

| 茅台之窗 |

# “茅台制曲只用少女”？ 关于茅台这些传言不是真的

近来，茅台制曲车间踩曲工人的话题，成为某些自媒体号的炒作话题。

“必须少女踩曲”“制曲只用女员工”，到茅台人工踩曲效率低下——种种说法在物化女性的同时，也在曲解茅台酒的传统工艺。

**茅台踩曲必须是少女？  
这是百分之百的捏造。**

酒曲，是中国传统酿酒工艺特色。工人们在将小麦粉碎后，加入水和母曲进行搅拌，再将其踩成曲坯。酒曲当中的微生物群体，能让白酒进行发酵。酒曲破碎后掺入高粱，可以促进其发酵。

茅台酒的制曲工艺，特别是踩曲环节，至今保持人工操作。这是因为，人工踩曲比机器压制更能体察触觉神经传递的复杂感觉。以茅台的资金实力，购置机器不是问题。其关键还是在这个传统工艺环节上，人工无法替代。

半个多月前，一条来源不明的短视频说，茅台在推广时称——茅台制曲只能用未婚少女。

这是百分之百的捏造。茅台品牌宣传从未说过，茅台酒制曲必须用未婚女性。

茅台制曲车间确实大部分是女工，但她们当中，很多已经是妈妈。踩曲与技术有关，与婚姻状况无关。

茅台酒酿造所需的龟背形曲块要求曲坯外紧内松，便于粉碎发酵。因此，这道工序需要体重较轻——女性适中的身材和灵活的脚步有利于踩制疏松适中的曲块，体重偏重或者身材魁梧的壮汉，很容易把曲块踩得过于密实，对发酵效果会有影响。

如今，在茅台制曲车间，踩曲技艺依然在传承。踩曲女工们在岗位上每天至少需要行走的步数是两万步，其中不仅有年轻的未婚女性，还有不少已婚妈妈。

31岁的茅台制曲六车间四班班长任云会，家中已有两个小孩，大的7岁，小的才1岁。27秒完成一个曲块踩制的她，凭借精湛的踩曲技艺，连续多年在茅台集团的竞赛中斩获奖项。

**制曲车间只招女员工？  
这不是真的。**

很多人不知道，在茅台制曲车间的踩曲岗位，也有不少男工在工作。茅台七个制曲车间、四千多员工，男工占比超过百分之十三。虽然是女性占绝对优势，但是，并不意味着这里没有男性员工的工作机会。

以茅台制曲六车间为例，近五百名员工中，35岁以下的一线青年员工占了70%左右，其中包含着部分男性员工。六车间3班的严志鹏即是一位男性踩曲工。

在茅台制曲班组，男性员工多从事收曲块、装仓、翻仓、拆曲等重体力工作，但是一旦踩曲女性员工有孕期和产假，出现骨干缺席



● 茅台制曲七车间曲师梁云峰师傅。



● 茅台制曲车间技能提升竞赛。



● 20世纪50年代茅台踩曲工人。

的情况，男性也会立即顶上。

踩曲是一个技术活，首先需要先把原料浸湿，然后人站在上面反复用脚踩，慢慢把里面的浆水踩出来，最后的成品内松外紧，呈现为中间高、四边略低、松紧适宜的龟背形。

正因为工艺的复杂性，对踩曲这一环节来说，不仅要看性别，还要看体重与技艺。茅台制曲七车间曲师梁云峰师傅，是一位男性，还是一名退伍军人，身材保持适中。近二十年来，他潜心制曲，对踩曲、装仓、翻仓、拆曲等每一道制曲工艺环节，已经非常熟悉。

此外，制酒制曲作为茅台两大生产部门，相对而言，制酒需要的劳动强度更大，这也是为何制酒员工以男性为主，制曲员工多为女性。

**人工踩曲不如机械制曲？  
目前来看，人工踩曲强过机器制曲。**

在快节奏的工业化社会里，对传统工艺的坚持是令人尊敬的，却也因此引来一些怀疑，例如茅台人工踩曲能否保持精准？曲块密度会不会出现不均匀？

事实上，这些怀疑只能是想当然。在茅台，每一个曲块都会经过严格的工艺标准检测，厚度、紧实度等都有专门工艺参数，不合格的曲块要被打回去重做。

曾经，茅台也尝试过机器踩曲。在上世纪六七十年代以及八十年代，茅台曾两次尝试过机器制曲，但是制出的曲块质量始终不如人工踩曲；2010年，茅台再次研究机械制曲，推出第三代制曲机，但是也因效果不如人工而未实施推广。

经过反复对比试验，尤其是经过科研人员的数据分析，茅台生产部门确认，机械制曲虽然能够节约人工成本，提升生产效率，但就目前的技术来说，机械制造的曲块质量比不上人工踩曲生产出来的曲块。

在坚守传统技艺、保证质量的同时，近年来，茅台也在不断提升产能，对制酒、制曲车

间以及存粮、存仓库等进行扩建。2020年度，贵州茅台生产茅台酒基酒5万吨；2021年度基酒产能目标为5.53万吨。

作为大型国有企业，对于坚持人工踩曲，茅台还有着更深一层的考虑。目前，茅台集团拥有4万名员工，生产人员超过八成。保障员工生活质量，解决更多人就业，是茅台更为关注的事。换个角度而言，这些踩曲一线上劳作的工人，是实体企业的宝贝——他们不断精进的技术，以及高标准职业态度，是构筑一家企业竞争力的重要元素。

**一线车间招聘高校学生是大材小用？  
这个说法不对。**

茅台近年来招工，时常成为国内很多院校本科毕业生向往的热点。大批有知识、有见识的青年人不断充实一线，为企业生产增加了大批生力军。

有营销号质疑说，茅台用大批高校学生到车间“干体力活”，是大材小用。

首先，这种对产业工人的印象，仍然停留于上古时代。对于一家单品销售已稳居世界第一的酿酒企业来说，其对一线工人的理解力、执行力、领悟力有着更高的要求。在作坊时代，茅台的绝大部分员工确实是文盲，但是那是受时代所限——这令很多一线充满悟性的员工不得不靠口传心授、默记苦练来训练技法。

现代化企业，产业工人所需掌握的信息、手段以及设备，都远超作坊时代的想象。就像现在的快递小哥，如果不识字、不认识字母，估计连货都送不到地方。

回到茅台话题。不论是制曲还是制酒，数以万计的员工，既要在较短时间内熟悉传统手工环节的技术要求，又要掌握温控、数据检测、起吊设备、企业信息化管理系统等复杂的现代工业企业运转所必须的知识，没有相当的教育程度，是很难完成这样的任务的。

这也像现代奥林匹克比赛，尽管运动员们在赛场上比拼体能和天赋，但他们的养成过程，绝对离不开最先进的体育科技手段支撑一样。

对于企业而言，劳作辛苦的车间，也是一个最好的观察窗口——从这里成长的，有很多将成为未来企业领军的大才。专注、聪慧，有责任感、有领导力，那些有过一线车间经历的年轻人在制酒、踩曲中所受到的训练，对其职业生涯而言，是一笔享用不尽的宝贵财富。

近几年来，茅台不断开展技术升级，在打造“智慧茅台”的同时，打通内部上升通道，让人才，特别是从车间起步的优秀工人能被发现并重用。

2019年12月4日，茅台召开干部任前集体谈话会，共涉及转任干部163人，分布公司76个单位、部门，本科及以上学历占91%，其中近80%为“80后”，转任后公司科室副职级干部平均年龄下降近2岁，茅台迎来“最广泛”“最年轻”的一批履新干部。

目前在茅台，许多管理层干部都是从一线员工做起。在近日召开的六届一次职代会暨2021年度工作会中，茅台也强调要进一步开拓管理思路、创新管理模式、规范管理行为；要畅通沟通和交流的渠道，倾听职工心声，营造更好地干事创业的氛围。

当然，作为知名品牌领军企业，茅台对大学生有着很强的吸引力。而很多优秀大学生之所以选择茅台，从一线车间做起，不仅因为这里有优渥的福利待遇，尤其一线工人，薪资水平远超同龄人，而且，他们也看重此地良好的成长空间——有认同感的企业文化、有令人自豪的品牌影响力，以及受人尊重的职业平台。

(李慧超 李铁)

## 登山踏青 展现自我

浓情三语，春意盎然。在“三八”妇女节当日，中煤新集楚源生产服务公司组织女职工开展以“登山踏青 展现自我”为主题登山活动，展现出公司女职工巾帼不让须眉的靓丽风采。

上午10点，组织女职工准时到达淮南市上窑森林公园景区，开始登山活动。女职工们热情高涨，一路上大家呼吸着新鲜空气，感受着大自然风景，交流着工作心得，谈论着强身健体好处，活动中，她们欢声笑语，相互鼓励，既放松了心情也增进了同事之间感情和凝聚力。利用休息时间，组织穿插了“有奖知识问答”“你来比划我来猜”“才艺展示”等环节，让女职工切实体会到节日的快乐。

通过此次登山活动，丰富了职工的文化生活，让女职工感受到了组织的关怀，充分展现了该公司女职工健康向上、勇于挑战的精神风貌。大家纷纷表示，今后将继续发挥“半边天”作用，认真做好本职工作，为公司发展贡献一份力量。

(王雪玲 邱殿革)

## 伍田铆足“干劲” 夺取新春“开门红”

■ 陈淑贞 本报记者 何沙洲

“今年春节我都在公司值班，员工们也是尽量提前结束春节假期，全员返回奔赴工作岗位，大年还没过完就已经是满负荷生产。”成都伍田食品有限公司总经理范正海日前告诉来访的记者，公司目前生产订单充足，产品急需交付，伍田人在年味还浓之时，就已快速进入工作状态，开足马力抓生产。

记者在伍田看到，生产经营在有序进行，员工们在加班加点加快生产，全力赶制廖记棒棒鸡等客户以及重庆等各地市场急需的伍田黑腿牛肉、伍田风干牛肉、伍田脆皮肠……按范正海总经理的话说，伍田人是在铆足“干劲”夺取新春“开门红”。

伍田作为西部肉制品加工技术的领先企业，20多年来秉承先进肉类加工工艺和不断的研发创新，目前已经开发出以牦牛肉制品为主的休闲、餐饮、调味、罐头和生鲜系列200多个品种，产品畅销全国并通过经销商销往境外，“伍田”品牌系列肉制品深受广大经销商、消费者青睐。

产品品质是伍田产品赢得市场的硬道理。伍田人在加班加点赶任务、鼓足干劲忙生产、全力满足市场需求的同时，严抓质量不放松，各部门认真践行总经理范正海倡导的“三心”理念融入到企业文化中，落实到采购、生产和销售每一个环节的执行中。目前伍田的“三心”理念和伍田品牌都是消费者耳熟能详，伍田的“三心”理念就是“伍田人凭良心做出的食品，是自己能吃，自己的孩子能吃，自己的父母都能吃的食品；这样的产品生产出来后，伍田人不昧良心回家能睡得着觉，经销商赚了钱也能安心睡得香，消费者享了口福也能放心睡得好。”

在目前食品原材料价格快速上升期，面对复杂的经济发展环境，范正海表示，伍田人坚持将产品定位在服务社会和做人的道德和良心上进一步巩固老市场，努力开拓新市场；坚持用“三心”提供一流的产品、一流的服务赢得良好的市场份额。



● 奋战在生产一线



● 又一批产品即将发货……



# 文明用餐 使用公筷公勺

多一双公筷 多一份安心

CIVILIZATION.HEALTH.CULTURE

文明 · 健康 · 修养

公筷公勺备一副 无忧无虑享口福

公益广告