

## 齐俊元：塑造中国智能化办公产品未来

■ 周云芳

在我国数字化办公与协同产业持续升级的背景下，一批具有产品洞察力与技术推动力的年轻从业者成为行业创新的重要推动力量。随着企业协作软件、大模型应用、云存储等领域进入深度整合与智能化阶段，这些成长于互联网发展黄金时期的产品人才，正逐渐成为新一代生产工具变革的领军人才。

作为“90 后”创业者与数字化办公产品专家，齐俊元因在协同办公、云服务以及 AI 办公产品等多个核心赛道上的持续深耕而备受业界瞩目。他主导和参与了多项行业代表性产品的设计与落地，如阿里云盘、飞书、豆包等产品。在十余年的职业生涯中，齐俊元不仅推动了众多创新产品的诞生，还积累了丰富的产品规划、系统设计与团队管理经验。其打造的产品广受市场认可。作为中国数字化办公领域的专家，齐俊元的职业轨迹被业内视为观察行业发展、理解数字化办公创新逻辑的重要参考，其产品在行业内影响深远。

齐俊元是上海交通大学信息管理系优秀毕业生。2011 年在校期间，他创立了 Teambition（一种团队协作工具）。Teambition 是中国领先的团队协作与项目管理平台，致力于通过任务、项目、文档和沟通的全流程整合，提升团队的执行力与协作效率。该产品定位于面向中小企业与项目团队的协同平台，在国内软件运营服务市场尚未成熟的

时期切入行业早期空白。自 2012 年起，该项目连续获得戈壁创投、IDG 资本、盘古创富及北极光创投等机构投资；2016 年获得腾讯战略入股，逐渐形成较完善的用户生态，成为国内颇具代表性的协同工具之一。2019 年，阿里巴巴以约 1 亿美元收购 Teambition，此举被视为当时国内软件运营服务行业的重要里程碑。2021 年，阿里云盘面向公众发布，原 Teambition 网盘业务同步完成数据迁移，为用户提供了更加统一的存储服务体系。在这之后，齐俊元还曾参与字节跳动飞书体系的核心产品研发工作，随后将其丰富的产品经验和行业洞察转向人工智能领域，专注于 AI 产品“豆包”的创新与开发。

如今，齐俊元已经是行业知名的办公智能软件专家。他在协同工具设计、交互创新及云服务相关领域拥有 20 余项专利。他还曾入选“福布斯中国 30 位 30 岁以下精英榜”“福布斯亚洲 30 位 30 岁以下精英榜”，并被 FastCompany（著名商业杂志）评为“中国最具商业创造力人物”，多次被视为“90 后”创业者的典型代表。

随着中国数字化办公从工具化阶段迈向智能生成、智能协同阶段，行业对具备跨场景理解和技术整合能力的年轻产品人才需求愈加迫切。齐俊元的职业路径，正是这一代产品力量在新技术周期中成长与发挥作用的缩影。

## 金沙酒业借骏马奔驰传递新年年味与美好祈愿

■ 邓贤辉

2026 年，日趋成熟的生肖酒市场也在新旧交替的时间节点迎来新一轮的品牌大比拼，这一融合品质、美学、文化等竞争要素以及覆盖收藏、社交与投资等多重场景与价值的竞赛赛道，全面考验着酒企的综合实力。不久前，金沙酒业于线上重磅推出了摘要酒丙午马年生肖酒（1.5L 收藏款）、摘要酒丙午马年新春礼盒、金沙回沙酒丙午马年生肖酒三款生肖新品，用凝聚着酿艺与匠心、文化与美学的典范之作开启丙午马年的锦绣序幕，以全新的生肖矩阵传递出对未来的美好祈愿和力争上游的进取精神。

从摘要酒丙午马年生肖酒“丰腴骏马”的美学设计，到摘要酒丙午马年新春礼盒“万马腾飞”的美好寓意，再到金沙回沙酒丙午马年“一马当先”的霸气魄力，金沙酒业将奔赴美好的情愫灌注进产品当中，这也是当前白酒行业在承压发展中所需要的澎湃情感与激励能量。

三品齐发，献礼新春 内外兼修，制胜红海 当前的生肖酒赛道已逐步趋于成熟，这片市场的竞争与厮杀，也逐渐从受品质、品牌、设计等浅层因素的影响，转向由文化属性、精神价值等深层因素共同决定。此次，金沙酒业以文化为纽带，深入挖掘“马”的文化价值与精神内涵，并聚焦“摘要”与“金沙回沙”双品牌矩阵，同步发布 3 款马年生肖酒新品，以差异化的设计语言与价值定位构建新春酒礼产品序列，进而继续与广大受众建立起深度的情感连接。

摘要酒丙午马年生肖酒（1.5L 收藏款）是一款兼具设计巧思与文化内涵的艺术精品，她以华夏文脉致敬非遗，以国家级非物质文化遗产——唐三彩为灵感设计进行现代创作，整体瓶身呈现出“丰腴骏马”的古朴神韵，同时在橙黄釉色的点缀下将尊崇融于瓶身，又具备了现代美感。在细节打磨处，摘要酒丙午马年生肖酒（1.5L 收藏款）同样具有古今交融的美学表达，特别是将摘要的书型瓶符号、镌刻于马鞍、马镫以及产品底座当中，实现了品牌内涵与唐三彩艺术底蕴的无缝融合。

在丰盈的体态和轩昂的姿态之下，是摘要酒丙午马年生肖酒（1.5L 收藏款）卓越而稀缺的品质。作为金沙酒业匠心巨作，摘要酒丙午马年生肖酒（1.5L 收藏款）是对摘要高端基因的延续与强化，是承大曲酱香回沙工艺之精髓铸就的酱香典范，具备值得收藏的稀缺属性和高品质内核。

而对于寓意福运盈门的摘要酒丙午马年新春礼盒来说，不仅在礼盒的设计上以山河为卷，绘以万马奔腾、壮志腾飞的雄姿，融入吉祥如意之愿，同时，两瓶 500ml 装的丙午马年新春版摘要酒，也由国家级调酒大师匠心勾调，在融合岁月沉淀的醇厚基酒与陈年老酒后尽显醇厚风味。

金沙酒业还推出了金沙回沙丙午马年生肖酒（1.5L 装），作为一款收藏级匠心新作，产品设计取意唐代青石骝马雕，塑造造浪奔腾、昂首长鸣之姿；通体施窑窑红釉，马身金线勾勒，搭配金丝印外盒，华贵天成；同时每瓶独立编号与收藏证书，更具稀缺价值与珍藏属性。

对于金沙酒业而言，推出生肖酒产品，不仅是让是美酒与文化进行简单的叠加，而是在深度融合中为广大受众带来更具品味高度的审美体验和美学享受。此次，金沙酒业再次将生肖文化注入产品之中，不仅使产品呈现出温润典雅、各有风韵的特征，也在推动品牌的的审美升级与品位升格，使品牌在生肖酒这条红海赛道上也更富竞争力。

### 生肖为笔，传递美好 摘要年味，马上到位

在中国酒业丰富而精彩的产品表达中，生肖酒独树一帜，它以匠心为基，以艺术塑形、以文化铸魂，不仅为传统佳节增添了一份独特的风味，带来新的鉴赏意趣，更在生肖文化生生不息的赓续中，向每一个消费者传递了乐业安居的美好寓意，这便是金沙酒业推出生肖酒最本质的初心。

生肖酒的竞争，表象是品牌与产品的较量，内核却是对文化诠释能力的深度考验。金沙酒业此次以“马”为命题，实现了从器物美学到精神表达的跨越，更在行业承压前行的当下，完成了一次关键的价值锚定：它将一款应时之作，升华为一种与时代情绪共鸣的精神载体。

因此，金沙酒业聚焦“摘要”“金沙回沙”双品牌重磅推出 3 款生肖新品，献礼丙午马年新春，不仅是通过对产品的打磨与文化的挖掘，创新白酒表达意境与完成品牌的审美进阶，还是将产品与象征着奋进、祥瑞的生肖马结合，在灵感迸发中表达出对未来的美好祈愿与福祉导向，这也正是对“摘要年味，马上到位”主题内核的生动诠释。

一方面，金沙酒业以生肖文化为载体，用更具文化韵味、更具高雅品味与更具价值魅力的生肖纪念酒为新春献礼，在消费场景的融入深耕与品牌营销的优化升级中构建成长通路，也在文化链接中激发与消费市场的情感共振。恰如摘要酒丙午马年生肖酒（1.5L 收藏款），金沙酒业通过对唐三彩非遗文物元素的现代化重塑与表达，让沉睡的历史文物焕发新的生命力，并通过深度的文化赋能提升产品的溢价能力，最终实现文化价值与商业价值的双重增值。

另一方面，站在辞旧迎新的关键时间节点，同步发布的 3 款生肖佳作也是金沙酒业献礼神州大地与奔腾盛世的文化厚礼，用象征着福运与希望的美学设计、文化理念，为华夏儿女带来最诚挚的祝福。

马，是中华民族精神图腾中的重要一员，是进取精神和勤奋品质的象征，承载着中国人对奋斗与前进的美好寄托。金沙酒业将“马踏祥云，步步高升”的福运、“万马奔腾，壮志腾飞”的壮志、“一马当先，奔驰上游”气度注入酒中，让“马”的精神与意向，在与酒文化的碰撞中展现的淋漓尽致，也让每一款生肖产品都有着不凡的意义。

金沙酒业此次三品齐发的丙午马年生肖酒矩阵，不仅是一次产品的匠心呈现，更是一场文化的深度对话。通过挖掘“马”的精神内核，金沙酒业成功将产品的物质属性升华为情感共鸣与精神激励，为消费者献上了一份承载着祥瑞祝福与奋进力量的新春厚礼。

特别是当下，面对行业深度调整与宏观环境变化带来的显性压力，“马”更被视作一种精神指引与向上力量。金沙酒业将这种精神激励与澎湃力量融入产品之中，不仅传递出对新岁的祝福，更以马到成功的信念来指引着未来的前行方向。

## 非遗宴古今 一席知平武——锦禧府土司宴打造沉浸式文化体验新场景

■ 殷汝培/文 苏东华/图

1 月 10 日，四川省绵阳市平武县锦禧府土司宴盛大开业，标志着以非遗美食“土司九斗碗”为核心、融合藏羌风情与多种体验的“非遗龙州”文旅项目正式投入运营。该项目通过对旧粮站的创新改造，打造了集美食、展示、研学、娱乐于一体的沉浸式文化场景，不仅为当地增添了文旅新地标，更通过企业市场化运作，将静态非遗转化为动态生活体验，有效串联周边资源、丰富夜间经济，是平武县深化文旅融合、推动非遗活态传承、促进旅游高质量发展的一个成功实践和鲜活范本。

上午 10 时，锦禧府土司宴音乐厅内彩花飞舞、锣鼓震天、人头攒动。经过长时间精心筹备，以非遗美食为核心体验的锦禧府土司筵正式开业迎客。这不仅 是平武餐饮界的一件盛事，更标志着平武县新增了一处集美食、文化、旅游于一体的标志性打卡地，为当地文旅融合高质量发展注入了鲜活力量。

开业现场，喜庆热烈的氛围感染着每一位来宾。锦禧府土司宴以其独具特色的“土司九斗碗”宴席为核心卖点，吸引了众多市民、游客及文化爱好者前来“尝鲜”。这一民族非遗美食，沿袭了七百多年的传统烹煮技法，包含 16 道各具特色的菜肴。自 2015 年推出以来，便以其纯正的工艺和独特的风味受到中外友人的广泛赞誉。如今，经营场所从过去的楼上摆桌，扩展到宽敞明亮的音乐厅与庭院，让宾客在享受美食的同时，也能沉浸于浓郁的民族风情氛围之中。

“土司九斗碗”的烹制极为讲究，火力掌控恰到好处，成色色香味美、口味正宗。盛菜的碗具也别具匠心，采用圆形黄



底色暗花碗，古朴雅致，还未动筷便已令人食欲大增。现场，来自成都的游客王平先生品尝后赞不绝口：“我走遍了全国很多地方，这样纯正、清香的九斗碗，我还是头一次吃到！”省级套枣传承人陈力菊女士向来宾们耐心讲解了“土司九斗碗”的历史渊源与文化内涵，让这场美食之旅更添深度。

除了招牌的九斗碗，锦禧府的家常菜也广受好评。厨师团队在坚守传统制作方法的基础上大胆创新，为经典菜品注入了新的活力。76 岁的德阳游客张定芬女士边吃边竖起大拇指：“做的地道，整得巴适！”食客们的交口称赞，是对锦禧府美食技艺的最佳肯定。

锦禧府土司筵所在的“非遗龙州”项目，是平武县文旅发展的又一力作。项目

历时两年精心打造，将原占地 10000 平方米的旧粮站，成功改造为一个融合藏羌风情、白马服饰、非遗美食、教学研学、光影记忆等多功能于一体的综合性文化展示体验园。它的开业，不仅为平武增添了文化休闲新去处，更成为外界了解平武历史、认识平武风情的“活教材”。该项目有效串联了龙池坪生态动物园、报恩里、报恩寺等周边景点，为游客提供了更加丰富和新鲜的体验场景，形成了联动效应。

“非遗龙州文化底蕴深厚，是多民族文化包容共生的珍贵见证。锦禧府扎根于此，不仅是一处宴请宾朋的宴会厅，更是一座鲜活的非遗展示平台。”平武县龙洲珍禽王旅游服务有限责任公司董事长、四川龙州土司府文化传

## 穿越 2025：剑南春示范何为名酒的“稳”与“进”

■ 罗玉婷

2025 年，白酒行业在深度调整与消费迭代的浪潮中，经历了一场前所未有的“名酒大考”。市场收缩、价格波动、库存高企……一系列挑战考验着每一家企业的战略定力。在这一年，剑南春并未选择保守蛰伏，而是以一套清晰的“稳进”组合拳，给出了自己的答案。

通过夯实王牌产品基本盘、以创新文化产品拓展价值空间，剑南春稳住了市场根基。同时，它展开了一套融合权威声量与深度用户链接的“组合式营销”，既在高端平台高举高打，又以演唱会、体育赛事等多元形式与消费者真诚沟通。

在更长远的价值布局上，从持续十年的高考助学，到构建高端产业“朋友圈”，剑南春的行动超越了短期销售，转向对未来的投资。守正与创新，在这一年构成了剑南春品牌韧性的双翼，为行业提供了一个穿越复杂周期的示范答卷。

### 守好水晶剑南春基本盘 点燃文创酒“新引擎”

在 2025 年充满不确定性的白酒市场中，产品的结构性稳定成为品牌穿越周期的首要考验。剑南春的策略清晰而坚定，一手牢牢锚定百亿大单品水晶剑南春的基本盘，另一手以高端文创产品为引擎，向千元价格带发起战略卡位。

尽管整个行业面临价格波动压力，但在经销商的实际感知中，剑南春的产品价格体系展现出了超乎寻常的韧性。

据市场反馈，剑南春是 2025 年名酒行情中价格最稳定、最坚挺的品牌之一，其产品动销顺畅，为渠道提供了可预期的利润保障。

水晶剑南春的强大品牌影响力，使其在商务宴请、婚宴宴等核心场景中保持着首选口碑地位。这种稳定性的根源，在于历经市场长期检验形成的品质稳定、品牌认知清晰、价值感明确的品牌共识。在理性消费回归的当下，这种特质构成了其抵御市场波动的核心护城河。

市场的认可最终体现在消费者用钱包投出的真实一票上。2025 年天猫“双 11”期间，剑南春一举斩获白酒行业交易总量榜首，彰显了强大的市场号召力。这不仅 是线上流量的胜利，更是其线下到线上全渠道协同、产品力被广泛接受的有力证明。

在“稳”住基本盘的同时，剑南春更敢于“进”。2025 年，它精准把握文化消费趋势，进行了一系列结构化升级。

通过深化与陕西历史博物馆、中国国家博物馆等顶尖文化机构的合作，相继推出了剑南春·鎏金纪、剑南春（丙午马年）生肖纪念酒等文化创意新品。

这些产品不仅是盛唐美学与历史文脉的载体，更是剑南春将深厚的“唐代官



廷御酒”基因，转化为可感知的产品溢价与品牌高度的战略实践。产品直指千元以上价位带，在行业普遍谨慎的背景下，展现出一线名酒对高端市场承接力的自信与进取姿态。

### 权威背书高举高打 场景创新深度触达

2025 年，剑南春的品牌传播打出了一套刚柔并济、高低搭配的组合拳。这套策略既有占领舆论制高点的权威背书，也有浸润于消费者日常生活场景深耕，共同编织了一张立体化的品牌沟通网络。

在品牌声量的“高空”层面，剑南春选择了最具公信力的平台进行战略占位。自 2025 年 11 月起，剑南春正式登陆 CCTV—13《东方时空》黄金时段，开启全年整点报时合作。这意味着其品牌形象将伴随国家权威媒体的声音，实现 365 天不间断的稳定曝光。不仅极大地提升了品牌的国民知晓度与公信力，更是在行业调整期彰显其作为民族品牌“定力”的象征性动作。

如果说登陆《东方时空》是“高举”，那么一系列深入具体生活场景的营销活动则是“精耕”。2025 年，剑南春在体育与文娱两大领域进行了密集的跨界布局，直接与目标消费群体对话。

在体育营销上，剑南春一方面继续深化其国际化的足球基因，成为咪咕视频 2025—2026 赛季英超联赛转播的首席合作伙伴，深度触达亿万球迷圈层。另一方面，则聚焦于全民参与的“剑南春·老酒 2025 全国东西南北中羽毛球大赛”，赛事覆盖全国 14 座核心城市，将品牌活力与大众运动健康的生活方式紧密绑定。

2025 年底在成都东安湖体育公园举办的“剑南春·千年酒韵‘春’满蓉城”演唱会，更是其场景营销的又一力作。

这场集结了汪峰、张韶涵、齐秦等实力歌手的盛会，吸引了超过三万名观众。

其成功不仅在于强大的阵容，更在于“购酒赠票”模式，直接将品牌的文化体验与产品动销挂钩，既以稀缺的娱乐资源回馈了消费者，也有效地拉动了终端销售，为经销商在年末旺季提供了强大的“动销加速器”。

从“观赛”到“参赛”，再到“赏乐”，剑南春的营销活动始终围绕消费者的真实兴趣与生活场景展开。它没有停留在简单的品牌露出的层面，而是通过提供价值、创造体验，与消费者建立更深层次的情感链接。这种从“流量”到“留量”的思维转变，体现了其营销风格的务实与稳健。

### 蓄能未来 心智播种与朋友圈扩容

对于一家志在长远的头部名酒企业而言，真正的战略眼光体现在那些“不以短期销售为目的”的深远布局上。2025 年，剑南春通过持续深耕公益事业与积极构建高端产业对话平台，展示了其为品牌未来价值所做的长期投资。

在公益领域，剑南春对青年学子的关注已演进为一个系统化、品牌化的长期工程。自 2016 年发起高考公益活动以来，其项目已累计服务全国千万名高考家庭。

2025 年，这项事业再度升级。剑南春不仅联合专业机构举办了 17 场志愿填报公益直播，推出“AI 智能选校”等实用工具，更是携手中国青年创业就业基金会，正式开设“剑南春强国青年奖（助）学金项目”，为青年成长提供实质性支持。

更富前瞻性的是，剑南春策划了“强国青年研学之旅”，带领学子走进贵州“中国天眼”和深圳的顶尖科技企业，并独家冠名了聚焦科技前沿的《强国青年说》节目。这些行动已远超传统的捐资助学范畴，它是在青年价值观形成和人生道路选择的关键阶段，进行深刻的心智播种与品牌温度传递。

播有限公司总经理，同时也是平武县旅游业商会会长、民间文艺家协会主席的张铭在开业仪式上表示，他们将土司烹饪技艺、民俗礼仪、传统歌舞等非遗元素深度融入用餐体验，让宾客在品味美食的同时，触摸文化根脉、感受非遗魅力。这既是我们对“以文塑旅、以旅彰文”理念的践行，也是企业响应政府号召，助力非遗活态传承、服务旅游发展的责任担当。

张铭介绍说，锦禧府餐饮文化有限责任公司的发展，汇聚了多方力量与专业人才，并聘请了川菜大师、全国青年烹饪大赛金奖获得者、九斗碗非遗传承人为核心产品保驾护航。

该公司秉承“发展平武文化旅游事业，发挥自然风景历史文化优势”的宗旨，致力于丰富平武人民的夜生活消费场景，提供多元化的美食感受，健全游客在平武“吃、住、玩、购、娱”的全程体验。通过发展夜间经济、留住游客，将美食、生活与歌舞表演相结合，打造沉浸式文旅体验，最终实现“日游平武山水，夜宴平武民族美食文化”的美好愿景。

非遗的生命力在于传承与创新，旅游的吸引力源于文化的赋能。锦禧府土司筵的开业运营，得到了当地相关方面的全力支持与关心。张铭表示，未来将继续坚守“传承非遗文化、服务旅游发展”的宗旨，不断丰富体验内涵、优化服务品质，致力于打造更具吸引力的沉浸式非遗文旅新场景，努力成为非遗龙州展示的靓丽窗口和平武市民接待的优质名片，并与业界同行携手，共同为地方旅游的高质量发展注入新活力。

另一方面，剑南春的品牌“朋友圈”也在向更高层级的产业与思想领域拓展。2025 年，剑南春携手凤凰网财经等权威媒体，联合上海高级金融研究院等学术机构，多次举办高端峰会、论坛及企业家研学营。活动聚焦于宏观经济、产业趋势等议题，吸引了众多知名学者与企业界参与。这标志着剑南春的品牌场景正从传统的餐饮宴席，加速向“高精尖”的产业思想高地渗透。

这一系列布局的深意不言而喻：对青年群体的长期陪伴，是在培育未来的社会中坚力量对品牌的好感与认同；而与高端产业圈的深度互动，则是基于对国家经济转型升级趋势的把握，提前与代表未来发展方向的群体建立联系。两者共同指向一个目标——为品牌在下一个周期赢得更广泛、更坚实的价值认同基础。

### 韧性之源 守正创新的双向赋能

穿越 2025 年的市场风浪，剑南春展现出的战略韧性，其根基深植于对“守正”与“创新”的平衡把握。这份“稳”，来自对品质根基和文化底蕴的绝对坚守；而这份“进”，则体现在对现代科技与市场潮流的大胆拥抱。

“守正”的基石首先是对千年酿造技艺的敬畏与传承。2025 年，剑南春“天益老号”酒坊遗址入选国家工业遗产名录，其传统酿造技艺的代表性传承人入选国家级非遗传承人名单。这些国家级认可，为其品牌故事提供了无可辩驳的权威注脚。

同时，总投资超 16 亿元的大唐国酒生态园二期工程正式投产，将新增数万吨优质产能，从物质基础上确保了其长期发展的底气。

在“创新”的维度上，剑南春则展现了拥抱时代的活力。其凭借数字化转型成果，入选了工信部“数字三品”应用场景典型案例，成为行业标杆。

这意味着，从生产管理到质量追溯，再到消费者互动，数字化已融入其全产业链。这种将古老技艺与现代科技深度融合的“双向赋能”，正是剑南春能够在坚持内核不变的同时，始终与时代脉搏同步前行的关键。

2025 年的行业调整，如同大浪淘沙。当潮水暂时退去，剑南春的答卷清晰地印在市场滩涂上。它没有因市场寒意而收缩品牌投资，反而更积极地走向央视、走向球场、走向演唱会，走进学子与企业家中间。在行业的“减法时代”做着品牌的“加法”，剑南春的这份定力源于对自身品质与文化的笃信，也源于对名酒价值终将回归的长期判断。