汾酒集团党委召开2025年度巡察意见反馈会

汾酒集团党委第一巡察组巡察成装二厂党总支意见反馈会召开

2025年12月17日，汾酒集团党委第一巡察组巡察成装二厂党总支情况反馈会召开。集团纪委副书记、集团党委组织部、巡察小组部分成员出席会议出席会议，分厂副科级以上干部、党员职工代表参加会议。

会上，党委第一巡察组组长传达了《关于对成装二厂党总支巡察情况的反馈意见》，聚焦高质量发展保障、廉洁风险防控、基层治理等关键领域，指出存在的薄弱环节与短板不足，并提出针对性整改建议。

对此，分厂党总支书记作整改表态发言。他表示，巡察反馈是“政治体检”的复诊，更是推动分厂高质量发展的关键契机。分厂党总支将以“两个维护”的政治自觉扛起整改责任，以刀刃向内的改革魄力，建立“即时整改、专项攻坚、长效落实”三级整改机制，借巡察整改的提质契机，对长效性问题健全制度机制，切实将巡察“问题清单”转化为发展“成效清单”。

集团纪委副书记对整改工作提出明确要求。他强调，巡察整改是提升管理水平的重要契机，全体干部职工要以高度的政治自觉抓实抓细整改工作，具体做到三个聚焦：一是聚焦政治担当抓整改，扛牢巡察整改政治责任，构建问题、任务、责任“三清单”，明确任务分工与量化指标，确保整改任务件件有着落、事事有回音。二是聚焦成果转化抓长效，做好整改“后半篇文章”，围绕管理精细化、标准化建设，干部队伍素质提升等重点工作，建立健全长效机制，切实以整改实效堵塞管理漏洞、补齐发展短板。三是聚焦融合赋能抓发展，将激发员工主人翁意识贯穿整改全过程，厚植“做汾酒主人、爱厂、爱家、爱工人”的价值理念，推动党建工作与生产经营深度融合，以整改实效点燃高质量发展新引擎。

此次巡察反馈会的召开，为成装二厂党总支精准画像、点明方向。分厂全体党员干部、职工群众将以此次会议为新起点，把巡察整改作为锤炼党性、改进工作的重要抓手，以坚决的态度、务实的举措、过硬的作风完成整改任务，为汾酒高质量发展贡献成装力量。

汾酒集团党委第二巡察组巡察杏花村酒家党总支意见反馈会召开

2025年12月19日，汾酒集团党委第二巡察组巡察杏花村酒家党总支意见反馈会召开。集团党委巡察工作领导小组成员、集团纪委副书记出席会议并讲话，集团党委组织部、巡察小组部分成员出席会议。杏花村酒家党总支班子成员、副科以上干部、职工代表、党员代表参加会议。

第二巡察组宣读了《关于对杏花村酒家公司党总支巡察情况的反馈意见》，精准指出了杏花村酒家党总支在党建工作开展、经营管理、责任落实、队伍建设、巡察整改闭环等方面存在的突出问题，提出了针对性、操作性强的整改意见和工作要求。

杏花村酒家党总支书记作整改表态发言：一是提高政治站位，扛牢整改责任，深刻认领问题，把巡察整改作为重要政治任务，切实增强整改自觉性和主动性；二是坚持问题导向，抓好整改落实，成立整改专班，制定整改台账，明确整改时限、责任到人，确保件件有着落、事事有回音；三是强化党建引领，筑牢战斗堡垒，坚持标本兼治，把巡察整改与党建提质、业务发展深度融合，以整改实效推动杏花村酒家各项工作提质增效。

集团纪委副书记传达了集团党委书记、董事长袁清茂在巡察整改工作会上提出的“抓好质量品质、保护汾酒品牌；提升干部队伍建设，靠前指挥，管到根本；提升标准化管理水平，推动管理提质增效；做好巡察整改‘后半篇文章’”四点要求，对杏花村酒家党总支下一步整改工作提出明确要求：一是扛牢政治责任，全力推进巡察整改工作，党总支书记要认真履行巡察整改工作“第一责任人”责任，班子成员要严格落实“一岗双责”，主动认领分管领域内的整改任务，扎实推进整改工作，持续强化党的建设、思想建设和班子建设，使整改工作与日常工作紧密结合。二是明确目标任务，狠抓整改落实，制定整改清单，明确责任分工，细化时间表、路线图和责任人，实行销号管理，坚决杜绝纸上整改、虚假整改。三是建立长效机制，做到标本兼治，既要聚焦反馈的具体问题逐条逐项整改到位，也要深挖问题根源，强化成果转化，防止类似问题再次发生，切实做到以巡促改、以巡促建、以巡促治。

（汾 文）

汾酒集团第三巡察组巡察质量检测中心党总支意见反馈会召开

近日，汾酒集团第三巡察组巡察质量检测中心党总支意见反馈会召开。巡察工作领导小组成员、集团纪委副书记、质量检测中心班子成员、副科级以上干部、党员代表、职工代表参加。会议旨在全面反馈巡察情况，聚焦突出问题，明确整改事项，进一步落实整改任务，促进班子队伍建设，推动质量检测工作持续健康发展。

汾酒集团党委第三巡察组组长宣读了《党委第三巡察组关于对巡察质量检测中心党总支的反馈意见》，该意见紧扣质量检测中心职能职责，精准指出了工作中存在的问题不足，为中心后期整改、提质增效明确方向。

中心主要负责人作表态发言，表示对巡察组反馈的问题照单全收、诚恳接受，将迅速成立整改工作专班，制定整改方案，明确整改时限、责任分工，以坚决的态度、有力的举措推动整改工作落地见效。下一步，中心将以此次巡察为契机，把整改成果转化为提升工作质效的动力，持续强化党建引领，规范业务流程，严守质量底线，为汾酒质量发展保驾护航。

集团纪委副书记强调，正视存在的差距和不足，把巡察整改落实作为一个重要的契机和有力的抓手，推动整个过程工作有效开展。他要求，一把手要亲自研究、亲自部署、亲自督查，压实第一责任人的责任，班子成员落实“一岗双责”。针对下一步整改提出三点要求：一是要抓好质量和品质，把好质量安全最后一道关；二是强化干部队伍素质，疏通工作难点堵点，把问题转化为实效落实；三是强化标准管理，严格执行各项制度，对标优秀单位取长补短。

此次巡察意见反馈会为质量检测中心党总支指明了整改方向，明确了工作要求。质量检测中心党总支将严格按照巡察组反馈意见和集团纪委副书记提出的要求，认真梳理问题清单，逐项分析研究，制定详细的整改台账，确保整改工作可量化、可跟踪、可考核。同时，党总支将以此次巡察整改为契机，进一步加强内部管理，完善长效机制，不断提升党组织的凝聚力和战斗力，为汾酒集团的高质量发展提供坚实的质量保障。通过整改落实，质量检测中心将努力实现管理水平再提升、工作作风再转变、质量检测能力再增强，推动各项工作迈上新台阶。（汾 文）

汾酒集团党委第一巡察组巡察融媒体中心党支部意见反馈会召开

2025年12月18日，汾酒集团党委第一巡察组巡察融媒体中心党支部意见反馈会召开。巡察工作领导小组成员、集团纪委副书记出席会议并讲话。融媒体中心副科级以上干部、党员及职工代表参加会议。

会议宣读了《关于对融媒体中心党支部巡察情况的反馈意见》，客观公正地指出了在管党治党、基层党建、媒体建设等方面存在的问题与不足，并提出了具有针对性和可操作性的建议。

融媒体中心党支部书记作表态发言，表示将诚恳接受巡察组反馈的问题，深刻剖析原因，逐项制定整改措施，明确整改时限，做到立行立改、真改实改，并以此次巡察为契机，全面提升党支部建设水平和宣传工作质效，为汾酒高质量发展提供坚强思想保障和有力舆论支持。

巡察工作领导小组成员、集团纪委副书记对下一步融媒体中心做好巡察整改工作提出三点意见。一是要扛牢政治责任，全力推进巡察整改工作，把巡察整改作为管党治党、履行职责、改进工作的重要政治任务，把抓巡察整改和成果运用融入日常工作，融入深化改革，融入全面从严治党，融入班子队伍建设，推动整改落地见效。二要明确目标任务，全力抓好巡察整改落实，制定科学合理的整改方案；加强过程管控，推动整改工作有序有力有效开展；坚持实事求是、分类施策，切实做到要求到位、措施到人、责任到岗；坚持应改尽改、真改实改，全力推动整改任务落到实处，真正达到以巡促改、以巡促建、以巡促治实效。三要健全长效机制，做到标本兼治、常态长效一要深挖问题根源，切实做到纠正偏差、堵塞漏洞、完善制度、补齐短板；完善制度体系，坚持“当下改”与“长久立”相结合，以制度刚性保障整改长效；要强化成果转化，将整改工作与中心工作深度融合，把整改过程中形成的好经验、好做法固化为常态化工作机制，把整改成效转化为推动融媒体中心高质量发展的强大动力、提升治理能力的具体举措、改进工作作风的实际成效，实现“整改一个问题、完善一套制度、堵塞一批漏洞、提升一个领域”的良性循环。

（汾 文）

洞察消费之变 以四维视角引领酒业与消费者共创未来

汾酒集团副董事长李振寰：

近日，汾酒集团有限责任公司党委专职副书记、副董事长李振寰在2025世界名酒发展大会上，以《历史经典产业的四个维度》为题进行了主题演讲，从四维视角为行业绘制了一幅转型蓝图：从“悦人”到“悦己”的消费之变，动摇了稀缺定价的商业根基；从大单品到多元适配的产品之变，呼唤着更灵活的市场响应。

汾酒作为拥有深厚历史底蕴的名酒典范，给出的最终答案超越了产品本身，它指向文化表达的深层变革：唯有摒弃“自嗨”，与消费者真情共鸣、彼此成就，方能穿越周期，共创未来。

政策赋能下的行业变局：历史经典产业需破局转型

李振寰副董事长在演讲中指出，工信部将酿酒产业从“限制性产业”调整为“历史经典产业”，并出台相关扶持政策，其核心初衷是推动产业实现创造性转化与创新性发展。他认为，当前中国酒业正处于“三千年未有之大变局”的关键转型期，过去依赖的发展逻辑已难以适配新市场环境，唯有主动转变思维、勇于探索，才能避免重蹈部分历史经典产业功能被替代的覆辙，重振产业雄风。

消费模式维度：从“悦人解决问题”到“悦己个性表达”

李振寰副董事长表示，传统饮酒消费模式的核心是“解决问题”，“感情深、一口闷”等场景本质是通过饮酒达成社交目的，呈现“该喝什么、该喝多少、该怎么喝”的被动特征。但随着市场变化，这种模式正断崖式下滑，核心原因是“酒不能完全解决问题”导致的需求缺失。

与此同时，“想喝什么、想喝多少、想怎么喝”的悦己消费模式正在兴起，消费者更注重个性化体验与自我满足，但目前规模仍有限。他强调，行业正处于两种消费模式交替的转型期，读懂消费需求变化是产业破局的前提。

商业模式维度：传统稀缺定价逻辑难续，新模式亟待探索

针对行业普遍采用的“稀缺性溢价”商业模式，李振寰副董事长提出新思路。他指出，过去名酒通过推出“优中选优”的稀缺产品，抬高均价，实现了销量下滑背景下的营收与利润增长，但这一逻辑建立在传统悦人消费模式之上。

随着消费模式转型，传统商业模式将从“供不应求”转为“供大于求”，难以持续支撑产业发展。而适配悦己消费的新商业模式仍处于探索阶段，如何满足个性化、多元化消费需求，成为行业需要共同破解的课题。

产品维度：传统大单品面临洗牌，多元适配成新方向

李振寰副董事长认为，产品是连接消费者的核心载体，当前，传统经典产品正面临深刻变革。一方面，消费者日趋理性，性价比成为关键的决策因素，性价比不合理的产品将逐步衰退，而超高性价比产品将保持稳定增长，这也是53度玻璃瓶汾酒能成为百元核心大单品的重要原因。

另一方面，悦己消费催生了多元化饮酒方式，白酒不再是唯一主角，加冰、加饮料等混搭饮用场景增多，小规格（如50毫升装）烈酒需求上升。他表示，即便百亿级传统大单品也面临重新洗牌，企业需推出更多规格、更多可能性的产品，适配新消费趋势。

文化维度：从“自说自话”到“与消费者共情共鸣”

李振寰副董事长强调，文化是酒业的核心竞争力，但传统“自说自话自嗨”的文化表达已脱离市场。文化自信只有转化为消费者的文化认知，才能激发情绪价值，真正发挥活态文化的力量。

他以汾酒实践为例，提出行业需践行“与传统共生，与时代共鸣，与消费者共情，与世界共美”的文化表达逻辑。汾酒“十五五”规划和复兴纲领第二阶段已明确核心主线——“真情共鸣，彼此成就，与消费者共创未来”，并将其作为检验工作的重要标尺，推动文化从“企业自嗨”转向“消费者共创”。

李振寰副董事长认为，中国酒业应借国家扶持历史经典产业的东风，抓住转型机遇，转变传统思维，扎实推进创新实践，走出一条“与消费者共创”的高质量发展之路，让中国名酒重振雄风、走向世界。（汾 文）

红花郎中国宴席市场“连续三年酱酒销量第一”

1月19日，“拼³·2025年度郎酒品牌年会暨年度十大图片发布会”在郎酒庄园启幕，600余位郎酒作家伙伴、媒体伙伴、经销商、会员、消费者及合作伙伴现场见证郎酒这一年走过的足迹。

年会现场，郎酒庄园“三面墙”——天宝峰青花郎红花郎墙、原产地旗舰店大卖场的郎牌郎墙、地之阁63种原酒墙，获媒体代表“墙裂”推荐。这三面墙，是郎酒品牌战略的立体化、空间化表达，生动勾勒出其从原酒到产品、从产品到品牌的完整价值图景。

郎酒2025年度十大图片发布

作为年会核心环节，郎酒股份总经理汪博炜现场以一场情感充沛的“年终述职”，如数家珍地将郎酒2025年度十大图片背后的故事、人物与梦想一一道来：

2025年初的全国经销商大会上，3000余名厂商伙伴时隔13年再度全员集结，“坚定信心，敢于胜利”的龙马狼精神点燃全场；年中大会上“八个坚持”“四个确保”的郑重承诺，进一步筑牢了厂商同心的信任根基。

2025年三品节，《中国郎·庄园酱酒蓝皮书》发布，郎酒庄园以“中国庄园白酒开创者”的身份完成体系化定义，“生长养藏”的全链路布局与30万吨优质酱酒贮存量的突破，构成了品牌最硬核的品质底气。

2025年郎酒产品力全面爆发：酱香五大战略产品矩阵完成全面升级，红运郎、青花郎等核心单品梯次发力，浓酱兼香战略新品“龙马郎”惊艳上市。

亮相威尼斯建筑双年展、牵手“世界50最佳酒吧”、与奔富等世界名庄结盟“世界酒庄联盟”，2025年郎酒以更开放的姿态连接全球市场……

此外，红红火火的红花郎、竹节郎所承载的会员专属情谊，迪拜尊享之旅对优秀伙伴的诚意回馈……十大图片从信心凝聚、品质根基、产品矩阵、品牌拓展、郎酒国际化等多个维度，全景式呈现了郎酒2025年在拼品质、拼品牌、拼品味道路上的扎实步伐。

现场，汪博炜对一路同行伙伴的点名致谢，更是让这场发布会超越了成绩汇报，升华为一次对奋斗者的集体礼赞，让“郎酒×伙伴×客户”更为具象。

红花郎中国宴席市场“连续三年酱酒销量第一”

在郎酒的酱香产品矩阵中，红花郎就像一位“国民级选手”，凭借20余年的深耕，把“红花国色”的印记刻进了千家万户的宴会场景。

活动现场，红花郎又拿下了一枚重量级“勋章”。全球领先的增长咨询公司弗若斯特沙利文公司董事总经理张知为登台“盖章认证”，重磅宣布红花郎中国宴席市场“连续三年酱酒销量第一”。

张知为现场指出，宴席市场作为白酒消费的刚性场景，2025年已占据整体白酒消费约35%的份额，成为行业核心战场。

在竞争日趋激烈的市场中，红花郎能持续站稳宴席“C位”，张知为解读道，这源于红花郎深入人心的“喜庆符号”契合了国人对团圆的情感诉求，扎实的品质口碑以及深入人心的品牌认知，让红花郎在婚宴、寿宴、家宴等场景中成为“默认选项”。

以拼³之力赴新征途 郎酒再向前推进一公里

自首次发布“2019郎酒十大年度图片”，郎酒年度十大图片发布已持续七年。七年历程，也是郎酒系统性成长的缩影。

正如汪博炜所言，与七年前相比，今天的郎酒正由内而外发生深刻变革：更成熟、更具体系力量；战略、组织、产品、战术、执行环环相扣，拥有了更强的“内心”、实力、“骨骼”与“肌肉”。

会上，汪博炜带领郎酒销售公司领导团队集体登台，启动“拼³·再向前再推进一公里”，彰显郎酒将继续在行进中作答，在行走中抵达。

何为拼³？拆解来看，此次郎酒品牌年会聚焦的拼³，既是“拼乘以拼再乘以拼”的拼尽全力，也是郎酒“拼品质、拼品牌、拼品味”的坚守，更是郎酒与伙伴、客户三方共进、共创共赢的价值体系。

2025年，郎酒以拼搏三连击，拼出了如期完成生产经营任务、经销商出货量实现微增长的年度答卷。以拼³为指引，未来郎酒将继续站定长期主义，在品质、品牌、品味等各维度持续精进，一公里一公里地向前推进。（郎 文）