

郎酒宣布实施“人财物销”全面扶持 切实保障商家利益



在白酒行业驶入转型深水区的当下,企业面临诸多挑战,渠道变革的浪潮冲击固有网络,市场份额争夺日趋白热化,库存压力居高不下。信心,似乎比任何时刻都显得稀缺而珍贵。

企业应当如何破局?近日,郎酒全国经销商年中大会举办,郎酒集团董事长汪俊林的讲话引起行业共鸣。面对当前行业形势,汪俊林作“坚定信心,开拓前行,稳中求胜”主题讲话,强调郎酒的八个坚持,承诺四个确保,要求厂商一心,坚守、壮大、长跑。以极为清晰的战略路径和极具温度、提气的承诺和种种举措,凝聚人心,让郎酒经销商和员工重燃斗志、向上突围。

遵循客观规律 在危机中育新机

汪俊林在讲话中强调了行业周期性调整的必然性:“历史及发展规律告诉我们,白酒依然是消费品中好的赛道。只要我们厂商一心,实事求是处理一切问题,勇往直前,开拓市场,积累顾客,这一轮胜利就属于郎酒,更属于郎酒的商家伙伴们。”

纵观白酒行业激荡二十年,作为在此前几轮行业深度调整期中存活下来、身经百战,并不断在逆境中发展壮大的郎酒深谙此道。

正因为对客观规律的把握,当行业集体陷入悲观时,郎酒的抉择是,在最

冷的冬天,为下一个春天埋下火种,不是退守,而是将寒冬定义为磨刀石,将其视为一次难得的淬炼机会。如汪俊林所言:“郎酒已经做好了迎接这一轮寒冬的充分准备。”“这一轮寒冬是郎酒人的磨刀石,也是商家的磨刀石,更是厂商命运共同体的磨刀石!”

提出四个确保、八个坚持 保障商家利益

首先,是四个确保,确保维护商家利益不动摇;确保郎酒干员队伍稳定;确保价格相对稳定,适应市场变化,不参与价格战;确保公司政策的稳定性、可操作性、持续性,保持市场稳定。

同时,坚持百年郎酒总纲不动摇;坚持郎酒“酱香高端,兼香领先,两香双优”不动摇;坚持三品战略不动摇;坚持拓网深耕、全国化布局不动摇;坚持现有事业部及销售大区组织结构不动摇;坚持现有各事业部产品结构不动摇;坚持郎酒庄园、龙马酒庄作为品牌故事原点,酒庄体验营销不动摇;坚持塑造郎酒的品牌势能,打造郎酒的市场动能不动摇。

其中,最让商家们振奋的,是汪俊林掷地有声的承诺:“坚决让主动作为、

逆势拼搏的商家,回款、出货、基础工作完成好的商家赚钱。对目前遇到困难、愿意与郎酒共发展的商家,要坚定给予实质性人、财、物的支持,帮助商家渡过难关。

而对于郎酒员工,汪俊林也直言:“不降薪,不裁员,真正关心干部员工……”

汪俊林的讲话让许多参会的全国经销商十分提气,也让很多参会员工觉得很振奋。面对消极氛围,郎酒旗帜鲜明地站在了“逆势拼搏者”一边,将资源与回报向他们倾斜。

这不仅是一份激励,更是一个价值宣言,寒冬中的生存权,要靠汗水而非哀叹来兑换。郎酒让市场的残酷,转化为筛选真伙伴的沙场,用利益机制驱散躺平迷雾,让真正的实干家看到破晓的光亮。

其次,是厂商关系的更深层绑定。《权力的游戏》里有句经典台词:“凛冬将至,群狼生,孤狼死。”历史证明,每一次深度调整都会重塑产业格局,能活下来的不是最强壮的,而是最团结的。因此,郎酒给出了极具分量的承诺,帮扶不是口号,而是实实在在的人财物支持,双方不再是博弈关系中的拉扯试探,而是将彼此的生命线拧成了一股绳,是休戚相关的命运共同体。

如果说,这些是对商家的承诺与保障,那么“不参与价格战”“坚持三品不动摇”等布局,则是郎酒更为高明、稳定的内核。



青花郎冠名《典籍里的中国》、独家特约《大宋词人传》



6月19日,“这个夏天,总台和你在一起——2025CMG 暑期视听嘉年华”活动在北京圆满举行。郎酒股份总经理汪博伟受邀出席,并接受 CCTV-2 经

济信息联播节目专访,讲述郎酒坚定携手总台,合作共创的品牌故事。

活动现场,中央广播电视台总台副台长齐竹泉与汪博伟总经理共同启动

2025CMG 暑期视听嘉年华,青花郎与总台两档大型文化类创新节目达成正式合作签约——独家冠名《典籍里的中国》,独家特约《宗师列传·大宋词人传》。

围绕与品牌的合作共创,中央广播电视总台总经理室常务副召集人任学安谈道:“我们希望共同探索主流媒体与优秀品牌共同成长、共创价值的新路径,为中国品牌提供最权威的市场竞争商誉。”

作为青花郎与总台携手共创的文化节目,《典籍里的中国》第三季与《宗师列传·大宋词人传》均由撒贝宁担纲主持,分别将于第四季度和第三季度的周末黄金档播出。其中,青花郎《典籍里的中国》第三季将全新升级,11期节目中,将涵盖更多中华典籍,通过打造“AI 微短剧剧场”“舞台微短剧”,邀请头部知识博主、明星嘉宾加入,国际对话等创新形式,为海内外观众献

上一部中华文化大餐。

再续诗酒华章,接棒《宗师列传·大唐诗人传》,青花郎《宗师列传·大宋词人传》将以“沉浸式实景演绎+电影化拍摄+AI 赋能文旅体验”为核心模式,讲述柳永、范仲淹等 11 位宋代大词人的传奇人生故事,更特别邀请多位著名音乐人创新演绎“宋韵新声”。

携手央视顶级 IP 节目,青花郎一直致力于与中华经典文化共振。从《中国书法大会》《经典咏流传》《宗师列传·唐宋八大家》《宗师列传·大唐诗人传》到《典籍里的中国》《宗师列传·大宋词人传》,青花郎文化 IP 矩阵不断升级,进一步丰富青花郎高品位生态圈内涵。

未来,青花郎还将通过“经典名酒+经典文化 IP”的持续打造,将诗意与美好、快乐与艺术酿进酒里,呈现神采飞扬中国郎背后的民族文化自信。



提供了一个相互交流、增进感情的平台,进一步增强了公司的凝聚力和向心力。未来,华视智检将继续秉持以人为

本的理念,举办更多丰富多彩的活动,与员工携手共进,共创美好未来,共同普写高质量发展新篇章。



诗碧曼创始人朱建霞新书读书会在深圳举行

近日,由深圳开放大学、深圳市诗碧曼集团以及知名主持策划人刘琴联合主办的“持久年轻读书会”首期活动在深圳开放大学思政大课堂举行。作为国内知名养发品牌诗碧曼集团的创始人,朱建霞女士携其新作《持久年轻》亮相,与各界精英女性共同探讨“中女时代”的机遇与自我绽放之道。

现今,“中女时代”正日益成为社会关注的热点,它指的是当代中年女性群体凭借丰富的人生阅历、成熟的心智能力、稳定的经济基础以及持续成长的内在动力,在社会经济文化各领域展现出前所未有的活力与价值的黄金时期。她们不再被年龄定义,而是积极寻求自我突破、价值再创造和身心平衡,成为推动社会发展的重要力量。在这一背景下,如何实现由内而外的“持久年轻”,保持最佳的身心状态与持续竞争力,成为了“中女”们共同关注的核心议题。

作为“中女时代”的积极践行者和引路人,深耕草本养发领域三十余年的女企业家朱建霞,不仅是诗碧曼集团的创始人和首席研发官,更是成功将传统草本养发智慧与现代科技创新相融合的行业领军人物。在她的带领下,诗碧曼品牌始终秉承“内调外养”的核心理念,推出独特的草本配方体系和专业的头皮护理技术。

在活动现场,朱建霞被深圳老年大学聘任为“校外指导专家”。从成功企业家到畅销书作者,朱建霞将多年积累的人生智慧和创业心得倾注于《持久年轻》一书,为广大中年女性提供了一份珍贵的身心健康指南与成长启示。

在读书会“她‘悦’读”环节,朱建霞真诚分享了她的创业历程,深刻阐述了“持久年轻”这一人生哲学的内涵。她强调,真正的年轻状态绝不仅仅停留在外层面,更重要的是保持内心的丰盈充实和身体的健康活力。诗碧曼品牌的发展正是践行这一理念的生动体现——从头皮健康管理入手,倡导专业化、个性化的养发护理方案。

作为养发行业的领军品牌,诗碧曼集团在朱建霞的带领下,始终坚持创新驱动发展。从传统中草药文化中汲取智慧,结合现代生物科技,不断推出符合消费者需求的养发产品。目前,诗碧曼已在全球开设了 2000 多家养发门店,形成了集研发、生产、销售、服务于一体的完整产业链。

“养发如养花,既需要细心呵护,更需要专业指导。”朱建霞分享道,“诗碧曼多年来潜心研究传统草本养发精髓,我们深刻认识到头皮健康与人体整体健康的密切相关。通过科学系统的养发护理,不仅能改善发质状况,更能帮助改善身心健康状态,这也正是‘持久年轻’的秘诀之一。”

此次读书会汇聚了众多嘉宾,包括国务院特殊津贴专家、广东省优秀社会科学家陶一桃教授,深圳市妇女儿童发展基金会秘书长王芳,深圳开放大学终身教育学院院长吴晓辉,深圳开放大学工会副主席、妇委会主任牛静,知名主持人、活动策划人刘琴等。在思想碰撞的圆桌对话环节,朱建霞与各位专家学者围绕“AI 时代背景下,中年女性如何将‘持久年轻’的生命哲学转化为持续竞争优势”等前沿话题进行了深度交流。

活动最后,全体与会者齐声诵读泰戈尔诗篇《用生命影响生命》,为首期读书会画上圆满句号。朱建霞表示,诗碧曼集团的使命不仅在于为消费者提供优质的养发产品和服务,更致力于传递科学的健康理念,赋能更多女性实现身心素质的全面提升。未来,诗碧曼集团将持续支持公益性文化活动,为更多追求健康美丽、渴望在“中女时代”持续绽放光彩、提升竞争力的女性搭建交流成长的平台,共同书写这一时代的精彩篇章。

深圳市爱克斯达电子有限公司 以技术创新布局多领域充电产品

在科技浪潮奔涌的时代,电子设备的普及及充电技术成为数字生活的底层支柱。尤其在圆柱锂离子电池这一竞争白热化的赛道上,深圳市爱克斯达电子有限公司(XTAR)正以“技术革新者”的姿态破浪前行,始于对品质的执着,延伸至对多领域需求的精准洞察。

据悉,XTAR 已取得 200 余件自主知识产权,包括 3 项国内发明专利与 93 件授权专利,覆盖充电效率、安全防护等核心技术。

品牌创始人邹伟华表示:“充电不是简单的能量传输,而是要让每一次充电都成为安全与效率的双重保障。”带着这样的理念,他将目光从单一产品投向多元场景——当潜水员在深海面临设备断电风险,当户外运动者在荒野急需电力补给,当医疗设备对供电稳定性提出严苛要求,邹伟华的团队总能用定制化方案破解痛点,这些场景化创新,不仅让 XTAR 的产品渗透至潜水、户外运动、执法、医疗、户外摄影等多个领域,更让“高品质智能充电器”的品牌定位深入人心。

如果说多领域布局是横向拓展,那么摄影领域的技术突破则是纵向深耕。早期摄影充电器“大直径电池接触难题”如同行业顽疾,既困扰着摄影师的创作节奏,也暴露了传统设计的结构性缺陷。邹伟华敏锐捕捉到这一点:当摄影师错过决定性瞬间时,电池接触不良可能成为压垮创作的最后一根稻草。

经过无数次的尝试与改进,邹伟华团队终于成功研发出具有可滑动正极片结构的充电器(专利号:201810214505.6),这一创新设计巧妙地解决了大直径电池正极接触不良的问题,为摄影电池充电技术带来了全面革新。基于这一突破性技术,邹伟华带领团队乘胜追击,推出了摄影充电器 SN4。这款 7 合 1 多功能摄影电池充电器,如同摄影装备中的“瑞士军刀”,展现出强大的兼容性,无论是常见的佳能、尼康相机电池,还是其他小众品牌的摄影电池,SN4 都能轻松适配,满足多种不同类型摄影电池的充电需求。凭借其创新的设计和卓越的性能,XTAR 荣获 2021 红点奖产品设计奖。

在科技飞速发展的当下,星链通信技术

浙江华视智检举办“游园享夏·华视同乐”主题活动

本报讯(记者 丁新伟 口 陈 奎)7月5日下午,浙江华视智检科技有限公司举办了一场别开生面的以“游园享夏·华视同乐”主题夏日活动。活动包括游园会、手工DIY、精美小吃与员工生日会于一体,吸引了公司120余名员工及家属参与,现场欢声笑语不断,洋溢着浓浓的夏日温情与团队活力。

活动伊始,精心布置的游园会区域便成为全场焦点。投篮、射箭、趣味保龄球、吹气球等经典游戏场地前人头攒动,员工们携家人一同挑战,赢取精美礼品。孩子们在家长的带领下尽情玩耍,而同事们则在默契配合中拉近了距离,现场气氛热烈而温馨。

手工DIY区域则成为“艺术家”们的舞台。参与者们发挥想象力,制作夏日主题的扇面彩绘、种植多肉植物等。一双巧手在色彩与创意间穿梭,一件件独具匠心的作品陆续诞生,不仅展现了华视人的才华,更传递了手工活的特

色理念。

炎炎夏日,怎能缺少美食的助兴?公司为员工们准备了香甜酥脆的爆米花、孩子们特别喜欢的棉花糖等。大家享受美食的同时,分享工作与生活的点滴,其乐融融的场景诠释了“华视一家亲”的企业文化。

而生日会环节则将活动的温馨氛围推向了高潮。公司精心为当月过生日的员工及家属和孩子准备了生日蛋糕和温馨的祝福。在全体员工齐唱的生日歌中,寿星们闭上眼睛,许下美好的心愿,共同吹灭蜡烛,现场洋溢着浓浓的温暖与幸福。公司领导也亲临现场,为寿星们送上真挚的祝福,感谢他们为公司发展所作出的努力与贡献,让员工们切实感受到了公司大家庭的关怀。

(李俊)