“轻工脊梁”系列报道

一针一线 一事一生

——专访湖南省湘绣研究所有限公司高级工艺美术师彭娟

图为彭娟正在刺绣。 受访者供图

□ 本报记者 唐 瑞

窗外的光线渐渐暗下来，绣绷前的人却没有开灯。

一根银针在彭娟指间起落，丝线穿过绣面，落在猛虎的眉眼与毛发之间。为了绣出毛发蓬松而又富有层次的质感，她把一根蚕丝线一分为二、二分为四，再继续劈下去，直至细得几乎看不清。

湘绣讲究在自然光下辨色。蚕丝会随着光线变化呈现不同的色泽，灯光再明亮，也难以完全还原其中细微的冷暖与明暗。因此，即便天色转暗，绣娘们也不会轻易开灯。真正需要依靠的，是长期训练形成的手感，以及对针脚、色线和画面的判断。

这份在昏暗中仍能把握分寸的能力，要练多久？对于彭娟来说，是18年。

2026年4月，湖南省湘绣研究所有限公司高级工艺美术师彭娟获得全国五一劳动奖章。从17岁进入湘绣行业，到成为湘绣省级代表性传承人、湘绣核心技艺“鬅毛针”第五代传承弟子，她的职业道路有着许多“命运的波折”。

最初，她没有想过，自己会与一根针、一绷丝线相伴一生。

阴差阳错拿起一根针

彭娟出生于湘西龙山，从小喜欢写写画画。15岁时，她原本想学服装设计，希望有一天能把脑海中的颜色和线条变成衣服。但入学后，由于报名人数不足，服装设计班没有开起来；读另一个五年制班，家人又不同意。几经辗转，她被调到湘绣专业。

“其实真的是盲选的。”回忆起当初的决定，彭娟笑着说，“只能说是一种阴差阳错，或者说，命运的召唤。”

进入学校后，她先学素描、色彩和平面设计，再学习刺绣针法。而湘绣，并不只是把线穿过绸缎。湘绣通常以中国画为蓝本，先有画，再有绣。绣娘需要理解构图、色彩和物象，再以针代笔、以线润色，完成对原作品的二次创作。一根针既可以绣出平面，也可以营造出层次、光影甚至立体效果。同样的底稿交到不同的人手里，最终呈现出来的作品也不会完全相同。“就像没有两片完全相同的叶子一样，即使是同一个人，今天绣和明天绣，感觉也会不一样。”在彭娟看来，刺绣最难的并不是记住多少种针法，也不是简单完成配色和造型，而是理解作品。“只有真正理解它，才能用手里的针和线，把自己感受到的东西表达出来。”

2008年9月，尚未满18岁的彭娟进入湖南省湘绣研究所工作。与她一同进入单位的有70多名同学。他们是当时的湖南省湘绣研究所与湖南工艺美术职业学院开展校企合作、“订单式”培养的首批年轻绣工。

刚从学校走出来的年轻人对未来有着各种想象。然而，刺绣是一门慢手艺。每天坐在绣绷前，一针一线积累，收入并不算高，进步也难以很快显现。有人转行，有人离开。最初只是一个人、两个人，后来走的人越来越多。尤其是最要好的朋友辞职时，彭娟动摇了。“好像做这一行也没有很高的收入，也不知道这条路以后能不能走得更好。”她坦言，那时自己也想过打退堂鼓。

父母却不同意她离开。在他们看来，女儿学的是湘绣，能找到对口单位并不容易；如果转行，一切都要从零开始。更重要的是，所里的老师看重这个年轻姑娘，愿意给她参赛、创作和学习的机会。

她最终留了下来。当初70多名同学，如今仍在绣绷前工作的只剩20多人。多年后回望，记者从彭娟的讲述中读出了她为这个决定而感到幸运，也可以说是幸福。

一年半，只为绣好一朵蒲公英

留下来只是开始———次次与作品较劲的开始。

2012年，她参与绣制双面绣作品《蒲公英》。画面中的蒲公英纤细、轻盈，绒毛仿佛随时会被风吹散。但传统针法绣出的丝线往往平整、光亮，始终达不到她想要的蓬松感。

她反复尝试。把光亮的丝线打毛，再一点点固定；效果不对，就拆掉重绣。有时绣了很久，退后看一眼，发现绒毛的方向、疏密或层次仍不自然，只能重新来过。绣、抽、钉、拔、理。她逐渐摸索出一套五步操作方法：先绣出基础，再将丝线抽松、钉牢，随后拔出绒感，最后一点点整理形态。这个过程持续了一年半。最终，绣面上的蒲公英不再只是平铺的线条。细密的绒毛从丝面上“长”出来，既柔软又具有空气感。《蒲公英》后来获得第四届湖南省工艺美术精品博览会优秀奖，并在2013年香港的一场湘绣湘瓷精品拍卖会上拍出。

比获奖和拍卖更重要的是，彭娟从中清晰地意识到，传统针法并不是不可改变的定式。

她的老师成新湘从不要求徒弟完全照搬自己的方法。遇到新作品，她常常鼓励年轻绣娘自己琢磨：“怎样能够又快又好？能不能换一种方法？”这种宽松而开放的教学方式，让彭娟逐渐敢于试错。

后来，在绣制雪景作品《雪霁》时，她又遇到了新的难题。画面中既有积雪，也有细小的植物。按照传统方法，可以用乱针铺满雪面，但彭娟不想让积雪只呈现出平整的白色。一次下针时，她没有像往常一样把丝线完全扯平、扯紧，而是有意留出一点松度。丝线微微凸起，在绣面上形成细小的颗粒，竟意外呈现出雪落后蓬松而厚重的质感。

“当时有一种灵光乍现的感觉。”她回忆。她把效果拿给老师和同事看。大家没有否定，而是让她继续尝试。于是，一针、两针，零散的“雪籽”逐渐铺满画面。经过不断调整，这种针法后来被完善为“雪籽针”，并收入“80种湘绣针法演绎”项目。

一门有着悠久历史的技艺，就这样因为一次未被拉紧的丝线，增加了一种新的表达。“它能够影响后面的作品，可能以后还有其他人用到这样的针法。”彭娟说。谈起《雪霁》，她欣喜于自己的尝试进入了湘绣的公共技法体系。

一幅作品，五年时间

刺绣的时间尺度，常常超出普通人的想象。一件小型绣品，可能需要一个星期或半个月；复杂的大型作品，则需要多人合作半年、一年，甚至更久。

彭娟参与并主创的全国首幅湘绣唐卡双面异绣《雪域慈悲》，由20多名绣工共同完成，前后历时五年。

五年时间意味着什么？意味着一批绣娘每天面对同一幅作品，在几乎相同的位置坐下；意味着许多进展无法用厘米计算，只能用一根丝线劈成多少绒、一个色阶调整多少次来衡量；也意味着个人必须退到作品之后，与团队共同守住统一的标准。正是在一次次大型作品的合作中，彭娟从一名熟练绣工走向技艺研发者。

2017年，她参加首届湖南省“湘字号”传统工艺技能大赛。选手要在三天内完成一幅通常需要一周才能绣完的作品，题材现场随机抽取。面对众多资深绣工和行业前辈，她最终获得全省第五名，并获得湖南省五一劳动奖章和“湘绣优秀工匠”称号。

从省五一劳动奖章到全国五一劳动奖章，时间过去将近十年。彭娟却不把这看作一条只属于个人的上升轨迹。“这不是我一个人的荣誉。”她说，一路走来，单位提供的平台、老师的培养、同事的帮助，都落在她今天获得的这枚奖章上，“我只是作为一个代表去拿到了它。”

绣好别人的画，画好自己的稿

从业之初，彭娟的任务主要是按照设计稿完成刺绣。设计师负责构图，配线老师准备色线，绣工将图稿转移到真丝底料上，再开始刺绣。作品完成后，还要经过设计师、工艺大师和相关负责人验收，之后才能入库、装裱、销售。在这个体系中，设计和刺绣常常由不同的人完成。

但做得越久，彭娟越希望跨过两者之间的界线。

图为湘绣作品《雪霁》。受访者供图

“如果是我设计的，可能我想表达的点，其他刺绣老师不一定完全懂。”她说。她希望未来的作品能够由自己设计，再由自己刺绣，让落在纸上的第一笔，与穿过绣面的最后一针，来自同一个人的理解。为此，她多年坚持绘画，从基础训练、临摹古画开始，逐步尝试原创设计。过去她用针线理解别人的画；今后，她想让自己的画成为湘绣底稿——这是彭娟职业道路上的又一个追求：从掌握“术”，到形成“道”，她有自己的艺术表达。

市场的变化也对这种表达提出了新要求。

传统湘绣多以中国画为题材，常见山水、花鸟和人物，装裱也以木框为主。对于一些年轻消费者而言，传统绣品价格较高、体量较大，与日常生活存在距离。

彭娟和同事们开始把湘绣做小、做轻。耳环、胸针、手链、项链、书签、文房套盒……在传承人工作室里，越来越多湘绣元素被放进日常用品。装框形式变得更加简洁现代，题材也更贴近年轻人审美。

面向企业采购和大众消费，湖南省湘绣研究所有限公司还开发了以韶山、爱晚亭、橘子洲、张家界等湖南地标为主题的小型单面绣，以及寓意“事事如意”“大吉大利”的伴手礼。相比收藏级作品，这些产品尺寸更小、价格更亲民，也更便于携带。

留下来的人，开始等后来的人

18年前，彭娟是坐在绣绷前最年轻的一批人。如今，第一批“90后”湘绣传承人已经成为行业的中坚力量。在她身后，越来越多“00后”年轻绣娘进入工作室。她也开始带徒弟。

面对年轻人，她常常想起自己的老师成新湘：加班时，老师会亲手做些吃的送到单位，一边看大家刺绣，一边给予指导。师徒之间没有过多刻板的规矩，更像共同工作多年的家人。现在，彭娟也试着以同样的方式影响徒弟。除了教基本针法，她更希望年轻人敢于形成自己的理解，而不是机械重复前人的动作。“无论是基本技法，还是其他方面，都要尽自己的能力把她们带好。”她说。

与一些青黄不接的传统绣种相比，湘绣目前仍有一批青年从业者。但彭娟清楚，年轻人愿意走进来，并不一定能留下来。刺绣是一门需要时间来成就的手艺。看不到速成的结果，承受不了漫长的积累，再鲜明的兴趣也可能逐渐消退。

她能做的，是把自己曾经获得的机会、鼓励和信任，继续传递下去。

当记者询问获得全国五一劳动奖章对她意味着什么时，彭娟说：“这份荣誉是新的起点，我希望继续研究新针法，继续学习绘画和设计，也希望带好年轻徒弟，让她们在一针一线中找到自己的位置。”

采访的最后，记者忍不住再与她谈起那个命运的“小小玩笑”：18年前，她因为服装设计班没有开成，阴差阳错走进湘绣。多年后的现在，她并不为当初未能成为服装设计师而遗憾。“如果真的学了服装设计，我可能也只是一名很普通的设计师。”她说，“现在看来，走进湘绣，是命运更好的安排。”

结束采访，记者知道，第二天，彭娟会准时出现在工作台前。丝线穿过底料，在看似重复的起落之间，留下无法被复制的细微变化。

当年那个对前路迷茫的女孩，已经在一根针的来回穿行中为自己绣出了一条路。如今，她将把针线交到更年轻的人手中。

（上接A1版）

因此，品牌力不足是制约郏县铁锅提质增效的核心难题。胡军然坦言，论产能、工艺、品质，郏县铸铁锅在全国行业内都处于领先水平，但大众认知度不及章丘铁锅这样的知名区域品牌。

除此之外，产品重量短板成为年轻消费者的“劝退点”。胡军然向记者解释：“铸铁锅是用生铁通过模具浇铸、压制成型的，含碳量高，所以导热均匀、储热持久、底厚不糊锅，这是我们的优势，但同样也成为了劣势。市面上主流铁锅重量都在3—4斤，经过改良的最轻款式的铸铁锅也有2.6斤，不符合当下厨具轻量化、便捷化的消费趋势，与年轻消费市场存在错位。”

利润率提高3倍 郏县把品牌话语权握在自己手里

面对多重困境，郏县选择以品质为根基、以创新为动力、以品牌为突破，全方位推动郏县铸铁锅转型升级。

品质是产业发展的底气，为解决产品检测不便、品质标准不统一的问题，2024年，郏县投入200余万元升级改造河南省铸铁锅产品质量监督检验中心，并于当年11月正式投入运营，可独立完成工业和信息化部批准发布的轻工行业标准——《铸铁锅》（QB/T 5899-2023）中的79项检验项目。

如此一来，每一口出厂的郏县铸铁锅都要经过严苛的“全方位体检”。锅体需要通过5度倾斜稳定性测试，确保烹饪时稳固不晃动；锅柄还要完成数万次拉力疲劳测试，杜绝脱落和断裂隐患……

保障品质的同时，当地全力破解品牌力发展困局。在逐步培育起华邦、润康、钰康等本土自主品牌的基础上，郏县铁锅协会牵头推进“双商标模式”并授权10家企业使用，即企业在保留自有品牌的同时，共享“广阔天地”集体商标。数据显示，采用“双商标模式”的产品，平均利润率是传统代工产品的4倍。与此同时，当地正式启动“中国郏县铸铁锅”地理标志申报工作，为区域特色品牌筑牢法律保护屏障。

“线上”则是拓宽本土品牌销路更直接的尝试。华邦电商经理王啊鹏从小跟着父母在锅厂长大，回忆起早年跑线下渠道的日子时感慨万千：“十几年前刚结婚那会儿，父母也都在厂里忙着，我出门跑业务都得一边背着铸铁锅样品，一边带着孩子，走遍全国各地的市场，就希望尽量多地铺开销售渠道。”如今，企业在抖音、天猫、京东等平台全面开设店铺，吸纳本地居民担任带货主播，王啊鹏在电脑屏幕前看着从全国各地涌入的订单，笑着说：“再也不用背着锅满世界跑了。”

目前，郏县虽然在铸铁锅领域市场优势明显，但放眼国内整体炊具市场，铸铁锅的占比还不足五分之一。胡军然表示，他相信郏县铸铁锅仍有很大的增长空间。同样，在海外市场，郏县铸铁锅凭借工艺优势已收获良好口碑，企业也正同步布局海外销售渠道，推动本土铸铁锅品牌走出国门。

公告栏

公告

本企业北京高雅文化传播发展中心（统一社会信用代码：91110102MA024WP823）吊销已满三年，拟向登记机关申请简易注销登记，现登报申明，并郑重承诺：

本企业债权债务已清算完结，不存在未结清清算费用、职工工资、社会保险费用、法定补偿金和未交清的应缴纳税款及其他未了结事务，清算工作已全面完结。

本企业承诺申请注销登记时不存在以下情形：涉及国家规定实施准入特别管理措施的外商投资企业；正在被列入企业经营异常名录或严重违法失信企业名单的；存在股权（投资权益）被冻结、出质或动产抵押等情形；有正在被立案调查或采取行政强制、司法协助、被予以行政处罚等情形的；企业所属的非法人分支机构未办理注销登记的；法律、行政法规或者国务院决定规定在注销登记前需经批准的；不适用企业简易注销登记的其他情形。

（本企业营业执照正、副本，公章已丢失，申明作废）。

本企业投资人万小鹏、王钢、王晴对以上承诺的真实性负责，如果违法失信，则由本企业投资人万小鹏、王钢、王晴承担相应的法律后果和责任，并自愿接受相关行政执法部门的约束和惩戒。联系人：万小鹏，联系电话：13801163905。联系人：王晴，联系电话：13269047870。联系人：王钢，联系电话：18519809663。

公告

本企业北京瀚诚轩文化传播有限公司（统一社会信用代码：91110107348381350P）吊销已满三年，拟向登记机关申请简易注销登记，现登报申明，并郑重承诺：

本企业债权债务已清算完结，不存在未结清清算费用、职工工资社会保险费用、法定补偿金和未交清的应缴纳税款及其他未了结事务，清算工作已全面完结。

本企业承诺申请注销登记时不存在以下情形：涉及国家规定实施准入特别管理措施的外商投资企业；正在被列入企业经营异常名录或严重违法失信企业名单的；存在股权（投资权益）被冻结、出质或动产抵押等情形；有正在被立案调查或采取行政强制、司法协助、被予以行政处罚等情形的；企业所属的非法人分支机构未办理注销登记的；法律、行政法规或者国务院决定规定在注销登记前需经批准的；不适用企业简易注销登记的其他情形。

本企业营业执照正、副本，公章、财务专用章、合同专用章、发票专用章、法人章（潘玲玲）已丢失，申明作废。

本企业投资人潘玲玲对以上承诺的真实性负责，如果违法失信，则由本企业投资人潘玲玲承担相应的法律后果和责任，并自愿接受相关行政执法部门的约束和惩戒。

（出资人：潘玲玲，电话：18210097001）

拍卖公告

受委托，本公司将于2026年7月22日上午10时，在委托方会议室公开拍卖大客车一辆，有意竞买者请于7月18日前持公司营业执照、法人身份证及竞买保证金3000元，到本公司办理竞买登记手续。预展地点：阳城县北留镇。预展时间：2026年7月16日—17日。咨询电话：13703561609。

晋城市金锤拍卖有限公司
2026年7月15日

涉县蜗皇宫管理中心房屋租赁权拍卖公告

受委托，我公司定于2026年07月22日10时在涉县公共资源交易中心开标室通过“中拍平台（https://paimai.caa123.org.cn/）”公开拍卖；涉县蜗皇宫管理中心房屋租赁权，租赁期限一年。预展地点：标的所在地。预展及报名时间：2026年07月15日至2026年07月21日16时止。竞买人须在中拍平台上完成注册登记，并在规定的时间内完成竞买报名。联系电话：15544881620。

河北中晟德信拍卖有限公司
2026年07月15日

更正公告

本公司于2026年7月13日刊登在《消费日报》的拍卖公告中，1、展示时间：2026年8月28日—29日（9:00—15:00时），应为1、展示时间：2026年9月28日—29日（9:00—15:00时）；2、展示地点：江苏省盐城市清江浦区宏盛路1号。应为2、展示地点：江苏省淮安市清江浦区宏盛路1号，特此公告。

江苏中庆拍卖有限公司
2026年7月14日

拍卖公告

受委托我公司于2026年7月22日早上10时，在中拍平台对位于西宁市西关大街临街商铺总面积1088平方米商铺出售，面向社会进行公开拍卖。预展时间2026年7月20日至2026年7月21日。中拍平台(https://paimai.caa123.org.cn)做为本拍卖会的指定网络竞价平台。凡参加竞拍者需自行在中拍平台实名注册网络拍卖登录用户名及密码，并缴纳竞买信誉保证金人民币50000.00大写：伍万元整，于2026年7月21日17时前缴入本公司账户（名称：青海恒峰拍卖有限公司，开户行：邮政储蓄银行西宁湟川支行，账号：96301301300015608S）并携相关证件至我公司办理竞买手续，未成交者五个工作日内如数退还（不计息），详情请至我公司查询。咨询电话：0971-6166766 18709781552李女士 17697107907薛先生。查询网址：中拍平台(https://paimai.caa123.org.cn)。

作废声明

2024年9月24日，汉中中院裁定受理陕西子骜恒鑫实业有限公司破产清算申请；2024年10月9日，汉中市人民法院指定北京观韬（西安）律师事务所担任陕西子骜恒鑫实业有限公司破产管理人。根据接管情况，管理人现声明全部未按管陕西子骜恒鑫实业有限公司印鉴证照均予以作废。特此声明。

陕西子骜恒鑫实业有限公司破产管理人
2026年7月15日

作废声明

2024年10月16日，汉中中院裁定受理略阳县金正源矿业有限公司破产清算申请。并于同日指定北京观韬（西安）律师事务所担任略阳县金正源矿业有限公司破产管理人。根据接管情况，管理人现声明除已接管合同专用章、营业执照副本等印鉴证照外，金正源公司其余印鉴证照均予以作废。特此声明。

略阳县金正源矿业有限公司破产管理人
2026年7月15日

作废声明

2024年10月16日，汉中中院裁定受理汉中市天顺广告有限公司破产清算申请。同日指定北京观韬（西安）律师事务所为汉中市天顺广告有限公司破产管理人。根据接管情况，管理人现声明除已接管公章、法人章、合同章、发票章等印鉴证照外，天顺公司营业执照等其余印鉴证照均予以作废。特此声明。

汉中市天顺广告有限公司破产管理人
2026年7月15日

关于郝力继承郝凤林、王庆芬不动产的公告

郝力申请继承郝凤林、王庆芬的不动产权，向北票市不动产登记中心申请办理不动产转移登记，并提供了申请书、被继承人死亡证明、所有继承人的身份证、户口簿、所有继承人与被继承人之间的亲属关系证明等申请材料。一、被继承人（遗赠人）郝凤林于2007年3月22日因疾病死亡。被继承人（遗赠人）王庆芬于2024年11月29日因疾病死亡。二、被继承人（遗赠人）的不动产共一户：坐落于中华路41幢01单元01层01013号，建筑面积50.82平方米。房屋所有权证号：房字第6967号（如回迁安置选房单所示）。三、被继承人（遗赠人）的不动产权由王振荣继承（受遗赠）。四、除继承人王振荣外，其他继承人自愿放弃继承。五、经所有继承人证实，本人父母双方均无非婚生子女，无收养子女，出现任何法律责任，由所有继承人承担。经初步审定，我机构拟依上述申请予以登记，根据《不动产登记操作规范（试行）》的相关规定，现予公告。如有异议，请自本公告之日起三十天内将异议书面材料送达我机构。逾期无人提出异议或者异议不成立的，我机构将予以登记。（地址：政务服务中心B座一楼。电话：5051825。）

北票市不动产登记中心
2026年7月13日

关于桑桂英继承宝志中不动产的公告

桑桂英申请继承宝志中的不动产权，向北票市不动产登记中心申请办理不动产转移登记，并提供了申请书、被继承人死亡证明、所有继承人的身份证、户口簿、所有继承人与被继承人之间的亲属关系证明等申请材料。一、被继承人（遗赠人）宝志中于2019年9月生日因疾病死亡。二、被继承人（遗赠人）的不动产共一户，坐落于青年路41幢01单元01层01011号，建筑面积48.80平方米。不动产权证书号：辽2019北票市不动产权第1900800号（如回迁安置选房单所示）。三、被继承人（遗赠人）的不动产权由桑桂英继承（受遗赠）。四、除继承人桑桂英外，其他继承人自愿放弃继承。五、经所有继承人证实，本人父母双方均无非婚生子女，无收养子女，出现任何法律责任，由所有继承人承担。经初步审定，我机构拟依上述申请予以登记，根据《不动产登记操作规范（试行）》的相关规定，现予公告。如有异议，请自本公告之日起三十天内将异议书面材料送达我机构。逾期无人提出异议或者异议不成立的，我机构将予以登记。（地址：政务服务中心B座一楼。电话：5051825。）

北票市不动产登记中心
2026年7月13日

关于李宁、于可鑫继承于凤祥的不动产的公告

李宁、于可鑫申请继承于凤祥的不动产权，向北票市不动产登记中心申请办理不动产转移登记，并提供了申请书被继承人死亡证明、所有继承人的身份证、户口簿、所有继承人与被继承人之间的亲属关系证明等申请材料。一、被继承人（遗赠人）于凤祥于2023年11月12日因疾病死亡。二、被继承人（遗赠人）的不动产共一户，坐落于北塔子瓦窑家营村一组，建筑面积245.85平方米。房屋所有权证号：北房权证2012字第012502836号（如回迁安置选房单所示）三、被继承人（遗赠人）的不动产权由李宁、于可鑫继承（受遗赠）。四、除继承人李宁、于可鑫外，其他继承人自愿放弃继承。五、经所有继承人证实，本人父母双方均无非婚生子女，无收养子女，出现任何法律责任，由所有继承人承担。经初步审定，我机构拟依上述申请予以登记，根据《不动产登记操作规范（试行）》的相关规定，现予公告。如有异议，请自本公告之日起三十天内将异议书面材料送达我机构。逾期无人提出异议或者异议不成立的，我机构将予以登记。（地址：政务服务中心B座一楼。电话：5051825。）

北票市不动产登记中心
2026年7月13日

关于王振荣继承郑凤军不动产的公告

王振荣申请继承郑凤军的不动产权，向北票市不动产登记中心申请办理不动产转移登记，并提供了申请书、被继承人死亡证明、所有继承人的身份证、户口簿、所有继承人与被继承人之间的亲属关系证明等申请材料。一、被继承人（遗赠人）郑凤军于2026年3月26日因疾病死亡。二、被继承人（遗赠人）的不动产共二户，坐落于黄河路金河小区34幢01单元05层01052号，建筑面积59.70平方米。房屋所有权证号：私房权证北字第7100797号（如回迁安置选房单所示）。三、被继承人（遗赠人）的不动产权由王振荣继承（受遗赠）。四、除继承人王振荣外，其他继承人自愿放弃继承。五、经所有继承人证实，本人父母双方均无非婚生子女，无收养子女，出现任何法律责任，由所有继承人承担。经初步审定，我机构拟依上述申请予以登记，根据《不动产登记操作规范（试行）》的相关规定，现予公告。如有异议，请自本公告之日起三十天内将异议书面材料送达我机构。逾期无人提出异议或者异议不成立的，我机构将予以登记。（地址：政务服务中心B座一楼。电话：5051825。）

北票市不动产登记中心
2026年7月13日

遗失声明：清徐县银宇养殖场（注册号：140121600800180 4）遗失公章一枚，声明作废。

遗失声明：香格里拉市噶丹商贸有限责任公司遗失公章，编码：5334002003391，声明作废。

登报电话：13080793002

产业观察

从去库存到造场景 散酒铺能否成为行业新增长点？

□ 本报记者 黄芷凌 文/摄

长期被贴上“低端”“廉价”标签的散酒业态，正迎来酒企的密集入场。6月21日，仰韶酒业旗下“仰韶打酒”第三家门店开业。6月6日，贵州金窖酒业集团“我的爱酱·打酒铺”品牌正式发布。此前，古井贡酒、川酒集团等名酒企业接连布局散酒业务。与此同时，唐三两、斑马侠等新锐散酒连锁品牌也在加速扩张。

记者走访发现，散酒业态升温的背后，既有白酒行业进入存量竞争后探索渠道转型的现实需求，也有饮酒场景更加多元带来的市场机遇。不过，热度持续攀升之下，单店盈利模式尚待验证、产品同质化等问题也逐渐显现。散酒铺能否真正成为酒业新增量，仍有待市场检验。

从“拎酒回家”到“坐下小酌”

传统散酒业态多以小作坊、夫妻店为主，扎根于农贸市场、社区周边，售卖散装白酒，消费群体集中于中老年自饮人群。如今，留存在不少人记忆中的散酒铺，正以新的姿态重回大众视野。

7月5日，记者来到位于北京市通州区的斑马侠散酒铺。走进门店，一楼吧台内，几排金属酒头对应不同酒品，方便消费者即买即走；二楼打造休闲就餐区，满足顾客小酌、聚会等需求。

这里售卖的也不再只是白酒。据店员介绍，门店SKU（最小存货单位）超过50个，除不同香型的白酒外，还包括梅酒、葡萄酒、精酿啤酒、起泡酒、果酒等多个品类。

距离斑马侠不到50米的唐三两打酒铺则主打新中式装修风格。门口设置外卖区，十余个金属酒头整齐排列，墙上的酒单列着琳琅满目的酒品。往里走是堂食区，记者到店时，三张桌子均已坐满。据店长介绍，该店自去年开业以来客流一直较为稳定，计划于7月底在北京开出第二家门店。

从产品扩容到场景升级，新型散酒铺正由单一售酒场所，转向兼具零售、体验和社交功能的消费空间。截至2025年底，创立于2023年的唐三两打酒铺已在全国开设超130家门店，并于去年3月完成了近千万元天使轮投资。斑马侠散酒铺开放加盟后一年内，签约门店已突破180家。

新锐品牌快速扩张，也让酒企看到了这一模式的潜力。自去年以来，白酒企业开始加速入场。

2025年底，口子窖在安徽淮北落地首家“口子酒坊”打酒铺，今年1月实现8城14店集中开业；紧随其后，古井贡酒首家直营“轻养社·古井打酒铺”在安徽亳州开业，其抖音账号显示，截至今年7月11日，已在河北、山东、河南、安徽等省份开出105家门店。今年3月，由泸州白酒产业发展投资集团打造、醉清风酒业运营的“川酒e店打酒铺”开启首批样板店招商；5月，仰韶酒业、洛阳杜康、宋河酒业等河南酒企也相继入局。

从去库存到造场景

行业数据显示，散酒市场规模2024年突破800亿元，年增速保持在15%以上；2025年迈过千亿元大关，预计2030年有望攀升至1800亿元。

散酒铺的升温并非偶然。从供给端看，白酒行业进入深度调整期，为散酒业态升温提供了直接推力。

截至目前，21家白酒上市公司2025年年报均已发布，仅极少数企业保持营收与净利润同比上升，多数企业的业绩增长出现停滞或下滑。与此同时，今年1—5月，规模以上企业累计白酒（折65度，商品量）产量同比下降4.3%。业内普遍认为，产量持续收缩是全行业主动控量去库存、推进减量提质的集中体现。白酒行业正从规模扩张的增量竞争转向结构升级的存量竞争。

长期关注白酒行业的邬先生告诉记者，在此背景下，无需复杂包装和高额营销投入的散酒，为酒企消化基酒、盘活闲置产能提供了新的选择。

在郑州糖酒会现场，仰韶打酒的相关负责人表示，仰韶酒业推出散酒业态，一方面是顺应白酒行业去库存趋势；另一方面则为了下沉市场，推动酒类消费年轻化，吸引更多女性消费者。

从消费端来看，公众饮酒理念的变化，则为散酒铺提供了成长空间。

根据中国酒业协会发布的《2024中国白酒产业发展年度报告》，“85后”至“95后”年轻群体已占据白酒消费总量的34%。另据中国酒业协会发布的《2026中国白酒市场中期研究报告》，消费者选购产品愈发看重质价比，消费场景从传统商务宴请向日常自饮、亲友轻社交延伸，“95后”年轻群体、女性群体成为行业重要增量，低度微醺、小瓶装轻量化产品迎来发展机遇。

高性价比、可试饮、多种风味可选的新型散酒契合了这些新变化。记者走访发现，无论是酒企自营门店还是新锐连锁品牌，不少散酒铺都支持免费试饮、小份起售，产品线也从传统白酒延伸至果酒、精酿啤酒等低度酒饮。

图为北京市通州区一家散酒铺内，店员正在为消费者打酒。

在价格上，由于减少了传统流通环节，散酒产品具有一定价格优势。例如，“轻养社·古井打酒铺”最低价格为2.9元/50毫升；仰韶打酒产品价格从几元一杯到几十元一斤不等；斑马侠白酒价格从0.99元/50毫升至39.99元/50毫升不等；唐三两打酒铺白酒价格从1.5元/50毫升至42元/50毫升不等。相比购买整瓶白酒，按杯、按两售卖降低了尝鲜门槛，也让消费者可以根据不同场景灵活选择。

对部分酒企而言，散酒铺的价值也不止于去库存，而在于能够直接触达消费者，推动从“重渠道”向“以场景化拉动消费”转型。古井贡酒董秘办曾表示，布局散酒铺是古井贡酒面向未来消费者、从单纯售卖酒水向打造生活方式转型的举措。企业希望打造集即食养生饮品、健康轻食、文化白酒体验、特色伴手礼、休闲阅读空间于一体的新中式养生消费场景，而散酒铺正是落地这一战略的重要线下体验载体之一。

热潮背后仍有隐忧

酒企加速入场，新锐品牌快速扩张，但散酒铺的热度能否转化为稳定的盈利能力，仍需打上一个问号。

记者注意到，目前多家散酒铺品牌仍在扩大加盟规模。然而，邬先生告诉记者，一些品牌尚未充分验证单店盈利模式，便开始快速复制扩张，部分门店实际经营情况并不理想。“我调研过不少散酒铺，很多都在亏损。有些品牌自己的模式还没有完全打磨成熟，就已经开始向外推广。”邬先生说。

与传统散酒铺相比，新型散酒铺更加注重消费场景的打造，单店前期投入往往较高。但散酒客单价相对有限，如何提高复购率成为门店稳定盈利的关键。

散酒铺并不是一门能够简单复制的生意。“散酒卖的其实是体验和信任。”邬先生介绍，消费者往往需要通过深度体验，逐渐建立起对产品品质和门店的信任，进而形成复购。这不仅考验供应链能力，也考验经营者的服务和社区运营能力，“装修和设备可以标准化，但人与人之间的信任很难复制”。

产品同质化也成为不少散酒铺需要面对的问题。据记者观察，一些散酒铺酒品数量超过40款，但不同品牌之间产品结构较为相似。市场上什么产品走红，便迅速推出类似产品，酒品数量不断增加，真正能够形成稳定销量和认知度的产品却相对有限。除此之外，散酒铺的品控和门店管理同样面临考验。记者注意到，在社交媒体平台上，已经出现消费者对个别品牌价格标识、计量等问题的投诉。

酒业家联席总裁、中酒展联合创始人汪玮表示，散酒赛道热度正在上升，但一线经营压力同样真实存在。客单价偏低、门店盈利难、供应链不稳、品控溯源缺失、产品同质化严重、消费者对散酒的固有偏见尚未根除，都是当前散酒铺赛道必须面对的问题。

业内分析认为，当前正是散酒业态迭代升级的关键窗口期，行业竞争正在从“拼价格、拼地段”的初级模式，转向供应链、品牌信任和运营效率的综合实力比拼。未来一段时间，随着赛道竞争持续加剧，深耕社区、打磨产品、优化体验，将成为品牌实现长效发展的关键。