家通过调整海拔、温湿度等参数观察酒体风味生成,使**Z** 世代用户参与度提升**300%**。

4.维度压缩——低度化战略的拓扑平衡

酒精度拓扑优化。有的酒企建立“风味-酒精度-健康价值”三维拓扑模型,发现**42** 度时呈现“风味复杂度峰值”与“健康风险谷值”的

黄金交叉点,推出“微醺矩阵”产品线,覆盖**18-55** 岁全年龄段需求。

消费场景拓扑融合。有的酒企通过**LBS** 技术绘制城市活力热力图,将餐饮、酒吧、露营等场景映射为拓扑节点,开发“即饮型+社交型+收藏型”三合一产品,在夜间经济场景市占率提升至**27%**。

(二)拓扑智慧的产业重构

1.生产端——酿造工艺的拓扑优化

有的酒企构建“微生物群落-环境参数-风味物质”的拓扑网络,通过**AI** 模拟发现窖池温度波动与酯类物质生成的莫比乌斯环关系,将优质酒率从**38%** 提升至**51%**。

2.营销端——消费者心智的拓扑编码

有的酒企运用拓扑数据分析技术,将消费者行为轨迹转化为“兴趣-场景-决策”三维流形,精准识别“品质追求者”“社交货币持有者”等**7** 类人群,定制化营销**ROI** 提升**210%**。

3.供应链——物流网络的拓扑韧性

有的酒企建立“港口-保税区-经销商”的拓扑脆弱性模型,通过压力测试识别关键节点,部署智能分仓系统使国际订单履约时效缩短**40%**。

(三)拓扑智慧的哲学启示

白酒行业的困局本质是传统线性思维与复杂市场环境的错位。拓扑智慧启示我们,要学会“量子思维”,强化“没有内卷”理念、“没有难题”理念,彻底抛弃“倚老卖老”“依靠政府”等传统思想,以“三个一”(天人合一、天下唯一、天下第一)衡量新产品,推动白酒产业做优做强。

去中心化——打破“高端产品-头部企业”的单一结构,构建“文化**IP**-区域特色-个性定制”的网状生态

动态平衡——在产能扩张与需求收缩间寻找拓扑稳定点,实现“控量保价”与“规模增长”的共生

跨界生长——将酿造技艺视为可编程的拓扑结构,通过数字技术实现风味、形态、体验的无限重组

正如拓扑学中“莫比乌斯环”揭示的无始无终,白酒行业的振兴需要打破非此即彼的二元对立,在结构变革中寻找生生不息的进化动力。当行业学会用“拓扑智慧”“量子思维”重新定义“价值”“连接”“生长”,中国白酒终将从千年窖池中走出,在全球消费版图上绘制出新的拓扑奇观。

(作者系四川省委、四川省人民政府决策咨询委员会副主任,成都市社会科学界联合会主席,四川省社会科学院二级教授、博士生导师。本文为作者 2025 年 6 月 28 日下午在“酒业发展新趋势与川酒产业新机遇运营研讨会暨中国白酒金三角连锁经营项目合作启动仪式”上的发言)

民营企业党组织

贯彻落实中央八项规定精神现状、存在问题及对策研究

■ 丁谦华

二、民营企业党组织贯彻落实中央八项规定精神存在的问题

2.1 思想认识存在偏差

政治领悟还不深刻:部分企业党组织将八项规定精神简单理解为“压缩经费开支”,未能从“两个确立”的政治高度把握其战略意义。在研讨中存在“引用文件原话多、系统剖析少”倾向,对“四风”问题隐形变异与权力寻租的关联性认识不足。有些将商务接待与会议用餐混为一谈,暴露出对八项规定精神的理解不足。

责任传导还不到位:一些党组织负责人“头雁效应”发挥不充分,对基层“躺平式、侧卧式”干部姑息迁就。在专题民主生活会上存在“说工作多、讲思想少”的避实就虚现象,监督执纪“抓大放大”,对党员干部日常行为规范约束宽松。部分企业出资人认为党建工作是“政治任务”,实际支持停留在口头表态。

2.2 实践执行存在短板

形式主义隐形变异:为应对检查考核,部分企业出现“数字游戏”:通过拆分合并会议实现数量达标、要求基层重复填报数据、督查工作“以痕论绩”等。在调查研究方面,存在“被调研”现象:预先划定考察路线、指定发言人员,调研成果转化率偏低,对职工反映的绩效考核不公、晋升通道狭窄等深层次问题止步于形成报告,缺乏具体解决举措。

权力监督存在盲区:在民主决策方面,部分企业“先入为主”倾向明显,重大项目论证流于形式;干部选拔存在“熟人效应”,关键岗位任职资格审查把关不严。在廉洁风险防控上,对“微腐败”警惕性降低,如接受合作方节日伴手礼、默许亲属参与企业关联业务等问题时有发生。

2.3 制度机制存在缺陷

党建与业务融合不足:部分企业党组织活动与企业生产经营“两张皮”,组织生活仍以读文件、学通报为主,缺乏与企业发展战略、创新转型的结合点。在非公有制企业相对集中的开

发区,虽然设立综合党委,但因缺乏专业力量,对规模以下企业的党建指导“力不从心”。

长效机制尚未健全:警示教育存在“温差”:对财务、招标等关键岗位的针对性提醒不足;以案促改做“半篇文章”,对巡察反馈问题整改缺乏长效机制。部分企业家反映,虽然知晓政商交往“正面、负面、倡导”三张清单,但遇到具体问题时仍感“边界模糊”,希望获得更明晰的操作指引。

三、优化民营企业党组织贯彻落实中央八项规定精神的路径

3.1 构建“教育、制度、文化”三位一体体系

深化分层分类教育机制:对党组织书记和出资人,开展“守信念、讲奉献、重品行、懂经营、会管理、善协调”专题培训,每年组织集中培训;对年轻党员和关键岗位人员,开设“纪律微课堂”,围绕招标采购、商务接待等场景开展案例教学。推广“政商交往三张清单”(正面清单、负面清单、倡导清单)模式,通过“廉洁讲座+法治宣讲”组合,明晰“严禁开展的‘红线’和倡导开展的‘绿线’”。

创新组织生活载体:探索“开放式党组织活动”,推动党群活动一体化,鼓励企业党组织与其他单位结对共建。充分运用“网上党建园地、党建微博、网上论坛”等载体,将组织生活拓展至线上。如创作廉洁文化作品,组织家风助廉活动,举办劳模先进事迹宣讲会,以文化浸润提升教育实效。

3.2 健全“监督、整改、治理”闭环机制

数字赋能精准监督:建作风监督信息化平台,整合信访举报、审计监督、财务监管数据,对业务招待费、差旅费、采购招标等实施“穿透式审计”。推广先进经验,实现政策兑现全流程线上留痕、异常操作自动预警。设立“基层减负监测点”,实时追踪文件会议数量、督查检查频次,根治形式主义变异问题。

闭环整改突出问题:针对“违规接待”“搭车报销”等多发问题,制定《权力运行负面清单》,细化“八小时外”行为规范。建立“红黄蓝三色预警”机制,对苗头性问题开展“第一种形态”精准约谈。实施巡察整改“回头看”,将学习教育与巡察整改结合,以“点的整改”促“面的提升”,确保问题销号清零。

3.3 创新“党建、经营、服务”融合模式

党建与生产经营深度融合:完善党组织与管理层“双向互动”机制,建立党组织书记列席企业决策会议制度、重大事项党组织前置研讨制度。围绕企业创新转型,设置“党员先锋岗”“技术攻关队”,将作风建设成效转化为生产力。

构建亲清统一服务生态:建立领导干部“基层体验日”制度,定期到生产一线顶岗作业,现场解决急难愁盼。推广“部门+党员两张责任清单”模式,通过“走访”收集诉求。组建由职工代表、企业家、行业协会参与的“作风观察员”队伍,开通**24** 小时监督热线,实现多元共治。

民营企业党组织贯彻落实中央八项规定精神是全面从严治党向基层延伸的关键环节。当前,各地通过分层分类学习教育、问题导向专项整治和创新监督机制等举措取得阶段性成效,但在思想认识深度、实践执行力度、制度保障力度上仍存短板。优化路径需立足民营企业特性和党组织功能定位,着力构建“教育、制度、文化”三位一体体系,健全“监督、整改、治理”闭环机制,创新“党建、经营、服务”融合模式,推动中央八项规定精神在民营企业落地生根。

未来,随着《民营经济促进法》的实施和数字经济快速发展,民营企业党组织应更加注重“廉法融合”与“数字赋能”双轮驱动,将作风建设深度融入公司治理、风险防控、文化建设全过程,以“亲清统一、廉勤并重”的新型政商关系护航中国式现代化建设。

(作者系无锡山禾集团有限公司党委书记)