

广东酒业简讯

第 229 期

(2022 年 第 12 期)

广东省酒类行业协会秘书处编

2023 年 1 月 11 日

【本期摘要】

- ☆ 12 月酒类商品电商价格统计表
- ☆ 2022 年 1-11 月中国啤酒进出口数据
- ☆ 2022 年 11 月份居民消费价格同比上涨 1.6% 环比下降 0.2%
- ☆ 金沙古酒河南核心客户恳谈会顺利召开
- ☆ 龙承坊核心代理商签约仪式圆满成功!
- ☆ 朝朝向上：叶锦福受聘为国家移民局湾仔边防检查站首届党风政风警风监督员
- ☆ 茂安酒业暨贵州安酒汕头体验馆盛大开业
- ☆ 强强联合，石湾酒厂集团正式启用五常大米酿酒
- ☆ 广东粤强酒业贵州茅台第三代专卖店专卖店盛大开业!
- ☆ 深化校企合作，小糊涂仙酒业集团向华南理工大学捐款 1000 万
- ☆ 九八七酱酒庄园被评选为“湾区最具影响力公共文化空间”
- ☆ 贵州省退役军人事务厅各级领导莅临宋代官窖酒庄考察调研
- ☆ 中外名酒贵州茅台第三代专卖店 12 月 21 日盛大开业
- ☆ 古井贡酒·年份原浆古 20（湛江站）上市发布会隆重举行
- ☆ 九江双蒸携快舟火箭成功霸屏深圳!
- ☆ “年度大考”来了，看这一酱酒品牌如何玩转春节营销
- ☆ 履行担当，同心抗疫，红荔在行动
- ☆ 唐庄年末荣膺两项大奖!
- ☆ 130 年酒企走进高校，张裕携手同济大学共话经营之道
- ☆ 冬至敬老月·关爱社区长者，皓迪酒业在行动

本期目录

行业信息	3
12月酒类商品电商价格统计表.....	3
2022年1-11月中国啤酒进出口数据.....	3
2022年11月份居民消费价格同比上涨1.6% 环比下降0.2%.....	4
协会动态	6
12月协会活动简讯.....	6
热点关注	7
梁邦昌的两个“里程碑式”技术贡献.....	7
疫情后新常态来袭，酒业新局面浮出.....	8
会员动态	9
金沙古酒河南核心客户恳谈会顺利召开.....	9
龙承坊核心代理商签约仪式圆满成功！.....	10
朝朝向上：叶锦福受聘为国家移民局湾仔边防检查站首届党风政风警风监督员.....	11
茂安酒业暨贵州安酒汕头体验馆盛大开业.....	11
强强联合，石湾酒厂集团正式启用五常大米酿酒.....	13
广东粤强酒业贵州茅台第三代专卖店专卖店盛大开业！.....	13
深化校企合作，小糊涂仙酒业集团向华南理工大学捐款1000万.....	14
九八七酱酒庄园被评选为“湾区最具影响力公共文化空间”.....	15
贵州省退役军人事务厅各级领导莅临宋代官窖酒庄考察调研.....	16
中外名酒贵州茅台第三代专卖店12月21日盛大开业.....	16
古井贡酒·年份原浆古20（湛江站）上市发布会隆重举行.....	17
九江双蒸携快舟火箭成功霸屏深圳！.....	17
“年度大考”来了，看这一酱酒品牌如何玩转春节营销.....	18
履行担当，同心抗疫，红荔在行动.....	20
唐庄年末荣膺两项大奖！.....	20
130年酒企走进高校，张裕携手同济大学共话经营之道.....	21
冬至敬老月·关爱社区长者，皓迪酒业在行动.....	22
新加入会员名单	24

行业信息

12月酒类商品电商价格统计表

单位：元

酒品	商家	京东超市	天猫超市	1919	酒仙网
500ML 53度飞天茅台酒		1499	无	无	无
500ML 52度五粮液普五		1159	1059	1159	1159
500ML 52度泸州老窖国窖 1573		969	1109	1051	1050
500ML 52度剑南春水晶剑		489	489	475	488
500ML 50度古井贡酒年份原浆（古5）		150.15	135	157	158
500ML 52度泸州老窖特曲		380	388	338	348
480ML 52度天之蓝		389	399	398	409
500ML 53度红花郎十年陈酿		400	无	395	无
500ML 53度汾酒青花 20年		478	678	468	428
500ML 43度石湾玉冰烧洞藏二十		558	无	无	无
480ml 40度九江十二坊		211	无	无	无
500ml 45度红荔牌凤城液		258	无	无	无
700ML 轩尼诗 X0 干邑白兰地		1584	无	1672	1649
700ML 轩尼诗 VSOP 干邑白兰地		429	无	489	472
700ML 蓝带马爹利干邑白兰地		1701.6	无	1258	1416
700ML 人头马 X0 特优香槟干邑白兰地		1599	无	1399	1599
700ML 人头马 VSOP 特优干邑白兰地		406	无	439	456
700ML 38度朝朝向上酒（日本版）		无	688	无	无
180ML 9度顺昌源名果之屋荔枝酒		26.5	无	无	无

年份酒、搭售、非自营不计入统计中，价格仅供参考。（数据来源：互联网）

2022年1-11月中国啤酒进出口数据

2022年11月，中国进口啤酒4.081万千升，同比下降2.0%；金额为3.8723亿元人民币，同比下降1.0%。

2022年1-11月，中国累计进口啤酒43.911万千升，同比下降8.9%；金额为39.2734亿元人民币，同比下降6.4%。

2022年11月，中国出口啤酒3.756万千升，同比增长13.9%；金额为1.8249亿元人民币，同比增长33.3%。

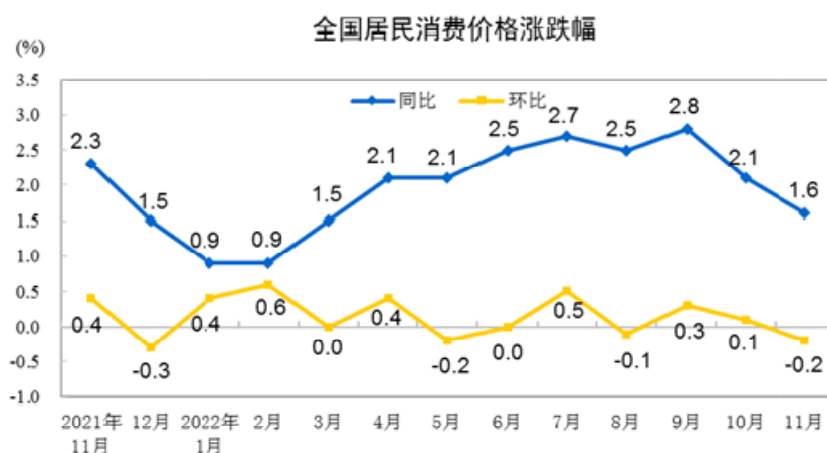
2022年1-11月，中国累计出口啤酒43.454万千升，同比增长12.5%；金额为19.7726亿元人民币，同比增长20.5%。

来源：中国国际啤酒网

2022年11月份居民消费价格同比上涨1.6% 环比下降0.2%

2022年11月份，全国居民消费价格同比上涨1.6%。其中，城市上涨1.5%，农村上涨1.7%；食品价格上涨3.7%，非食品价格上涨1.1%；消费品价格上涨2.3%，服务价格上涨0.5%。1—11月平均，全国居民消费价格比上年同期上涨2.0%。

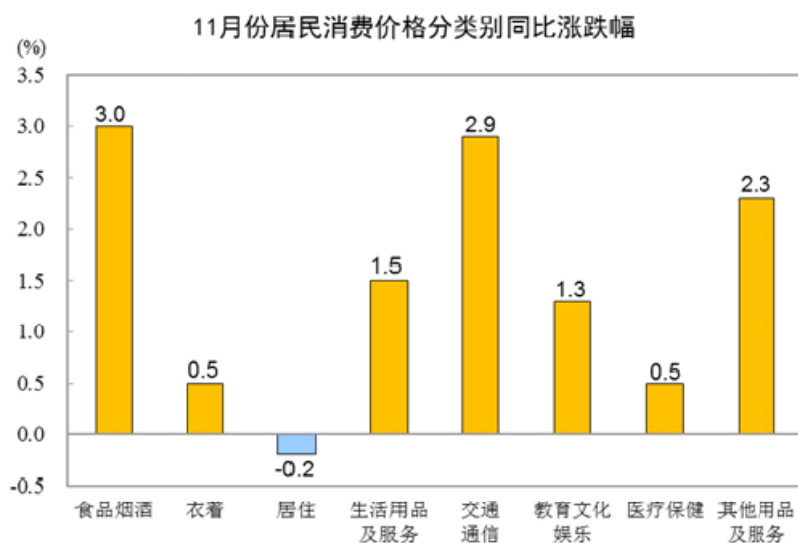
11月份，全国居民消费价格环比下降0.2%。其中，城市下降0.2%，农村下降0.2%；食品价格下降0.8%，非食品价格持平；消费品价格下降0.1%，服务价格下降0.2%。



一、各类商品及服务价格同比变动情况

11月份，食品烟酒类价格同比上涨3.0%，影响CPI（居民消费价格指数）上涨约0.85个百分点。食品中，畜肉类价格上涨17.6%，影响CPI上涨约0.56个百分点，其中猪肉价格上涨34.4%，影响CPI上涨约0.47个百分点；蛋类价格上涨9.9%，影响CPI上涨约0.07个百分点；鲜果价格上涨9.6%，影响CPI上涨约0.18个百分点；水产品价格上涨3.4%，影响CPI上涨约0.06个百分点；粮食价格上涨3.0%，影响CPI上涨约0.05个百分点；鲜菜价格下降21.2%，影响CPI下降约0.53个百分点。

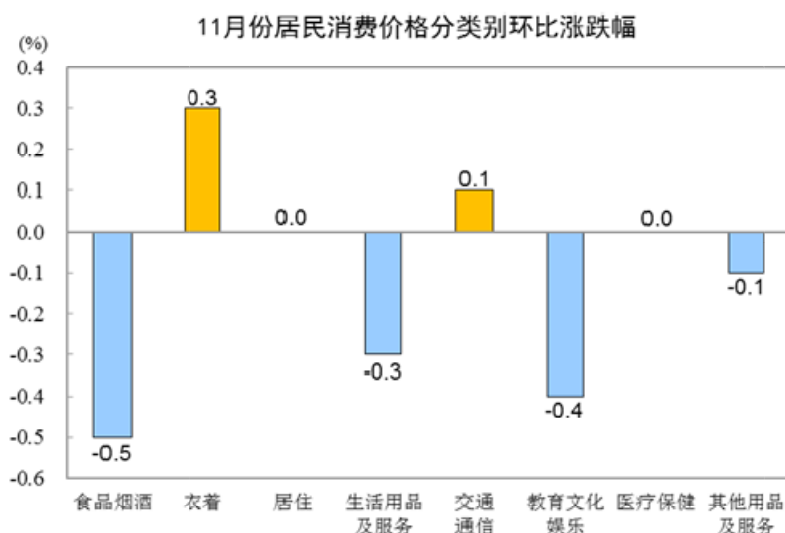
其他七大类价格同比六涨一降。其中，交通通信、其他用品及服务、生活用品及服务价格分别上涨2.9%、2.3%和1.5%，教育文化娱乐、衣着、医疗保健价格分别上涨1.3%、0.5%和0.5%；居住价格下降0.2%。



二、各类商品及服务价格环比变动情况

11月份，食品烟酒类价格环比下降0.5%，影响CPI下降约0.14个百分点。食品中，鲜菜价格下降8.3%，影响CPI下降约0.18个百分点；水产品价格下降1.1%，影响CPI下降约0.02个百分点；猪肉价格下降0.7%，影响CPI下降约0.01个百分点；鲜果价格上涨1.5%，影响CPI上涨约0.03个百分点；蛋类价格上涨1.3%，影响CPI上涨约0.01个百分点。

其他七大类价格环比两涨两平三降。其中，衣着、交通通信价格分别上涨0.3%和0.1%；居住、医疗保健价格均持平；教育文化娱乐、生活用品及服务、其他用品及服务价格分别下降0.4%、0.3%和0.1%。



2022年11月份居民消费价格主要数据

	环比涨跌幅 (%)	同比涨跌幅 (%)	1—11月同比涨跌幅 (%)
居民消费价格	-0.2	1.6	2.0
其中：城市	-0.2	1.5	2.0
农村	-0.2	1.7	2.0
其中：食品	-0.8	3.7	2.6
非食品	0.0	1.1	1.8
其中：消费品	-0.1	2.3	2.7
服务	-0.2	0.5	0.8
其中：不包括食品和能源	-0.2	0.6	0.9
按类别分			
一、食品烟酒	-0.5	3.0	2.3
粮 食	0.2	3.0	2.8
食用 油	0.3	7.6	5.7
鲜 菜	-8.3	-21.2	3.8
畜 肉 类	0.1	17.6	-5.6
其中：猪 肉	-0.7	34.4	-9.1
牛 肉	0.1	1.3	0.9
羊 肉	-0.1	-2.0	-3.7
水 产 品	-1.1	3.4	1.8
蛋 类	1.3	9.9	7.0
奶 类	0.2	0.9	0.8
鲜 果	1.5	9.6	13.1
卷 烟	0.1	1.4	1.5
酒 类	0.4	1.5	1.6

二、衣着	0.3	0.5	0.5
服装	0.4	0.5	0.6
鞋类	0.1	0.3	0.3
三、居住	0.0	-0.2	0.7
租赁房房租	-0.2	-0.7	-0.2
水电燃料	0.3	0.7	3.1
四、生活用品及服务	-0.3	1.5	1.2
家用器具	-1.3	0.1	1.5
家庭服务	0.0	2.3	2.8
五、交通通信	0.1	2.9	5.4
交通工具	-0.2	-2.0	-0.2
交通工具用燃料	2.0	11.3	21.9
交通工具使用和维修	0.0	1.3	1.5
通信工具	-1.9	0.0	-2.5
通信服务	0.0	-0.4	-0.3
邮递服务	0.0	0.0	-0.1
六、教育文化娱乐	-0.4	1.3	1.9
教育服务	0.0	1.3	2.2
旅游	-2.1	3.8	3.1
七、医疗保健	0.0	0.5	0.6
中药	0.2	2.8	2.5
西药	0.0	0.0	-0.4
医疗服务	0.1	0.6	0.8
八、其他用品及服务	-0.1	2.3	1.5

来源：国家统计局

协会动态

12月协会活动简讯

2022年12月1日下午，丘冬梅副秘书长到访广州通润材料科技有限公司，了解会员企业复工复产情况，并代表协会秘书处进行慰问，通润总经理刘亦翔女士全程接待。

2022年12月12日晚上，广东省酒类行业协会联合广东省餐饮协会营养健康委员会在广州举办了“辛巴赫”啤酒高端品鉴会。广东省酒协彭洪会长、广东省餐饮协会营养健康委员会吕炫颖执行主席和十多位特邀嘉宾共同出席。

2022年12月15日，副会长单位：广州藏古纳今酒业发展有限公司董事长、广东省酒协收藏分会执行会长杨志伟回到秘书处座谈交流，受到彭洪会长及秘书处全体工作人员的热情接待！

2022年12月30日上午，理事单位：亳州古井销售有限公司广东大区总经理许昌勇，广东粤西区经理史翔回到秘书处座谈交流，受到彭洪会长及秘书处全体工作人员的热情接待！

来源：广东省酒协秘书处

梁邦昌的两个“里程碑式”技术贡献

邦之彦兮，酒业其昌。

酒续新盏，书接上回。我们在前文讲过，洋河酒厂成立于 1949 年，因其所处的宿迁历史上战事频发、工业凋敝，在那个百废待兴的年代，为了扩大产量，洋河曾长期使用水泥窖池酿酒，也因此遗憾折戟于第一届和第二届国家评酒会。

尤其是在第二届国评会上，当时江苏省对洋河入选国家名酒抱有很高的期待，但结果却是连优质酒都没有评上。这样的结果，不仅让酒厂员工极为痛心和失落，江苏省的领导更是言辞尖锐地提出批评。当提高洋河酒质量的压力一层层加到酒厂时，一个技术员不分轻重地说：“非要把洋河酒变成琼浆，我才走。”

这个当时的技术员，就是今天的酒业大师梁邦昌，梁邦昌为洋河贡献了两个具有“里程碑式”的技术突破，奠定了洋河国家名酒的品质基础，创立了浓香型白酒新流派的风格，为白酒行业的发展作出了新的探索和贡献。

贡献一：人工培育老窖池

1958 年，梁邦昌毕业后被分配到江苏省轻工业厅，后又分到洋河酒厂。

在那个年代，洋河酒厂所处的宿迁市洋河镇的面貌算得上偏僻且落后。洋河酒厂距离南京 260 多公里，“有三分之一的路程不通汽车，镇上百十户人家，多数是草房，黄泥马路上尘土飞扬，镇上没有多少店铺。”梁邦昌家乡在广州，那里的生活条件和习惯与此有天壤之别，他原本打算在洋河工作几年后回到广州。

洋河酒厂最初酿清香型白酒，第二届国评八大名酒有五粮液、古井贡、泸州老窖与全兴大曲 4 个浓香型白酒上榜，对白酒行业的发展起到了很强的导向作用。

洋河在第二届国评失利之后，梁邦昌决定由清香型改酿浓香型白酒。

清香改浓香这个事儿很多企业都做过，如十七大名酒中的黄鹤楼，二锅头的代表牛栏山，他们既保持了原有的清香型白酒产品矩阵，又增加了浓香型白酒的类型。但梁邦昌在洋河采取了更为冒险、也更彻底的方式，将清香型白酒发酵的 600 多口地缸和水泥窖池全部砸掉，改成酿浓香型的泥窖。

洋河的这个大胆尝试遭到了多数人的反对，但也得到了关键人物的支持。

反对的人既有普通工人，也有领导干部，他们普遍认为，窖池就像房子，从水泥窖池改泥巴窖池，等同于恢复了农村的土房子，是历史的倒退；同时，水泥窖池操作方便，清扫起来不费力，而泥窖维护起来成本更高也更复杂。

支持梁邦昌的，是当时洋河酒厂的党委书记。这位书记不懂酿酒，却肩负着提升洋河质量的重任，在梁邦昌深入浅出地将技术问题讲给他听后，得到了他的肯定与支持，同时他觉得刚毕业的梁邦昌每天都在车间摸索酿酒，是一个能做事的青年。

窖池建成后，要酿出好酒还需要想办法让窖泥生香。这时候，泸州老窖通过对窖泥中的丁酸菌、己酸菌、甲烷杆菌等的分离、培养、诱变、应用等项的研究，已经完成了“人工培育老窖”试验，泥窖的成熟期由 50 年缩短到 5 年。

梁邦昌考虑到，如果从四川引进窖泥和微生物群，最后酒的味道和川酒差不多，并且，四川的微生物不一定适合洋河的水土。于是，他决定自己研发老窖。

梁邦昌展开了对泥池的分析研究，他发现浓香型大曲酒的主体香是己酸乙酯，己酸乙酯的生成又靠己酸菌的作用，而己酸菌栖息在泥土里，它只有在泥土里活动才能产生己酸乙酯的香气成分。随后，他将菌种进行分离，培育，优化，研究它们的习性，并以 6 个池窖扩大试验，取得了成功。

这项人工老窖新技术的出现，使得洋河酒厂只需要用一年多时间，就能生产出优质好酒，为全国首创。梁邦昌根据自己的实践，发表了论文《浓香型大曲酒的人工老窖和发酵工艺》，被业内广泛认可和采用。

贡献二：创立浓香新流派

梁邦昌长期的探索和努力，使得洋河酒的质量得到极大提升，也奠定了洋河“重味轻香”的基础。1979年，在第三届全国评酒会上，洋河大曲跻身“全国八大名酒”之列。

但是，在浓香型白酒领域，洋河面前强敌环伺，最具代表性的，就是有着环境优势和历史积淀的川派浓香。

第三届国评划分了白酒香型，但随着时间的推移，包括起草香型分类的辛海庭、周恒刚等白酒专家，觉得广泛蔓延的白酒香型分类体系束缚了白酒的发展和多元化，发起了“白酒在味不在香”的提倡，这个倡导得到很多白酒专家的支持，也为洋河打开了一扇新的门。

梁邦昌曾坦言：“四川的水土、气候环境下，很多地方挖两个窖池，己酸乙酯就能达到 200mg/ml，这在洋河那个地方绝对不行。”

“白酒在味不在香”的声音出现后，梁邦昌发起了新的思考：“既然在香上比不过四川，那我能不能在味上和你比呢？”基于重味轻香的理念，梁邦昌对洋河酒的浓香工艺进行了创新，如超低温缓慢发酵工艺等一系列酿造技术。

同时，他认为对白酒的准确描述和定位很重要：“这还不够，如果你酿出来的酒再好，没有一个很好的表述，酒也不一定得到市场认可。”

梁邦昌指出，比如闻香如何，入口如何，落喉如何，这些形象的表述对很多人来说非常重要。于是，他又将洋河酒的风格总结成了“甜、绵、软、净、香”五个字，把味放在前面，香放在最后。这五个字，成了“重味轻香”的新表述。

在香型大行其道的年代，洋河对“味”的探索与研究取得了突破，创立了浓香型白酒的新流派，进而证实了白酒专家们的思考，对行业的发展具有重要意义。

洋河后来蝉联第四届、第五届国家名酒，在第五届国评举办的那一年，梁邦昌离开洋河，调任江苏省轻工厅副厅长；1991年，梁邦昌回到了自己的家乡，调任广州中国轻工物资供销华南公司总经理党委书记，当初那个一心想“酿出琼浆才走”的赤诚青年，在洋河一待就是数十年，把青春与智慧都留在了那里。

梁邦昌是第三、四、五届白酒国家评酒委员，退休后，梁邦昌又受邀担任过中国酿酒工业协会白酒分会国家评委专家组组长，和白酒分会副理事长，主持白酒评委的考核培训和评酒活动。

近几年，梁邦昌又先后发表《从茅台启示录，看白酒业“五化”与“两策”》、《建国以来影响白酒业发展的十件事》、《美酒犹如一部液体交响曲》等文章，年逾八旬依然保持着对行业的思考与热情。

从 1958 年毕业于广州轻工业学校酿造专业开始，梁邦昌躬耕白酒行业 60 余年，亲自见证并参与了洋河以及中国白酒事业的发展，将一生都奉献给了中国酒业。

来源：酒度 VOL

疫情后新常态来袭，酒业新局面浮出

从 12 月 4 日晚间开始，全国多地陆续优化疫情防控措施。多座城市开始除养老院、医院等特殊场所外，其他公共场所均不再查验核酸检测阴性证明，一些城市已经宣布不再开展常态化核酸检测，全国疫情防控进入新的局面。

在经历三年多的严防死守后，疫情防控的优化政策调整终于迎来了新常态化的曙光，不再常规化的核酸检测以及公共场所的放开，为堂食提供了巨大利好，也提升了消费者的购买欲望，更为白酒市场提供了巨大发展机会，点燃了白酒市场热情。在一片欢腾热闹下，酒企与经销商应该如何面对崭新的局面？

首先，打铁还需自身硬。虽然行业发展迎来利好，但酒企和经销商还是得沉得住气，求稳不求快，在调整各类方向方针前，先整理市场和发展思绪。在产业调整的背后，是三年来多重矛盾的累积，除了货物和渠道积压以及产品根据市场状况重新调配外，还得面对消费者消费疲软，价格调整等问题。郑州某经销

商透露：“近几个月由于郑州疫情一直反复，要么货物运输过程中物流受困，要么就是客户被封，方方面面都属于一团糟的状态，需要一段时间来整理，一下子恢复疫情爆发前的状态几乎不可能。”

其次，今年春节时间早，距离春节消费旺季的时间越来越近。适逢疫情政策放宽，消费者的消费热情必将上涨，必须抓住这个难能可贵的机会来实现“满血复活”。在这个白酒行业传统旺季与开门红的节点，是各家酒企和经销商展开激烈竞争的关键时刻，如何针对兔年做营销，如何管理渠道，如何铺货，都是对各家酒企的重大考验。一定要提前做好规划、有准备，与此同时，要实时关注政策变化，从而快速调整市场政策，以免顾此失彼。

对于大酒企来说，其资金和资源相对充足，应对变化的实力也更加强劲，而对于中小酒企和酒商来说，在宽松的环境下，面对即将到来的春节却是十分担忧。某次高端酒品的代理商表示，虽然看着政策放宽了，但是也不确定是否要提前准备好大批量供货，因为连中秋和十一的货物都还没销售完，感觉产品可能没有预计中的那么好卖。一是担心政策调整，二是无法预见到市场反馈情况，打算先观察再行动。

诚然，在疫情的考验下，小酒企的生存环境堪忧，政策放宽会进一步加剧竞争，名酒优势再凸显，加大对小酒企市场的挤压，或许在市场发展向好的同时，也即将上演一场场关乎于酒企生死存亡的“斗争”。

第三，观察疫情后新常态的新机会，用创新博取市场关注。前面提到，在政策放宽的前提下，酒企竞争会再度产生马太效应，名酒优势凸显，中小微酒企面临更加艰难的处境。笔者认为在这样的环境下，中小微酒企可以尝试通过观察市场，尤其是在营销和推广层面上寻找新的机会，另辟蹊径实现弯道超车，进行自我突破来逆袭。如疫情刚开始的时候，不少酒企通过直播这种新形式来获取发展机会一样，相信在疫情后新常态下也会有新的发展契机，等待着酒企去挖掘。

酒行业复苏正在起势，疫情后的新常态对酒行业来说，既是机会，也是挑战。在疫情的影响逐渐消退后，潜藏在迷雾下的问题会一一暴露，在存量竞争时代，白酒的市场竞争本就是一场激烈的“大战”。在疫情缓和、产业调整等因素的叠加之下，这场“战争”可能比我们想象中的还要残酷，谁能在如此激烈的竞争中保持前位，谁又能突破极限脱颖而出，让我们静待市场反馈，来揭晓 2023 年的答案。

来源：大家酒评

会员动态

金沙古酒河南核心客户恳谈会顺利召开

2022 年 12 月 1 日，“同舟共济，踔厉前行”金沙古酒河南核心客户恳谈会在金沙古酒河南办事处顺利召开。金沙古酒品牌运营事业部总经理、EMT 营销委员会当值 CEO 王林，品牌运营核心战略客户及事业部成员齐聚一堂，深入探讨总结河南市场 2022 年工作以及部署 2023 年工作计划，共谋未来发展。

恳谈会上，王林首先代表金沙古酒对各位品牌运营核心战略客户的到来，致以最热烈的欢迎和衷心的感谢，并表示：近些年在各位核心战略经销商一如既往地信任和支持下，金沙古酒在河南市场上得以持续、稳定的发展。面向未来，金沙古酒品牌运营事业部将基于“两大管理核心”、“四个战略”、“五个战术”的营销思想及发展策略，继续协同各核心战略客户立足河南市场，辐射全国区域，长期持续耕耘，实现共同成长和发展，共创新的市场成绩。

随后，由金沙古酒河南省区域总经理赵海成、崔逊及金沙古酒核心战略客户逐一发言及研讨。通过对 2022 年河南市场的发展情况总结及问题探讨后，大家就金沙古酒未来市场发展策略基本达成一致意见。

郑州邮亭实业裴深钰裴总提到，金沙古酒背靠深圳宝德集团、市场覆盖面广及消费群体众多、百年酿

造历史底蕴浓厚、匠心品质深入人心、品牌价值高达 100 亿、坐拥金沙黄金产区等多重优势，造就了金沙古酒的六大（实力、市场、历史、品质、品牌、产区）核心竞争力，也是金沙古酒逐鹿市场的六大自信。虽然目前大环境困难，但渠道市场信心仍在。希望金沙古酒从合作伙伴角度出发，持续完善各项市场政策，厂商共同携手，做好河南市场。

濮阳壹玖壹玖商贸光耀总认为，金沙古酒目前处于深蹲起跳的阶段，能否成功起跳在于：产品选择性和酒水性价比。公司应围绕目前困境积极寻求破局方法，对于开发产品的破局，应从产品差异化，性价比等方面入手，做大做强金沙古子品牌。开发产品愈求愈精，才能够有效提高金沙古酒在消费者心中的品牌价值。

王林在会议最后作总结发言，他表示：金沙古酒品牌运营事业部在疫情期间的的工作是卓有成效的：

一、完成了内部三个中国事业部的重大组织架构梳理，形成了内部统一管理。

二、完成了金沙古酒品牌运营核心政策和多项管控政策的出台，形成了基本以运营商为核心+运营联盟商为主分销渠道的平台化渠道统一管理。

三、完成了一二三类省区业务模式及业务方向和业绩分配机制的梳理。形成了以落地分销为重要考核指标的长期可持续发展的全国一盘棋品牌运营激励机制设计。

四、完成设计并即将推出 [金沙古酱·经典] 全国唯一永久大单品，为全国金沙古酱品牌产品建立了价格标杆，打造了一款直营终端的自主可控公司级核心运营产品，为未来 5 年产品运营做好了产品定位和目标规划：一个 10 亿级 100-300 价格带战略核心全国大单品+10 个 1 亿级 100-200 价格带核心省级大单品。

五、建立了以品牌运营事业部 AT 团队为核心的民主集中决策机制：品牌运营部的每一个重要决策由 5 个一类省总+5 个核心二类省总投票决定，保证了让一线听得到市场声音的指挥官来决定决策的方向。

六、深化完善了 [同舟共济计划] 的市场费用投放机制，以有效市场投放去配合运营商去库存、消化预付款，打造运营商核心系列产品，也为公司从条码开发到品牌运营，再到品牌系列酒的良性品牌化路线做到了投入模式的升级和创新，为金沙古酱品牌能够持续每年合理涨价奠定了品牌资产的估值基础。

王林最后提到，同舟共济，踔厉前行，代表的是全体古酒人和客户携手一条船，一条心，斗志昂扬，奋发向上的往前走。在市场竞争的大潮中，困难不可怕，躺平的心态才可怕，心若向阳，何处都是阳光。我们无须怨天尤人，也不要再犹豫彷徨，只要全力以赴拼搏过了，胜亦可喜，败也光荣。经过本次恳谈会，进一步增进了金沙古酒与核心战略商之间的交流与合作，让合作伙伴们更加深入了解了金沙古酒品牌运营事业部的战略理念。未来，金沙古酒将持续深入贯彻公司发展理念，积极面对当前挑战和机遇，凝聚市场力量，为经销商伙伴打造一个一生所爱，终身受益的事业平台，携手奋力实现厂商合作共创共赢目标！

来源：金沙古酒

龙承坊核心代理商签约仪式圆满成功！

2022 年 12 月 8 日，龙承坊酒业与荔湾地区总代理——龙承坊·安记酒业举办签约仪式，意味着龙承坊酱酒在市场拓展和建设方面取得了重大的进展。

龙承坊酱酒作为大湾区新酒类品牌代表，已在国内十多个大中城市建立了销售服务网络，在加速全国化布局的同时，龙承坊始终坚持走“树品牌·树名牌”的发展道路。在优质酱酒稀缺、茅台镇产区寸土寸金的当下，龙承坊酱酒始终坚持酿造优质大曲坤沙酒。在鱼龙混杂、良莠不齐的白酒市场，这无疑给更多的合作伙伴提供了一种标准、一种信心。文化、历史底蕴深厚，在产品品质上极为“讲究”。龙承坊在酱酒品牌打造、品质坚持、产品打磨、产能扩张及历史积淀上得到总代理商的高度认可，双方互相加持下必将实现最大限度的成长价值。2022 年，龙承坊的发展基调就是：大踏步前进！为此，龙承坊也开始了密集的战略落地：

第一，品牌方面。携手知名演员张国立联合倾呈酱香美酒，携手中央电视台达成战略合作等事件，借助媒体平台的影响力进行“裂变式”的放大龙承坊的品牌知名度和影响力，打造品牌高度。

第二，战略举措。龙承坊认真贯彻落实“崇道务本，敬商爱人”的战略指导方针，与各大经销商代表签署战略合作协议，形成具有高度市场前瞻性、核心客户聚集性、优质资源共享性、服务体系完善性等特色联盟。可以预见的是，随着龙承坊品牌知名度、品牌高度的不断提升，以及市场影响力的不断积淀，尤其是此次与代理商的战略合作，这些都将成为龙承坊在战略布局的全新动力，助力龙承坊在 2023 年实现“大踏步前进”。在未来的道路上，龙承坊酱酒也将以积极进取的姿态不断落实并推进合作步伐，和代理商携手并进，合力共赢，共同开拓中国酱酒市场！

来源：龍承坊

朝朝向上：叶锦福受聘为国家移民局湾仔边防检查站首届党风政风警风监督员

为进一步加强国家移民局湾仔边检站移民管理机构党风政风警风的廉政建设、推动建设工作纵深发展、打造“多维廉控”的大监督体系、实现边防检查工作和队伍建设高质量发展，2022 年 12 月 9 日，国家移民局湾仔边防检查站（下称：湾仔边检站）隆重举行首届“党风政风警风”监督员聘任仪式，6 名来自大湾区的社会各界代表被聘任为首届“党风政风警风”监督员。

会议上由湾仔边检站党委委员、副站长邱春林传达《珠海出入境边防检查总站转发的关于〈国家移民管理机构党风政风警风监督员工作规定（试行）〉的通知》，由湾仔边检站党委委员、政治处主任余丽敏传达《湾仔出入境边防检查站关于聘任首届党风政风警风监督员的通知》，并由湾仔边检站党委书记、站长阮统奇为各监督员颁发《聘书》和《证件》。

新当选的监督员——来自广东星达集团有限公司的董事长，叶锦福先生，就对当好党风政风警风监督员作了表态发言，他表示能成为首届的六名监督员之一，觉得倍感荣幸，更感责任重大。今后他将认真履行监督职责，为提升湾仔边检站的服务水平与助力湾仔边检站共同服务好粤港澳大湾区建设作出自己的努力与贡献。”

会后，湾仔出入境边防检查站举行了湾仔边检站警史馆揭牌仪式。叶锦福先生受邀与湾仔边检站党委书记/站长阮统奇、副书记/政委饶顺发及相关嘉宾共同为湾仔边境站警史馆揭牌，与会人士一同参观了湾仔边检站警史馆。

在仪式上，湾仔边检站党委副书记、政委饶顺发介绍了警史馆的背景和筹建情况，自 1984 年起，作为珠海市最早设立的两个对外开放口岸之一的湾仔口岸正式开通，历代湾仔边境站人员忠实履行党和人民赋予的神圣职责，有力地维护了湾仔边境的政治安全和社会稳定，保障了人民安居乐业。

回望 38 年来，湾仔边检站事业建设、变革、创新、发展的光辉历程历历在目。湾仔站警史馆通过警事文物、历史照片、文字视频等形式，采用传统与现代相结合的展示手法，记叙了湾仔边检站的历史进程、实践探索，展现了湾仔边检站警察对党忠诚、服务人民、维护稳定、打击犯罪的辉煌成绩，为全市边检机关打造了一个学习党史、边检警察史和侨乡革命史和开展忠诚教育和党建工作的红色教育基地。

来源：朝朝向上

茂安酒业暨贵州安酒汕头体验馆盛大开业

晒足整夏谷渐黄，待到丰收把酒酿，贵州安酒集团迎来又一次的“收获”：

12 月 9 日，贵州安酒集团汕头首家线下体验馆——广东茂安酒业有限公司暨贵州安酒汕头体验馆于广东省汕头市盛大开业，并于当日晚上在汕头市君华海逸酒店举办了隆重的开业庆典答谢晚宴。

开业当天，位于广东省汕头市庐山南路上的贵州安酒体验馆，门前锣鼓喧天，花团锦簇，店内高朋满座，人流往来不息，成了汕头市一道靓丽的风景。

宾客如云 福开新运

上午的开业庆典上，原汕头市警备区司令员谢豪生同志，原汕头市副市长钟展南先生，原汕头市政协副主席张泽华先生，原汕头市体育局局长、汕头市酒文化学会创会会长蔡述彪先生，原龙湖区常委统战部副部长杨钟元先生，贵州安酒集团股东代表苏玲女士，广东茂安酒业有限公司董事长纪荣亮先生及各界知名企业、各商协会代表等领导嘉宾一同见证广东茂安酒业有限公司暨贵州安酒汕头体验馆成立的喜庆时刻。

开业仪式上，广东茂安酒业有限公司董事长纪荣亮先生为仪式开场发言。纪董事长在致辞中表示，广东茂安酒业暨贵州安酒体验馆在汕头市的开张之喜，标志着贵州安酒正式进入这个市场，是赤水河畔酱酒文化与潮商文化的完美融合，将为消费者提供高品质酱酒，打造专业品牌服务；希望有着深厚文化传承、优良品质和高性价比的贵州安酒能在以后成为消费者的用酒首选。

贵州安酒集团股东代表苏玲女士，上台致辞讲述了贵州安酒如何在疫情期间勇敢破局，强势登陆酱酒行业头部品牌。苏玲女士讲到：贵州安酒是一款真正的粮食酒，它在赤水河畔核心产区出品，承载着悠长的酱酒历史，秉承“讲究不将就”的品质主义，形成了安酒独特的品牌内核——“安文化”。

原汕头市警备区司令员谢豪生同志作为开业仪式重要嘉宾，上台致辞充分肯定了纪荣亮董事长选择贵州安酒的独特眼光和贵州安酒集团坚持的品质追求，同时向广东茂安酒业及贵州安酒汕头体验馆送上深切美好的祝福。

精彩庆贺 接财接福

嘉宾致辞后，一众领导嘉宾分别为开业进行隆重的剪彩、醒狮等仪式，金剪刀剪开星光大道、雄狮舞动带来祥瑞之气，寓意生意绵长业绩长虹，盛典现场氛围热闹红火非凡。

贵州安酒汕头体验馆位于汕头市中心地段，是一所集贵州安酒展览、销售、品鉴、酱酒文化传播于一体的综合性体验馆，系统展示了酱酒文化的独特魅力以及贵州安酒的系列产品。

崭新店面 业绩飘红

贵州安酒汕头体验馆以标杆姿态，崭新的店面形象和星级服务，惊艳亮相。活动当天，开业钜惠政策吸引大批客户踊跃参与。现场签单额一路飙升！广东茂安酒业团队在前期做了充足准备，精心的物料、活动奖品以及体验馆参观环节设置，不仅烘托出喜庆热闹的活动气氛，同时向广大嘉宾朋友展现了强大的品牌实力。

答谢盛宴 大咖云集

原汕头大学党委书记黄赞发先生，原汕头市体育局局长、汕头市酒文化学会创会会长蔡述彪先生，广东潮剧院一团名誉团长，国家一级演员郑健英女士，贵州安酒集团股东代表苏玲女士，广东茂安酒业有限公司董事长纪荣亮先生等相关领导、知名企业家、各商协会领导近 400 位社会各界人士出席了当天的开业盛典答谢晚宴，再一次一同庆贺广东茂安酒业有限公司暨贵州安酒汕头体验馆盛大开业。

晚宴上，广东茂安酒业有限公司董事长纪荣亮先生、贵州安酒集团股东代表苏玲女士、汕头市酒文化学会创会会长蔡述彪先生及贵州安酒集团广东战区总监肖丁先生上台致辞，表达对广东茂安酒业及贵州安酒汕头体验馆的深切美好祝福。

当天晚宴上还有授牌仪式、惊喜抽奖活动、模特展示、精彩的节目表演等，晚宴现场处处充满着喜庆欢乐的气氛。

广东茂安酒业有限公司暨贵州安酒汕头体验馆开业庆典及开业答谢晚宴在欢乐喜庆的气氛中取得圆满成功！

来源：茂安酒业

强强联合，石湾酒厂集团正式启用五常大米酿酒

2022年12月11日上午，“金奖五常米 精酿石湾酒”活动佛山石湾举行，广东石湾酒厂集团对华米米业供应的首批五常大米进行接收，标志着米酿白酒高品质发展迈入新的探索阶段。

早上十点半，装载着 76000 斤五常大米的车辆缓缓驶入酒厂后，由广东石湾酒厂集团董事长、陈太吉酒庄庄主范绍辉与华米米业高管等领导嘉宾一起揭开红布，随后由搬运工人打开车门，将五常大米从车上搬到卸米机处，正式启动五常大米用于石湾酒厂集团清雅型酒的酿造生产。

据了解，五常市地处黑龙江省南部，其优质的自然资源及气候条件，使当地收获的大米颗粒饱满、香味浓郁，水稻中干物质积累多，具有较高的营养成分。而华米米业基地座落于五常市核心水稻产区——民乐朝鲜族乡，是中国高端大米的主要生产地之一，产品荣获中国地理标志保护产品、国际大米节金奖、黑龙江大米节金奖、十大好吃米饭等多项荣誉。本次华米米业与广东石湾酒厂建立合作，为五常大米开拓了白酒酿造领域的全新覆盖，对大米及白酒两大产业的产品个性化、多元化、品质化发展起到关键的引领作用。

广东石湾酒厂集团董事长、陈太吉酒庄庄主范绍辉表示，广东石湾酒厂集团选用五常大米作为清雅型酒酿酒原料之一，在已有山区种植园稻米酿酒的基础上增加原料选择，探索产品高品质发展方向，为米酿白酒的品质及品牌提升做出新的尝试，形成了“好米酿好酒”的产业模式新探索。他相信，广东石湾酒厂集团192年独特工艺结合五常大米，一定能酿造出更高品质的石湾酒。

五常市民乐乡华米米业有限公司总经理米雯名则表示，此次将金奖五常米供应给石湾酒厂集团酿制白酒，是华米业务地域空间与使用空间的一次拓展，也是五常大米与石湾玉冰烧两个中国地理标志保护产品特色的融合，更是中国“南酒北米”与中国特色产品的价值提升，对中国大米与白酒产业发展发挥了重要作用。

广东石湾酒厂集团自始创于清朝道光十年（1830年）的陈太吉酒庄发展至今，在原址不间断生产已有190多年历史。主导产品陈太吉酒、石湾玉冰烧以“野生小曲、纯米酿造、半固态发酵”为工艺特色，具有清雅纯净的品质特点。

此次石湾酒选用金奖五常米，是中国特色产品核心产区互动发展的一次重要行动，不仅为中国农业产品高质量发展做出积极探索，对中国产业与经济发展具有创新性的价值及意义。

来源：广东石湾酒厂集团

广东粤强酒业贵州茅台第三代专卖店专卖店盛大开业！

以“创美”力量，助力“美时代、美生活”广东粤强酒业贵州茅台第三代专卖店盛大开业！

以美酒之名，与诸位相逢；以茅台之名，与诸位相见！2022年12月12日，广东粤强酒业有限公司贵州茅台第三代专卖店于盛大开业！当天，广东粤强实业集团有限公司董事长——王富强、广东酒类行业协会会长——彭洪、贵州茅台酒股份有限公司法律合规部华南区主任——李均、贵州茅台法律合规部经理——杨建华、广东昊良律师事务所主任——林乔良、广州德泽拍卖有限公司董事长——温雪峰、广州新世代传承文化研究有限公司董事长——钟小美、酒类营销资深顾问——王佩瑜、广东粤强酒业有限公司总经理——王双双等重要领导及嘉宾出席开业仪式。

贵州茅台酒股份有限公司法律合规部华南区主任——李均为本次开业活动做开幕致辞，他对出席开业庆典的领导嘉宾表示热烈的欢迎和诚挚的感谢，他表示，将积极践行“五合”营销法，坚持文化赋能，围绕“看、听、品、吃、礼”五字要义，提高管理服务能力，为不断满足广大消费者对美好生活的向往和追求而努力，齐心协力共创美，乘风破浪向未来，共同创造“美人之美、美美与共”的美好生活，为广岭南茅粉的美好生活助力！

广东酒类行业协会会长——彭洪表示：贵州茅台为中华民族复兴，传播中华文化酿酒工艺技术作出极大

贡献，是酒类行业的卓越代表。近年来，茅台通过茅台形象、新的思路、新的文化，带领着整个酒类行业重新启程，为广大消费者做好服务，为中国人民的美好生活添砖加瓦。广东粤强酒业有限公司作为广东酒协的执行会长单位，一直诚信经营，为我们中国人民的生活作出很大的贡献，最后对贵州茅台、广东粤强酒业有限公司以及一直以来支持茅台发展的朋友表示衷心的感谢。

广东粤强酒业有限公司总经理——王双双对莅临今天开业庆典的各位领导及嘉宾表示衷心的感谢和热烈的欢迎。作为传播美的品质生活践行者的新生代，她表示：广东粤强酒业有限公司贵州茅台第三代专卖店是集文化展示店、品牌形象店、品饮体验店和客户服务店为一体的终端营销平台，为消费者提供全方位的高质量服务体验。广东粤强酒业有限公司作为与茅台集团共同携手，风雨同舟奋斗的战略合作伙伴，将继续展望未来，齐心协力共创美，乘风破浪向未来，共同创造“美人之美、美美与共”的美好生活，为广大岭南茅粉的美好生活助力！

开门大吉纳百川，共启茅台美华章，吉时已到，广东粤强实业集团有限公司董事长——王富强、广东酒类行业协会会长——彭洪、贵州茅台酒股份有限公司法律合规部华南区主任——李均、广东昊良律师事务所主任——林乔良、酒类营销资深顾问——王佩瑜以及广东粤强酒业有限公司总经理——王双双共同为广东粤强酒业有限公司贵州茅台第三代专卖店开业庆典进行剪彩，金剪开路启新程。

礼炮声声震天响，创美无限新华章！由广东粤强实业集团有限公司董事长——王富强、广东酒类行业协会会长——彭洪、贵州茅台酒股份有限公司法律合规部华南区主任——李均、广东粤强酒业有限公司总经理——王双双共同为广东粤强酒业有限公司贵州茅台第三代专卖店进行揭幕，随着一声：中国茅台 香飘世界，共同揭幕美的帷幕，开启美的篇章！

点睛采青环节上，广东粤强实业集团有限公司董事长——王富强、广东酒类行业协会会长——彭洪、贵州茅台酒股份有限公司法律合规部华南区主任——李均、广东粤强酒业有限公司总经理——王双双共同为雄狮点下尊贵的一笔，象征“点石成金”更寓意“美的生命力和美动力，随着雄狮献瑞，缤纷绚丽的礼炮，欢快祥和的音乐，喜气洋洋的热闹气氛，酿造出一个美的盛景。

新时代赋予新任务，新起点瞭望新征程。茅台“美时代”已开启，升级后的第三代贵州茅台专卖店将科技创新与传统文化相融合，让消费者对于茅台有了不一样的感受，门店突破以往设计，以更简约大气的设计，展现茅台文化元素，突出明星产品的同时又兼顾经典产品与新产品，将每一个产品的特色、内涵、价值观清晰地呈现给消费者。从声、光、电等科技手段为消费者提供了一个全新地多维度-视听味体验，打造一种沉浸式消费场景，以更优质地品饮体验为消费者提供高质量服务。

不忘初心、共建美好！广东粤强酒业有限公司将始终紧跟茅台厂商一体化发展步伐，秉持做茅台文化地传播者和践行者，以茅台“美时代 美生活”为指引，讲好茅台故事，传播茅台文化，以饱满的工作激情为茅台注入新时代的活力。

来源：广东粤强酒业

深化校企合作，小糊涂仙酒业集团向华南理工大学捐款 1000 万

12月13日，在华南理工大学组建70周年暨建校105周年之际，小糊涂仙酒业集团向华南理工大学捐赠1000万元，以此深化双方的战略合作关系，助力学校办学事业发展，并为学校百年辉煌征程致以诚挚祝贺。

小糊涂仙酒业集团董事、副总裁梁国杰，副总经理张志勇、张晓锋，高端客户服务中心总经理陈雨秋出席了捐赠仪式，并与学校党委书记章熙春、校长张立群等学校党政领导班子展开深度交流，为华南理工大学及小糊涂仙酒业集团的未来发展出谋划策，共商大计。

华南理工大学校长张立群表示，希望校企双方加强交流，积极探索合作新路径；协同育人，共同推进跨学科人才培养和产学研深度融合；促进成果转化，助力企业和产业转型升级，服务社会发展，实现合作

共赢、共创一流。

小糊涂仙酒业集团董事、副总裁梁国杰发表致辞，认为华工学子务实创新，追求卓越，生动诠释了功成报国、产业兴国、科技强国的赤子情，并对华南理工大学致力为社会及国家培养高素质科技及综合性人才表示崇高敬意。

小糊涂仙酒业集团历经 25 年稳健发展，先后创立了“小糊涂仙”、“小糊涂仙·睿”、“心悠然”等全国知名性白酒品牌，深受市场消费者喜爱。同时，公司在经营发展中，十分重视人才的培育，致力投身教育事业，以实际行动把人才理念践行到社会责任中。

公司 2004 年发起，于 2006 年联合华南理工大学创办广州城市理工学院，其已发展成为以工科为主的多科性应用型本科高等院校，是广东省大学生创新创业教育示范学校，也是中国第一所 IACBE 国际商科认证大学。办学 16 年来，广州城市理工学院累计为社会输送各类人才 4.7 万人，毕业生平均就业率和就业质量稳居全国同类高校前列。

2022 年，恰逢华南理工大学组建 70 周年暨建校 105 周年，学校办学取得历史性突破和里程碑式进展。作为广东最早开展工程教育的学校，华南理工大学历经百年成长，践行工程报国、产业兴国、科技强国的教育责任，先后进入 211 工程、跻身 985 工程、荣登国家“双一流”建设高校。迄今，华南理工大学已累计培养各类学生 57 万余人，在产业、工程、学术、国防等各领域敬业奉献。

小糊涂仙酒业集团崇尚教育初心、不忘回馈社会，将继续加深与华南理工大学的合作关系，推进跨学科高素质人才培养及产学研深度融合，促进成果转化，助力企业和产业转型升级，推动华工开启谱写中国特色、世界一流大学建设的新篇章。

小糊涂仙酒业集团始终坚持以实业报国的发展理念，不断进行创新与变革，致力于推动白酒产业高质量发展。公司不断深化“以德修身，以心济世”的核心价值观，践行企业社会责任，增进社会福祉，与国家繁荣、民族复兴同频共振；并坚持传承中国优秀传统文化的使命初心，大力弘扬中华民族优秀文化，和国民一起成就高品质生活。

来源：小糊涂仙酒业

九八七酱酒庄园被评选为“湾区最具影响力公共文化空间”

历时四个月，横跨深圳、广州、东莞、佛山、惠州等重要城市，超过 45 万人参与网络投票，共计 104 家文化空间报名的寻找湾区“最美公共文化空间”活动截止本月十三日圆满结束。

12 月 13 日下午，活动组委会举行隆重的颁牌仪式，“九八七酱酒庄园”荣获“湾区最具影响力公共文化空间”。

九八七酱酒庄园位于 3A 级景区东莞茶酒文旅博览园内，是九八七企业控股集团精心打造的以“买得起、喝得起、藏得起”为核心价值的专门为传播高品质酱香酒文化、向高端消费者提供“物有所值”产品的文化传播、酒体品鉴、封坛定制、消费交流为一体的深度体验场所。工程于 2018 年 3 月动工，2020 基本完成并逐步开放。目前，九八七接待大厅、文化长廊、封坛酒库、九八七酒文化馆、二楼艺术馆、品鉴中心等均对外开放参观。

试开放以来，九八七酱酒庄园举办过大量的有影响的文化活动。其中包括著名诗人林莽、李犁和商震以及本地一大批作家诗人莅临指导，还接待过院士、老将军、艺术家和商界翘楚等高层次人才，也吸引了工商界商协会组团前来参观或举行活动。在业界逐渐具备一定影响力。

本次活动由中国群众文化学会、中国文化馆协会指导，深圳市福田区主办，自今年八月份启动以来就受到了各地群众的热烈参与，掀起了一股网络投票的热潮，持续引发社会各界的广泛关注。活动组委会特地邀请了相关领域的专家来进行评选，从基础保障、空间美化、功能优化、模式创新、供给丰富、服务优质等方面对报名空间进行遴选，并结合网络投票的相关情况，最终推出新型公共文化空间、最富创意公共

文化空间、最具影响力公共文化空间、最美公共文化空间这四大类别的空间。

作为大湾区一家重要的、专业的酒文化馆，九八七酱酒庄将继续秉持初心，砥砺前行，不负荣誉，不负未来，为全面传播中国白酒文化、打造白酒领军品牌再接再厉、不懈努力。

来源：陈酱九八七酒业

贵州省退役军人事务厅各级领导莅临宋代官窖酒庄考察调研

12月15日，贵州省退役军人事务厅党组书记、厅长孙拥辉、贵州省遵义市退役军人事务局党委书记、局长舒杰和贵州省遵义仁怀市退役军人事务局党组书记、局长穆迪等领导一行来贵州宋代官窖酒庄开展退役军人事务调研活动。

贵州酒中酒集团董事长曹本强和贵州宋代官窖酒庄总经理蔡涛以及集团其他负责人出席参加调研活动。

开展活动交流期间，董事长曹本强带领参观了宋代官窖酒庄商学院、官窖园、古窖池以及退役军人实训基地等，详细了解宋代官窖传统酿造工艺和历史文化。

在调研座谈会上，孙拥辉详细询问了本公司退役军人服务保障体系建设、政策保障、一人一档和就业培训扶持。

会上，董事长曹本强说到“兵经理”工程建设的感受：“作为退伍军人，退伍不褪色。在经历建设的大潮中，发挥自己的微薄之力，让更多退役军人感受到荣誉感、收获感和幸福感。”

总经理蔡涛介绍了贵州宋代官窖酒庄有限责任公司现有退役军人身份在岗员工38人。主要就职于白酒生产、大区经理、市场经理、后勤管护、安保、驾驶、环卫、文员等多个岗位。为公司的生产经营、市场发展等发挥了重大作用。

来源：宋代官窖

中外名酒贵州茅台第三代专卖店 12月21日盛大开业

祥狮舞动，纳财纳福。2022年12月21日广东中外名酒专卖行连锁有限公司贵州茅台第三代专卖店盛大开业。现场高朋云集，群英荟萃，祥狮送福，开启茅台专卖店3.0新篇章！

揭幕仪式后，伴随着礼炮鸣响的余韵，来宾们兴致勃勃的参观了新店，杯酒言欢，现场交流滔滔不绝。

全方位升级后的第三代茅台专卖店，吸收前两代茅台专卖店设计精髓，设计中充分融入茅台文化元素，展现了“匠心品质、匠魂担当、匠术精益、匠器臻善、匠人制造”的茅台五匠精神。通过打造沉浸式、体验式的文化场景，丰富了消费者文化体验，将茅台的“门面”塑造得更有气质和内涵。

以美酒酿造美好生活，以情怀谱写时代华章。伴随着锣鼓声，开业仪式正式拉开帷幕，领导嘉宾代表们同时为广州市新敦路第三代贵州茅台专卖店剪彩，并在剪彩仪式结束后进入到专卖店参观，感受独特鲜明的茅台文化盛宴。

我们广东中外名酒专卖行连锁有限公司积极践行茅台“五线”发展道路，履行“五合”营销法，以“美时代美好生活”为理念和追求，依托更雅致的经营环境，以更优质的服务，为消费者提供更丰富的购酒体验，建强茅台文化推广传播平台。

在未来专卖店的经营活动中，我们要认真学习贯彻二十大精神，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚定不移走好五线发展道路，积极践行“五合”营销法，坚持文化赋能，围绕“看、听、品、吃、礼”五字要义，提高管服能力，为不断满足广大消费者对美好生活的向往和追求而努力。在全体同仁的努力下，我们将不忘初心，砥砺奋进，紧跟茅台脚步，助力茅台高质量发展！

来源：廣中外名酒商城

古井贡酒·年份原浆古 20（湛江站）上市发布会隆重举行

12月27日，古井贡酒·年份原浆古 20（湛江站）上市发布会在湛江民大喜来登酒店举行，来自湛江市工商联代表、商会代表、酒业协会代表及经销商客户代表 300 余人参加活动，共同见证“中国酿 世界香”——古井贡酒·年份原浆古 20 的华彩上市。

发布会上，安徽古井贡酒股份有限公司广东大区总经理许昌勇介绍了古井贡酒的品牌历史以及当前业绩，表达了对湛江市场前景的信心。随后，湛江市赫胜宏达贸易有限公司总经理陈凤军进行经销商致辞，他表达了对与会嘉宾的欢迎，希望与众多合作伙伴一起，携手古井贡酒，共同谱写年份原浆古 20 更加美好的华章！

古井贡酒是中国老八大名酒之一，产地位于世界十大烈酒产区安徽亳州。古井贡酒先后荣获全国“工业企业质量标杆”、2013 年和 2021 年古井两次荣获省政府质量奖、2020 年古井贡酒酿造技艺成为国家级非物质文化遗产、公司连续多年荣获全国质量诚信标杆企业等，与此同时，古井贡酒连续八年冠名春晚、五进世博会、连续五届助推世界制造业大会、品牌价值连年攀升。古井人的担当，通过“做中国最受欢迎、最受尊重的白酒企业”得到最好的诠释，古井集团坚守匠心精神、坚持传统工艺的传承创新、古井的贡献文化、“做真人、酿美酒、善其身、济天下”的企业价值观、古井的铁军精神，无疑都给人们留下深刻印象。

据了解，近年来古井贡酒提速海外市场，已成功拓展了美国、英国、法国、日本，荷兰，新西兰，菲律宾，尼日利亚等全球 20 多个国家市场和地区，围绕“中国酿世界香”、“古井贡酒香飘万里”等主题持续开展品鉴推广活动。携手中国驻外使领馆、海外商会同乡会、中资驻外机构等华人华侨组织，共同推广中国酒文化。未来，古井贡酒仍将坚持国际化战略目标，以年份原浆为代表提升中国白酒“中国酿 世界香”的高端形象，助力中国经济，走出国门迈向世界。

来源：古井贡酒

九江双蒸携快舟火箭成功霸屏深圳！

2022 年是航天大年，值中国载人航天 30 周年之际，中国航天事业不仅创造了中国航天员连续在轨飞行时长最长记录，还在短短一年内连续发射了神舟十四号和神舟十五号两支载人火箭，将六位中国航天员送上太空。

这些伟大的航天成就，极大激发了民族自信心、自豪感与爱国情怀，当下与中国航天事业相关的一举一动，都备受国民关注与期待。最近，又有一个品牌加入到助力中国航天事业发展的行列中：九江双蒸与快舟火箭达成合作，正式成为快舟火箭官方合作伙伴。据悉，今年也是九江酒厂建厂 70 周年、九江双蒸 201 周年，可谓是双喜临门。

九江双蒸与快舟火箭达成合作，正式官宣，霸屏深圳

九江双蒸与快舟火箭，一个是 200 年粤酒担当，一个是代表我国小型运载火箭的顶尖航天科技，两者合作的官宣视频登上深圳各大繁华街头后，引得路人纷纷驻足观看、拍照纪念，更吸引众多自媒体达人前来打卡。不仅成功霸屏深圳，更成功刷屏各大社交平台，收获一众网友点赞与夸奖。

作为一个拥有 201 年历史的粤酒品牌，多年来一直致力于向国际输出中国优秀米香白酒产品与文化，借助各种具有国际影响力的平台让世界看到米香文化的魅力，如：九江双蒸 200 周年之际，霸屏世界多座城市地标，收获来自世界各地华侨和国际友人的生日祝福；201 周年时，更是登上珠江王子号，以夺目光彩点亮珠江、引发粤港澳大湾区强势关注。

此次，九江双蒸与快舟火箭的合作是水到渠成、一拍即合。据了解，九江双蒸除了今年年底将与快舟火箭一同冲上太空、共赴星际之外，双方今后还将展开多元化、深层次的合作，屏幕前的大家可以期待一下，看看米香白酒品牌与航天科技会产生何种神奇的化学反应！

双蒸米香携手快舟火箭，相互赋能、共同出圈

九江双蒸与快舟火箭的合作，称得上是一次双向赋能的共赢合作：九江双蒸为中国航天事业助力的同时，快舟火箭也能凭借自身强大的国民关注度与影响力，助推九江双蒸出圈。

此番合作，不仅向世界再次展示出中国米香白酒的强劲实力，更夯实了九江双蒸“广东的双蒸，世界的米香”这一口号。向新百年迈进的第一年，九江双蒸便有如此轰动亮眼的品牌动作，可见其对开创下一个新百年的信心与雄心！

综上所述，想要成为一个能屹立于时代浪潮前沿 200 余年而不倒的粤酒品牌，最重要的就是传承与创新精神！

九江双蒸在承袭百年酿酒古法的同时，也积极融合现代科技，不断推出一款款符合当下时代的人所喜爱的产品；坚守匠心酿酒、打造高品质产品的同时，也能够积极汲取新兴的营销方式，让更多人看见并爱上粤酒品牌。

期望九江双蒸在新百年中能够越做越强、越走越远，让九江双蒸成为世界响当当的中国米香白酒品牌！

来源：九江双蒸

“年度大考”来了，看这一酱酒品牌如何玩转春节营销

兔年送福禄，万象始更新。

距离春节不足两个月，酒类市场进入传统旺季，叠加疫情防控政策调整，消费者购物热情高涨，正是各大品牌布局营销的绝佳时机。

百年糊涂的每一次亮相，都在不断强化其品牌符号，升级产品体验，今年的春节营销也不例外。

品牌力的全面飙升

近年来，疫情防控与发展经济两条主线交织，深刻影响着白酒市场。

业内专家分析，整体经济情况决定了消费信心、消费能力和消费频次，长远来看疫情防控政策调整带来利好，对于明年1月春节旺季的消费有一定支撑。

后疫情时代，随着经济回暖，居民消费力和消费倾向也逐渐回升。具体到白酒市场的发展，聚焦品牌、产品、用户的白酒品牌，依然是突围春节营销旺季的关键。

如何积蓄和保持品牌力？随着白酒市场旺季到来，“内外兼修”的百年糊涂老酱酒，凭借实力把握发展风口，成为当下酱酒企业快速打开市场的样本。

作为一家致力于为消费者提供优质白酒的老品牌，百年糊涂 24 年来潜心酿酒，每年对优质酱香原酒的战略封存，发展至今已拥有近 3 万吨老酒储备量，年产优质大曲酱香白酒达 1 万吨以上。

酱酒的酿造需要比较严格的生态产区环境，百年糊涂地处茅台镇黄金酱酒带，拥有 1200 亩花园式生态厂区，进一步满足了消费者“喝好酒，喝健康酒”的需求。

浓香看窖池、酱香看年份，真实年份酒更能凸显酱酒的内在价值。

百年糊涂是茅台镇屈指可数的“真年份”认证酒企。其多年来坚守 12987 酱酒工艺，并有钟怀利、韦金文、严腊梅、刘大昌四位茅台出身的酿酒专家及千人高素质生产团队助力，为工艺与品质严格把关，夯实产品品质根基和实力。

百年糊涂老酒储量足、产能输出稳定、黄金产区基因、真年份认证及大师品质把控等各方面的优势凸显，在未来的市场竞争中仍将持续发力。

“福禄”发力，用心诠释中国味

年关将至，如何在竞争激烈的酱酒市场取得领先，百年糊涂给出了高分打法。

为抢占春节黄金销售季，百年糊涂主推百年糊涂老酱酒百福&百禄系列产品，以“高品质、真年份、新喝法”全面进军酱酒中端价位市场，力图成为腰部价位的中坚力量，保证其在酱酒赛道成为下一个现象级“国

民酱酒”品牌。

此前，百年糊涂老酱酒百福&百禄两款产品在糖酒会、酒博会等展销会上已收获一批忠实粉丝，以过硬的实力赢得了口碑、市场的开门红。

随着品牌在线上线下多平台、多维度、多形式的互动营销形式持续发酵，其创新性提出的“引领酱酒新喝法”获得广泛共鸣，这也为百年糊涂老酱酒百福&百禄打下了较好的市场基础。

随着旺季营销竞争白热化，以情感为线，打通用户心智成为制胜的关键，健康年味、传统文化、家庭团圆等更易引发用户关注与共鸣。

春节在国人心中的重要性不言而喻，从“福”“禄”“寿”的传统信仰到如今的“贴福”“集福”，无不印证了国人在佳节来临之际对美好祝愿的追求，以及对相关文化内涵产品的购买意愿。

百年糊涂老酱酒百福&百禄，作为全新推出的文化酱酒产品，以中国传统文化“福”“禄”为底色，将承载的几千年东方美好寓意的“百”字蕴于其中，与生俱来的文化底蕴和品牌内涵诠释了百年糊涂老酱酒的美学价值和 market 价值，也突出了其在春节旺季当口，具备的先天优势。

百年糊涂老酱酒旗下两大单品“百福”“百禄”分别处于 400 元、600 元中、高端价格带，皆由 5 年基酒加 10 年以上年份基酒精心勾调而成，其中“百禄”含有更高年份、更大比例的老酒，两款产品皆搭配专业用于勾调的超高品质老 10 酒，无论是产品品质还是以“福禄”文化为设计核心，向消费者传递生活美好的产品文化，都可谓是这个价格带的“佼佼者”。

百年糊涂老酱酒百福&百禄系列产品，通过深度挖掘我国传统的“福禄”文化，打造全新酱酒百字瓶 IP 文化，实现了产品与传统文化的融合，精益求精的酒体品质和福禄圆融的瓶体寓意，使产品的新春年味属性得到进一步提高。不仅做到了以产品传递中华文明和它蕴藏的智慧思想与美好愿望，同时也为消费者带来一款高性价比的好酒。

释放新引力，打通品效销

在全民营销的时代，百年糊涂老酱酒的营收业绩自上市以来不断增长，出奇制胜的营销策略是其中极为重要的一环。

洞察市场的百年糊涂老酱酒积极优化动销渠道，通过“海、陆、空”多渠道包围式营销策略，精准触达目标人群。

今年，百年糊涂在线上及线下同步推出以“集福盖 换百福”为主题的春节大促活动（凡集齐 4 个百福/百禄瓶盖，即可在活动有限期内到任意终端门店免费兑换百年糊涂老酱酒百福/百禄 1 盒），以确保春节促销活动信息提前完成大范围的覆盖。

随着消费升级，消费者正在从品牌的被动接受者转变为品牌决策管理中的主动参与者，“重体验”的创新消费方式可以让消费者全方位地参与到与品牌的对话中。

此外，百年糊涂还在全国深入开展老酱酒特色品鉴会——百味宴，每场配备专业品鉴师团队，带领 C 端及 B 端客户沉浸式体验新老勾调的全新酱酒饮用方式，成为春节营销的一大亮点。

百年糊涂老酱酒通过精细化布局高性价比老酱酒赛道，做老百姓喝得起的老酱酒，并结合“定制渠道+全新喝法”构成旺季营销“三板斧”，为品牌打造和市场发展不断赋能。

除此之外，公司还针对 B 端客户打造特色返厂游，定制涵盖茅台镇主要酒厂的观光旅游线路及糊涂酒厂深度游，以树立厂商信心和实现销量转化。

百年糊涂依托流量引擎，打造众多新颖互动玩法，将激发用户与品牌的深度交互，让品牌文化和理念融入到春节场景营销的每个点滴，完成立体、强势的品牌渗透。

随着春节营销旺季启动，品牌更需要针对性、创新性的差异化营销玩法，以此在竞争浪潮中找到引爆点和记忆点，传递品牌价值。百年糊涂老酱酒旺季期间迸发的“战斗力”，正逐步转化为新的市场动能，成为其进一步延伸市场边界和产品力的重要里程碑。

来源：云酒头条

履行担当，同心抗疫，红荔在行动

不久前，面对严峻复杂的疫情，顺德酒厂在做好自身防疫工作的同时，积极参与社区疫情防控，组织多名志愿者到前线支持抗疫工作，和社区其它企业一起守护着大良街道的东大门，筑牢疫情防控的安全防线。

连日来，顺德酒厂的党员和员工在党组织的带领下踊跃参与志愿服务，在五沙大桥红绿灯右侧（顺恒路与顺番路交汇点）承担进入社区人员核酸查验工作，每天派出 15 名志愿者分三班次轮换，确保每天早上 7 时至晚上 10 时都有同事在岗，以实际行动支持社区抗疫工作。

此外，还有员工志愿者活跃在社区全员核酸检测的现场，协助维持秩序、查验核酸码和健康码。员工的参与离不开党员的带头作用，在此次疫情防控志愿服务中有 60 多人报名参加，其中部分人员多次参加志愿服务。

为了让员工更好地协调工作与志愿服务时间，并根据实际调整了工作安排，让同时参与生产和志愿服务的员工得到充分休息。车间、部门、班组协调正常的工作任务，一些热心同事还会主动帮忙，做到工作与志愿服务两不误。

疫情发生以来，公司还为急需后勤保障物资的镇街捐赠了一批帐篷和饮用水。捐款购置防疫物资，慰问疫情防控一线工作人员。顺德酒厂和广大员工坚守企业的社会责任，以实际行动为顺德疫情防控工作出力，“顺德有需要，红荔就上前”。

“微光闪闪”温暖顺德天空

在最困难的日子里，公司多个志愿者用自己的无私奉献，为保障居民的日常生活、为保证社会秩序的稳定做出了贡献。在生活中，他们也只是一个普通人。可能只是个父亲，是个母亲，亦或只是个普通的打工者。但是在疫情面前，他们努力承担起社会秩序的稳定。

如果把志愿者这种身份当成是一份微光，每一位愿意付出的志愿者就是这片天空最美丽的星星，而每一颗星星都闪烁着他独有的光亮。微光自有“温暖的力量”。大家各尽其力，哪怕疫情之下，也使得顺德的天空是如此完整和美好。

日前，各地开始解除封控，解封不解防，希望大家继续做好防护。保持勤洗手、科学佩戴好口罩、少聚集、文明用餐、遵守 1 米线、家庭常通风，做好清洁消毒，养成健康生活方式。

来源：广东顺德酒厂有限公司

唐庄年末荣膺两项大奖！

这个 12 月，对唐庄酒业来说注定不凡，2022 年，是唐庄奋起发展的元年，更是唐庄荣耀加身的元年！近日，唐庄酒业斩获“中国广告风云榜-年度传播力品牌”+“贵州新名酒”两项大奖！

独具匠心，攻坚坤沙老酒独创新名酒！

近日，由名酒观察、中国名酒大会、中国酒业研究院、酒业青年领袖俱乐部、探酒等平台机构发起，“名酒 70 年·新名酒评选组委会”主办的“1952-2022 名酒 70 年·新名酒评选”活动，唐庄 535 经过多轮网络推荐、网络投票、行业专家、媒体代表等评分，喜获“贵州新名酒”。这份承载着“新时代新名酒”的荣誉，充分肯定了唐庄酒业的产业地位。唐庄 535，正式以“酱香名酒”的身份，跻身酱酒新品类的赛道；唐庄酒业，以独创 53.5 度酱酒新品类的开拓精神，升级酱酒市场新赛道。

厚积薄发，重塑酱酒行业传播新生态！

品类的创新，品质的认证，是酒企的发展壮大的根基，但“酒香也怕巷子深”，在全员营销的当下，酱酒行业不乏精耕品质的企业，但真正能将品牌知名度打响的，少之又少。而唐庄酒业，凭借创始人 30 年成功的品牌营销经验，在品牌传播上一直坚持自己的一套打法。并且在近期，取得一定的成果，荣获第八届中

国广告风云榜【年度传播力品牌】。

据悉，中国广告风云榜于 2004 年由《广告导报》杂志社全案推出，是广告行业最重要的专业评选活动之一。而第八届“中国广告风云榜”，是为品牌主、媒体平台、营销服务商、广告代理商等搭建交流平台，同时发掘、鼓励、表彰、推广行业的杰出营销案例。为大家提供多个视角去挖掘最新的行业成功实践经验，并更好地探讨如何应对行业日益发展的挑战，共同打造广告营销行业风向标。

在历经评审团对于作品内容及单位、创意以及实效等方面严格地筛选之后，唐庄酒业获评“2021-2022 年度传播力品牌”，这是唐庄酒业在过去两年在营销传播上努力成果得到充分肯定的体现，更是驱动着唐庄酒业坚定不移地秉承“让世界分享中国酒，引领酱酒国际化”的企业使命，为打造“高端坤沙老酒知名品牌”而不懈奋斗的动力！

迎风潜行，勇闯酱香白酒行业新高峰！

在风云激变的今日，唐庄酒业深刻认识到，机遇与风险并存，深刻把握时代潮流，顺势而为、开拓创新，打造新时代名酒企业的新高度，重塑酱酒行业传播新生态，勇攀行业新高峰！

新传播，新发展！新时代，新名酒！唐庄酒业在这个 12 月，用荣誉为 2022 年画上圆满的句号。这份属于唐庄的荣耀，必将引领唐庄在未来的酱酒行业发展从创意立意、实效突破等方面的“标杆导向”作用，唐庄也必将将以酱酒行业内的“最高标准”，在艰难复杂的市场环境中，逆风前行！

来源：唐庄酒业

130 年酒企走进高校，张裕携手同济大学共话经营之道

日前，上海同济大学经济与管理学院 MBA/EMBA 中心特邀同济经管 MBA2000 级校友、烟台张裕葡萄酒股份有限公司总经理孙健先生带来主题讲座。

本次讲座以线上线下相结合的方式，吸引了同济大学经济管理学院学院 MBA 及 EMBA 学生（多为企业家、学术精英）等近 500 位同济师生、校友全程参与。

众人一边品鉴张裕美酒，一边探讨企业经营之道。

研讨会开始之前，孙健总经理带领现场嘉宾共同品鉴了若干款张裕美酒。

首先是张弼士为什么会在烟台开办葡萄酒公司？孙健分享到，1871 年，张弼士应邀出席法国驻印尼雅加达领事馆举办的酒会，其中法国领事跟他讲，咸丰年间他曾经到过烟台，发现那里漫山遍野都长着野生葡萄，他们用简易设备酿出的葡萄酒口味很纯正，烟台的土质和气候特别适于种植酿酒葡萄。

说者无意，听者有心。这也点燃了张弼士创办中国第一家葡萄酒公司的梦想。1891 年，山东登（蓬莱）莱（莱州）、青（青州）兵备道兼东海关监督盛宣怀，电邀张弼士来烟台商讨兴办铁路事宜，公务之余张弼士趁机考察了烟台的葡萄种植和土壤水文状况，认定烟台确实为葡萄生长的天然良园，所以决定投资 300 万两白银创办张裕。

第二个故事是“张裕酿酒公司”的创办过程。1892 年张裕创办之时，营业准照由李鸿章和王文韶两位大臣亲批，而且准予在直隶（河北）、奉天（辽宁省沈阳）、山东等地专利 15 年，免税 3 年，也就是说 15 年内不允许开办第二家葡萄酒企业。

此外，清朝同治、光绪皇帝的老师翁同龢先生亲笔为张裕题写厂名——“张裕酿酒公司”，这六个字目前还保留在张裕的老门头上。

第三个故事，是关于张弼士与胡雪岩的故事。虽然两位都是红顶商人，但张弼士官居一品，胡雪岩为二品；张弼士鼎盛时期的个人财富是 8000 万两，比清政府的整个财政收入都高，而胡雪岩最高峰时拥有 2000 万两，可见张弼士的实力跟影响力在当时是很大的。

因此，当张弼士 1915 年率团去参加巴拿马万国博览会时，美国的媒体都争相报道，并称他为中国的“洛克菲勒”。

最后一个故事是张弼士先生一生创办的 40 多家企业。除了张裕酿酒公司，张弼士还参与筹办中国通商银行，出任总董。中国通商银行是中国第一家股份制银行，也是第一个清政府允许发行纸币的银行。该银行的旧址位于如今的上海外滩六号。

除了简单分享了张裕的过去，孙健还通过几组数据向现场嘉宾介绍了现今的张裕。

据中国酒业协会披露，2019-2022 年上半年全国规模以上葡萄酒企业销售收入中，张裕股份公司营收分别占整个行业的 34.97%、33.87%、43.79%及 50.69%，实现了营收占据行业“半壁江山”；利润方面，2019-2022 年上半年张裕股份利润总额在全国规模以上葡萄酒企业利润总和占比分别为 146%、257%、219%及 625%。

如今的张裕已在全球布局 14 座酒庄，旗下产品畅销全球 77 国，成为了企业规模全球第四、品牌价值全球第二的葡萄酒企业。

“世界上懂得经商技巧的企业很多，但能活到 100 年的企业很少”，上海同济大学经济管理学院前党委书记吴泗宗教授也对张裕寄予厚望，他现场表示：“对于张裕来说，现在要完成两个最大的任务。第一个任务是扭转大部分老百姓喝白酒、少量的人喝红酒的局面。白酒对身体百害而无一利，葡萄酒的营养比较多，我不胜酒力也要喝，这就是习惯的改变。”

“第二个任务是要敢于亮剑。在我们消费品领域里，以前香烟是典型的西方占优势的消费品，但现在我们中国头部的香烟品牌多得不得了，很难寻觅到曾经在中国风靡一时的西方香烟品牌，我们彻底把它赶出了中国的大地。今后我希望以张裕为首的中国葡萄酒品牌能同样地走上这条道路，跟拉菲等西方名酒比拼的时候，我们的中国葡萄酒不落下风，我觉得这是一件很重要的历史使命，张裕能够做得到。”

同济大学经济与管理学院专业学位中心主任兼 MBA/EMBA 中心主任徐勤也在会上表示，作为中国葡萄酒产业发祥地，张裕公司扎根中国，实业兴邦，革故鼎新，创造了中国葡萄酒的传奇。

活动的最后，孙健总经理用张弼士先生的一句名言来鼓舞中国葡萄酒行业的崛起：“唐人是了不起的，只要发愤图强，后来居上，祖家的产品都要成为世界名牌！”

来源：张裕葡萄酒

冬至敬老月·关爱社区长者，皓迪酒业在行动

冬至，又称日南至、冬节、亚岁等，既是二十四节气中一个重要的节气，也是中国民间的传统节日，在古代民间有“冬至大如年”的讲法。在广东地区传承至今，冬至月份又添加了敬老等内涵，也是一个感恩敬老，爱老、助老的传统节日。

为弘扬中华民族尊老敬老的传统美德，进一步营造爱老助老的良好社会氛围，引导广大群众在积极参与中体验节日习俗、展现中国精神、增进文化自信，同时增强社区凝聚力，传承孝老爱亲、邻里互助的传统美德。永平街社工服务站联动广州市皓迪贸易有限公司、广州市黔灵贸易有限公司，以慈善+志愿的服务形式，为永平街辖区内 50 户独居、孤寡长者送上暖心礼包，营造欢乐和谐的社区氛围，增加邻里间的交流互动。同时关注社区长者在数字化智慧生活当中面临的新型诈骗方式，提升老年人反诈意识，防止金融诈骗、保健品诈骗等网络诈骗和恶意营销，减少老年人的人身或财产损失。

2022 年 12 月 12 日上午，广州市皓迪贸易有限公司、广州市黔灵贸易有限公司将敬老慰问的物资送往广州市白云区永平街道社工服务站。由于受到最近天气渐冷和感冒多发的影响。此次活动将由永平街道社工服务站的社工们安排时间走近辖区居民老人身边，将爱心传递。

皓迪酒业副总经理范新辉表示：我们两家公司的志愿者服务队，多年来在各个社区中开展多项公益社会活动，通过我们带领众多茅粉、企业员工深入社区交流。大力培育和践行社会主义核心价值观，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，充分展现传统节日文化内涵和时代特色，践行企业的社会责任。

广州市白云恒福社会工作服务社的莫主任也对两家公司的爱心善举表示肯定。莫主任表示：本次活动一方面加强社区街道与皓迪、黔灵公司公益服务队的深度联系，一方面也呼吁社会开展群众性节日文化和

慰问帮扶活动，为辖区老人、困难群众送去关心和温暖，努力营造广州市全民尊老爱老、传递真情的和谐环境。

通过发挥街道组织优势，进一步弘扬中华民族尊老敬老的传统美德。倡导敬老、爱老、助老的良好社会风尚，不断提升老年人的幸福感和获得感。搭建居民增进了解、亲情感恩、邻里交流的平台，切实提高居民群众参与社区共建共治的积极性，营造共建共治共享社区治理格局，共创文明、和谐、健康、温馨的社会家园。

来源：皓迪酒业

新加入会员名单

广东寻味酒业有限公司

撰稿、编辑、校对：会员综合部

地址：广东省广州市白云大道 1033 号（东

方明珠花苑）明珠中街 1 号

电话：020-36172939

邮编：510000

法律顾问：钟钦才 [13302256282](tel:13302256282)

E-mail: gdjy@163.com

网址: <http://www.gdjytc.org.cn>

省酒协官方微信号：GDPAIA



广东酒协网站



广东酒协微信