

品郎酒、吃火锅、赴“英雄会” 郎酒满足消费者多元需求



图为“中国郎·火锅英雄会”启动仪式。

10月30日，由封面新闻和郎酒共同打造的“中国郎·火锅英雄会”启动仪式在成都举行。中国郎携手近60个火锅品牌、超500家门店，以多重福利

掀起狂欢盛宴，邀约火锅和白酒爱好者在成都一同品味最地道“川味”、最火爆“郎味”。活动现场，郎酒股份宣传总监、郎

酒销售公司总经理助理张继先生表示：“郎酒以品质、品牌、品味‘三品’战略为根基，打通生产端、品牌端、市场端，深度践行消费主义、品质主义，与价值伙伴共建共享共赢，实现品牌宣传、产品销售、客户体验的品效合一，用热辣点燃成都这个冬天，让各参与方都能收获满满。”

成都最受欢迎的火锅、成都最懂美味的媒体与神采飞扬中国郎强强联手，实现了排队效应、贴地营销、品质定律的相互叠加。

此次“中国郎·火锅英雄会”除了福利多多，活动时间更是从2024年10月30日一直持续到2025年1月3日。两个多月的时间里，广大美食爱好者可以享受到美食与美酒带来的丰富体验。

火锅作为四川美食的“灵魂”代表，是四川的一张文化名片，也是传递热情与温暖的使者；而白酒，作为中华大地传承千年的文化情感纽带，是餐桌上不可或缺的一部分。正如元老级国家烹饪大师、川菜大师彭子渝

现场所言：“‘火锅配酒’是四川人热辣中带着安逸、滚烫里藏着舒适的生活哲学。”

而郎酒，则是“好吃嘴”们最爱的美食搭子。当下，成都平均每天郎酒的开瓶数量在4万瓶以上，单是小郎酒单支产品年销量就达到了3亿多瓶。

以“火锅配酒”为引，点燃人间烟火气。“中国郎·火锅英雄会”将联动线上线下，以火锅和郎酒七大战略产品共同点燃生活的热情，全面赋能餐饮门店，为消费者带来实实在在的福利。

那么，消费者如何参与这场目前火锅行业规模最大的全民消费活动，享受美食与美酒带来的快乐呢？

据了解，消费者可以扫描中国郎·火锅地图，直击中国郎联名店，就近参与狂欢盛宴。与此同时，近60个火锅品牌、超500家门店还将上线中国郎限时超值套餐，惊喜回馈广大消费者，福利惠及全成都，消费者购买中国郎超值火锅套餐、参与有奖互动征集，即有机会赢取中国郎好礼、霸王套餐福利等。

与郎酒“一眼万年”的网络达人、

胖不同火锅馆创始人冷少表示：“我喜欢火锅配郎酒，因为这象征着将烦恼涮一涮，将情谊叙一叙……”这些由火锅和郎酒共同编织的幸福、美好瞬间，成为了冷少拍摄视频的灵感来源，并在网络上引发了众多网友的共鸣。

和冷少一样，许多消费者与郎酒的美好故事也在持续上演。

一直以来，郎酒坚持“唯客是尊”，持续为商家助力、为市场赋能，努力贴近消费者，精心打造多个狂欢盛宴。从2万辆郎酒品牌公交车在全国各大城市往来穿梭，到演唱会等群众喜闻乐见的市场活动，再到如今的火锅英雄会，郎酒正进一步融入各地消费者的日常生活。

如张继所言：“以三品主义为引，郎酒坚持市场导向，努力为消费者创造更大的价值。携手封面新闻，郎酒将借由这次火锅英雄会为全世界火锅和白酒的爱好者打造一场最具地道四川味道、最有‘郎味’特色的消费狂欢盛宴，让这个冬天拥有些许不一样。”

(郎文)

山西汾酒前三季度业绩持续稳中向好

日前，山西汾酒披露2024年三季度报告。报告期内，公司实现营业收入313.58亿元，同比增长17.25%；归属于上市公司股东的净利润113.5亿元，同比增长20.34%。

市场拓展成效显著，省外重点市场取得较快增长。前三季度，公司采取稳健市场策略，在公司客户、终端培育较好的地区实现较快增长，持续加大对长江以南空白市场的拓展力度。因地制宜推进“汾享礼遇”，结合品牌宣传及推广策略，提高了品牌在省外的知名度和影响力。中秋期间，“与花与酒醉中秋”为主题的营销活动顺利开展，取得了良好效果。

产品结构愈加优化，矩阵优势更加明显。今年上市发布的青花20和老白汾10新品精准发力，实现了稳健销售，通过科技赋能，推动次高端与腰部产品的高质量发展。构建文创产品矩阵，系统化推动“酒+文化”“酒+文旅”的融合发展战略，成功发布了“高粱穗”注册商标纪念酒“汾酒1924”“青花汾酒×京剧艺术”等联名文创产品。完善核心产品体系化建设，研发多规格、多容量非标产品，以满足消费者在不同场景下的多样化需求。

加强品牌建设，提升品牌影响力。通过内容营销等方式讲述品牌的历史和文化，增强品牌文化内涵。利用大数据结合汾酒“数质化”技术精准营销，提高了广告投放的效果和转化率。举办新品发布会等各类品牌活动，增加品牌的曝光度和互动性。9月20日，2024汾酒供应商大会召开，进一步促进了与各供应商间的合作和沟通，激发了供应链的创新和活力，对推动汾酒品质提升及产业协同发展具有重要意义。9月27日，“走进汾酒第一车间——全国主流媒体走进高粱基地”活动成功举办，发布了汾酒酿造专用原粮绿色生产技术标准，从源头严格把控清香品质。

(汾文)

2024汾酒高质量发展峰会在上海国际会议中心召开

11月6日，在第七届中国国际进口博览会举办期间，2024汾酒高质量发展峰会在上海国际会议中心召开，行业专家大咖齐聚一堂，共话行业趋势，共商清香未来。

山西省侨联党组书记、主席王进仁，山西省商务厅党组成员、副厅长李国荣，山西省国资委一级巡视员刘峰，山西省驻沪办主任张明，复旦大学经济学院教授、中国经济研究中心主任张军，中国百强上市公司论坛主席、孙冶方经济学奖获得者、华顿经济研究院院长、《上海经济》首席经济学家沈晗耀，软库中华金融集团董事长曹国琪，联合利华全球实验室创始人、上海白玉兰奖获得者蔡亚，上海人工智能研究院总工程师王资凯，企业文化学者、上海科学技术文献出版社社长梅雪林，俄罗斯投资组织对俄投资代表王安娜，俄罗斯山西商会会长乔翔鹏，复旦全球校友会会长赵定理，著名壁画画家、美国大都会壁画修复专家申古博，中国侍酒师大赛冠军武肖彬，《可持续发展经济导刊》社长兼主编于志宏，上海文化圈的代表人物、上海宝爷李义宝，山西省政府驻上海办事处、山西省长三角招商局、长治市、汾阳市的相关领导，来自全国各地的文化学者和企业界及媒体应邀出席。

汾酒集团纪委书记、监察专员韩



图为与会领导嘉宾为汾酒文化创新中心揭牌。

向宇，汾酒集团党委委员、副总经理刘卫华，汾酒集团党委委员、董事李沛洁，汾酒股份副总经理、总会计师王怀，汾酒集团外部董事王锁奎、高彦清出席，汾酒相关部门负责人及全国经销商代表参加本次峰会。

李国荣、刘卫华分别为峰会致辞。李国荣表示，汾酒是以工匠精神铸就卓越品质的典型代表，汾酒作为中国白酒文化的璀璨明珠，质量是企业发展的生命线，希望汾酒继续秉持品质至上、精益求精的核心理念，坚定不移走好长期主义品质路线，发扬守正创新精神，推动改革发展不断创新突破。未来，山西省商务厅也将继续支持汾酒传承好中国优秀酒文化，实现杏花村、竹叶青两个中华老字号基业长青，支持汾酒开拓国际国内市场，不断提升市场份额，向世界一流企业宏伟目标迈进。刘卫华表示，当

下中国酒业已然迈向了追求高品质、高质量的发展新阶段，站在新的节点上，如何将高新技术深度融入酒业产业链，怎样大力弘扬底蕴深厚的传统文化，进而推动品牌走向世界舞台，为企业挖掘出新的增长点，是汾酒的重要课题。此次论坛诚邀各位专家学者共聚一堂，为汾酒的高质量发展建言献策，助力汾酒在新时代的浪潮中继续乘风破浪。

张军、王资凯、沈晗耀围绕新经济形势下，AI赋能产业的实际意义及科技时代下上市企业如何提质，分别以《新经济新动能》《智领未来：新一代人工智能赋能品牌的创新与变革》《科技时代下上市公司的高质量发展》为题作主题演讲。

在汾酒高质量发展圆桌论坛上，

蔡亚、梅雪林、申古博、王安娜、武肖彬、于志宏从科技、人文、国际化、低碳等方面作了分享。峰会上，与会领导嘉宾上台为汾酒文化创新中心揭牌。汾酒文化创新中心的创立，将更好地打造世界酒文化活态中心，打造兼具“中国味”“世界范”“汾酒风”的文化品牌，让“中国酒魂”带着品质美酒、带着清香文化，走出国门、走向世界。

在与会嘉宾的共同见证下，中国白酒侍酒师文化教育研发基地启动。中国白酒侍酒师文化教育研发基地将培养汾酒专属白酒侍酒师，传播更为专业的白酒知识和文化，提供更理想的饮酒环境，将白酒的知识、品鉴、服务，统一提升到新的高度，使消费者对白酒有更深层次的理解和感悟。

峰会期间还发布了以秦含章与汾酒的五个重要节点和“山西汾酒”上海证券交易所挂牌上市30周年为设计理念的两款新品，刘卫华和李沛洁上台为新品揭幕。本次峰会由山西省商务厅、山西省国资委、山西省人民政府驻上海办事处、山西省人民政府驻上海办事处、山西杏花村汾酒集团有限责任公司承办。汾酒将继续秉持“成为世界第一文化名酒”的品牌愿景，让传统的更传统，让现代的更现代，展现文化自信，努力成为世界酒业传承创新的典范。

(丁文)

“文创+”白酒 把文化盛宴端上全国各地餐桌

——访中酿品致董事长李作斌

本报讯(记者 丁新伟 口 周小琴)11月，中酿品致研发推出的蛇年新春文创酒五粮液股份·赫乙巳(蛇)年纪念酒，一经上市就吸引了众多消费者的目光。

巳蛇花结的设计元素灵感取自于十二生肖中的巳蛇、中国结以及传统祥瑞纹样。中国结造型与精致传统祥瑞纹样缠绕在一起，看起来既优美又富有独特的文化气息，同时也展现出吉祥如意的寓意。

蛇盘福运，金蛇显耀。产品酒盖以生肖金蛇为主体，与福袋、葫芦、元宝和如意等盘为一体。一套四支，四支色彩各不相同，分别为青色、白色、金色和红色，且与瓶身背

面的清代画坛大家高奇峰的名画《君子是喻》、清代虚谷的《赤练蛇图》、晚清陆恢的《巳蛇》、清代任伯年的《五瑞蛇图》等名画形成呼应，每一支都凝结着中华文化的精华、承载着独特的期许与祝福。

“五粮液股份·赫乙巳(蛇)年纪念酒的颜值、品质都尽显工艺，摆上桌大气喜庆，喝起来浓香醇厚。”一位资深酒友在接受记者采访时说道。

不止蛇年文创酒，中酿品致自2013年创立以来，一直以“做中国酒业的文创引领者”为愿景，用“名酒+文创”的方式，连续开发出“福禄寿喜财”系列、“龙马精神”礼盒装和五

粮液系系列生肖酒等文化礼品酒。这些文创酒凭借其独特的魅力，唤醒了许多消费者的历史情怀。

“文创的根基是文化，这些文创白酒将中国传统文化的历史形象化、情感具象化，充分满足了人们把文化端上餐桌的美好愿望，为向往美好生活的人带来丰富的情绪价值和文化情感。”中酿品致董事长李作斌在接受记者采访时表示。

李作斌，1975年出生于湖北省宜昌市，长江商学院EMBA研究生。2007年，在“加快文化产业发展”的时代背景下，李作斌开始深耕文化产业。2017年，他在中国白酒行业提出“名酒保真，终身无理由退换

货”服务，高举文化大旗，让中国白酒搭乘国潮的东风，精心捕捉各种场景文创产品的文化韵味与饮用口感，巧妙将“文化范”融入产品设计，通过一款款文创酒产品讲述丰富多彩的中国故事，让古老的中华文化在传承与创新中走入消费者的日常生活。

伴随中国传统文化的觉醒复苏，以中酿品致为代表的酒类流通企业，将基于中华优秀传统文化的“文创+”白酒的创新表达，使国潮国风文创白酒“百家齐鸣”，在增强消费者对中华文化审美认同感与情感归属感的同时，也让更多的文化盛宴端上全国各地的餐桌。



图为五粮液股份·赫乙巳(蛇)年纪念酒。

雅迪 | 冠能6代
更高端的长续航电动车

爱就马上行动

全国统一咨询电话
400 882 8890

爱玛

爱就马上行动

全国统一咨询电话
400 882 8890

台铃 长续航电动车

王一博

绿源 液冷电动车
一部车骑10年

S90

LIMA 立马

绿佳电动车

劲大跑得远
绿佳电动车

400-182-7777

朝阳

朝阳电动车轮胎
全国销量遥遥领先

广告 广告