

千年古韵，一味传承

■ 武斌

在中国人的味蕾版图上，如果要给山西人选一种味道，那一定是酸。山西人喜欢醋，爱吃醋，擅酿醋。好吃的山西老陈醋，酸味柔和，香气细腻，余味悠长。

在有着“中国醋都”之称的山西省清徐县，一位与醋打了 40 余年交道的民营企业家，带领一群“醋人”，以“一辈子只干一件事”的恒心与毅力，心无旁骛酿醋，诠释着一代代山西人对传统工艺的坚守与创新。

一碗老陈醋：流淌在山西人血液里的味道

早上用醋，淹死一只小笼包；中午倒醋，调上一碗刀削面；晚上为了这点醋，再包顿饺子……有人夸张地说，山西人的血管里，一半流的是血，一半流的是醋。

“好吃的山西老陈醋，酸味柔和，香气细腻，余味悠长。”作为一个与醋打了 40 多年交道的老“醋人”，山西紫林醋业股份有限公司董事长罗建纯不仅对醋十分了解，而且感情深厚。在他看来，吃醋、酿醋已成为山西人融在骨子里的一种习惯。

古时，人们将醋称为“醯”，酿醋的人则被称为“醯人”。巧的是，“醯”又与“西”同音，加之对醋的特殊偏爱，山西人也因此素有“老醯儿”之称。

20 世纪 30 年代，我国著名微生物学家方心芳来到山西并著《山西醋》。他写到：“我国之醋最著名者，首推山西醋。”通过理化分析检测，他明确了山西醋为全国四大名醋之首的历史地位。

“山西醋的特点是，酸、绵、甜、香、鲜。”罗建纯称，山西吃醋、酿醋的历史已有上千年，民间流传着“自古酿醋属山西，追根溯源在清徐”的说法，“清徐不仅是山西老陈醋的正宗发源地，也是全国最大的食醋生产基地。”

在清徐，通过古法酿造出来的老陈醋，像白酒一样，不仅有度数之分，还有品类之别。

“1 年的醋是 6 度，10 年的醋是 9 度，30 年的老陈醋能达到 11 度，形态呈膏状……”据罗建纯介绍，山西老陈醋酿造技艺已被列



入国家级非物质文化遗产名录，“夏天晾晒蒸发水分，冬天捞取表面冰块，年复一年的岁月浓缩，最终酿就了独一无二的老陈醋。”

历经岁月沉淀的山西老陈醋，如何在坚守传统独特风味的同时，巧借现代科技之力焕发新生？罗建纯认为，这不仅是挑战，更是许许多多像他一样的“醋人”们智慧与匠心的较量。

一家民营企业：一辈子只干酿醋这一件事

2000 年，在食醋行业工作了近 20 年后，罗建纯创办山西紫林醋业股份有限公司，带领着身边的“醋人”们心无旁骛做醋。

“一辈子就做这一件事，我们就做醋，全心全意。”把老祖宗留下的宝贵遗产做强做大，把山西老陈醋这个金字招牌擦得更亮，一直是罗建纯的期盼，“用全国的优质资源，满足消费者日新月异的不同需求，是我们这一代‘醋人’的使命担当。”

走进紫林醋业的生产车间，一垛垛满满的谷仓，一排排颇具年代感的褐色大缸，一个个身着粗布衫的工人手持木锹，专注地翻弄着经过严格配比、加工的原材料……

“我们的醋分为 4 种，最低端的是陈醋，中档的是精品陈醋，还有一个‘天花板’叫做山西老陈醋，再加上白醋，它们的使用场景是

不一样的。”罗建纯说，不同的醋之间看似相同，实则差异巨大，“固态酿造的是陈醋、老陈醋，液态酿造的则为白醋。”

那么，酿出一瓶好醋，要经过多少道工序？

“蒸、酵、熏、淋、陈五道工序，八十二个节点。”食品安全专家、紫林醋业研发部负责人朗繁繁介绍说，以山西老陈醋为代表的粮食醋，是将粮食粉碎后，先糖化、再酒化、蒸馏，再转醋酸发酵而成，“发酵过程中有几百种微生物参与，这赋予了山西醋独特的风味与品质。”

作为一家年轻企业，紫林醋业年龄虽小却“长”得好。多年来，在不断获得消费者认可的同时，其口碑也在快速攀升。谈及经营之道，罗建纯认为，产品质量是企业发展的“金钥匙”。

“我们的发展战略就是‘一群人、一辈子、一件事’，扎实地一步一个脚印，一年一个台阶，走得艰辛却很快乐。”罗建纯说。

果醋、保健醋、醋雪糕、醋咖啡……成立 20 余年，如今的紫林醋业不仅实现了数智化产醋，还在不断延伸产业链条，推动产业转型升级，让这份老手艺在传承与创新中焕发出新的活力。

一块金字招牌：让晋商精神在新时代赓续传递

“耳朵经济”升温，播客能否持续破圈前行？

该厂严把岗前第一关，在每班上岗前，采取询问、观察、量血压等多种方式，严格排查安全隐患人，提醒督促高血压、心脏病等特殊职工及时用药，始终保持健康的工作状态。在工作中，各车间管理人员动态筛查安全意识淡薄、情绪不稳定的职工，及时进行一人一事的交流谈心，消除不安全因素。此外，还实行班组职工安全互保联保制度，将安全责任细化到个人，共同熟知工作内容、整齐标准穿

“耳朵经济”升温，播客能否持续破圈前行？

记者 12 月 12 日从上海喜马拉雅科技有限公司获悉，今年以来喜马拉雅平台播客收听量持续保持 30% 的增速，是其增长最快的赛道之一。

一段时间以来，随着互联网媒介的多元发展，播客受到越来越多人的喜爱。中国网络视听协会音频工委数据显示，今年以来中文播客节目数量比 2021 年增长 6 倍。随着“耳朵经济”升温，原本小众的播客正逐步走向大众。

播客产业有什么特点？行业面临哪些机遇挑战？未来能否持续破圈前行？

用户数量增加 播客从小众走向大众

播客，指的是一种通过互联网传播的合集数字音频作品。打开喜马拉雅、荔枝等音频平台，人们可以看到人文科技、商业财经、奇闻轶事等多种类型的播客内容，任何愿意分享知识和经验的人都可以在网上发布播客内容，成为主播。

“播客就像是‘耳朵里的朋友’，陪伴性很强。”26 岁的孙先生是北京的一名上班族，几乎每天都会在上下班的地铁上花三四十分钟听播客，“自我成长”“行业信息分享”是他主要收听的内容。

《菠萝油子》是一档专注于动漫领域的知识陪伴型播客节目，已更新超 200 期，全网粉丝累计达 30 万。该节目主播黄先生说，播客的核心优势在于能够深入探讨话题，听众黏性强，往往会与节目产生共鸣，并愿意与主播建立更紧密的联系。

中国网络视听协会数据显示，播客听众以一线城市及新一线城市人群为主，在职员工和学生是主力。

今年 1 月喜马拉雅发布的《2023 喜马拉雅中文播客生态报告》数据显示，喜马拉雅平台中文播客听众人数超过 2.2 亿。荔枝 App 业务负责人贺景说，2024 年，荔

账、经济账、幸福账，引导职工树立正确的安全观。运用课堂讲授、事故模拟、情感感化等手段，开展班前安全微课堂，让职工以事故为镜，反照自己的作业行为，用教训敲响警钟，严防“三松一滑”。同时，还利用两级脱产培训日，将八条硬措施、选煤厂安全规程、供电安全“双六条”等内容融入日常培训，加强安全规章制度“全覆盖”式再学习、再培训、再考试。



●南京一名主播在工作中。

枝 App 播客品类主播入驻人数提升 30%，用户对单个主播的内容复购率达到 80%，用户的互动率提高 20% 以上。

“我们在调查中发现，播客的完播率很高，有超过四成听众把播客作为背景音，主打陪伴功能。”中国网络视听协会音频工委秘书长许金波说。

播客内容多元，创作者类型丰富，正在加速商业化。“付费播客、播客广告、品牌播客等成为主要的商业化路径。根据我们的调查，2024 年有近百个品牌与播客平台进行商务合作，投放近千档播客节目，品牌对播客内容的投放增长达 74%。”许金波说。

行业多元发展 机遇与挑战并存

“耳朵经济”的发展，不仅改变了人们的消费习惯，也为内容创作者和相关企业提供

古时，晋商的脚步，南至岭南，北至蒙古高原。悠悠的驼铃声中，随身携带的醋葫芦，将酸酸的乡情也传到了大江南北。商旅们引领当地人因地制宜酿醋，山西醋由此闻名，山西人“老醯儿”的外号也响彻全国。

如今，这滴醋历久弥新。它穿越数千年的历史，在日晒风吹、霜打雨淋后，散落在百姓餐桌，成为新时代晋商精神传承的又一代名词。

“诚实守信，勤奋好学，合作共赢。”作为新时代的新晋商，罗建纯将做企业乃至做人概括为 12 个字，“这是原则，也是底线。如果做不到或者做得差，企业很难长青。”

纵观全国食醋市场，山西食醋产量占到全国总产量的三分之一。在罗建纯看来，尽管山西老陈醋久负盛名，但面临着“只见陈醋，不见品牌”的尴尬。加之市场竞争日趋激烈，紫林醋业也在不断承压。

如何在激烈的竞争中，寻得一席之地？

秉承着原则与底线，紫林醋业先后打造了两个国家级创新平台、四个省级创新平台以及两个市级创新平台，在传统手工艺中深度融入信息化控制、机械化作业。通过对工艺、器具的不断创新和探索，公司的生产线不仅保留了传统食醋的特征成分，也让酿造过程中的各项数据指标更精准。

一般食品都会标注保质期，但山西老陈醋是个例外。

“不是所有醋都叫山西老陈醋。”朗繁繁说，正宗的山西老陈醋要求总黄酮大于等于 60 毫克每 100 克，川芎嗪大于等于 30 毫克每升，“这是山西老陈醋的特征成分，还有一个更隐蔽的特征，是不添加任何防腐剂。”

近年来，随着山西对食醋行业的重视，清徐县也制定了醋产能产量超过 100 万吨、“十四五”末食醋全产业链年产值突破 100 亿元的“双百”目标。借此契机，像罗建纯一样的“醋人”们纷纷走出幕后，为山西老陈醋站台“打 call”，为不断擦亮“中国醋都、清徐”这块金字招牌而努力。

“诚信有道，创新经营，合作共赢，再续辉煌。”谈及企业以及山西老陈醋的未来发展之路，罗建纯如是说。

业内人士表示，播客的内容付费模式还不够成熟，一方面是品牌投放的积极性可进一步挖掘，另一方面是用户的付费习惯仍需培育。上海喜马拉雅科技有限公司副总裁屠争说，提高用户的付费意愿，根本在于洞悉用户的真正需求，为用户提供真正有价值的优质内容。同时，人工智能技术的发展也给播客领域的版权保护带来挑战。“播客平台、创作者和技术提供商之间，可以基于相关法律和行业标准，通过紧密合作实现版权的合理使用。”陶竹林说。

戴，排查周围隐患，实现了风险共担、相互监督、连责考核。为

为提高职工安全应急处理能力，淮北选煤厂还围绕冬季“三防”工作，模拟火灾扑救和应急逃生演练、模拟泵房管道冻裂紧急抢修演练，以及雨雪冰冻极端天气大面积停电事故应急演练，训练职工在遇到突发事故时能够正确避险，并及时响应应急程序，有效化解事故险情。

（韩晓兵）

业人士表示，播客的内容付费模式还不够成熟，一方面是品牌投放的积极性可进一步挖掘，另一方面是用户的付费习惯仍需培育。上海喜马拉雅科技有限公司副总裁屠争说，提高用户的付费意愿，根本在于洞悉用户的真正需求，为用户提供真正有价值的优质内容。同时，人工智能技术的发展也给播客领域的版权保护带来挑战。“播客平台、创作者和技术提供商之间，可以基于相关法律和行业标准，通过紧密合作实现版权的合理使用。”陶竹林说。

持续破圈前行 呼唤内容创新和商业拓展

受访者建议探索更多元的商业化路径，让播客创作者通过优质内容获得收入。许金波认为，要鼓励创作者不断创新和优化内容，推出更多具有个性化、差异化的播客节目，进一步完善和推广播客的内容付费模式，探索更多的商业化路径。

“未来，荔枝的主要发展方向是扶持通俗内容，并推出更多适合广泛用户群体的内容。”贺景表示，荔枝将持续拓展用户圈层，推广大众化内容，以吸引更多用户。

清华大学新闻与传播学院教授史安斌表示，播客覆盖群体和市场规模应进一步扩大。抓住播客的上升趋势，打造“爆款”出圈，通过多种叙事形态播客的创新尝试，推动多主体入局，巩固听众群体，打造听众社区。

一些从业者认为，推动跨平台合作是播客的未来发展方向之一。加强与其他平台的合作，如社交媒体、视频平台等，实现资源共享和优势互补，有助于扩大播客的影响力和覆盖面。

中国人民大学新闻学院视听传播系主任高贵武说，播客为听众带来的不只是陪伴，也构筑着一种新的生活方式。未来，在声音景观、声音疗愈等各个应用场景方面应该还有很大的空间。

（据新华社）

政策来了！推动原材料工业优化升级

■ 张皓洁 张辛欣

发挥标准“指挥棒”作用，持续巩固钢铁行业去产能成果，推动石化化工行业转型升级，加快壮大新材料产业……工业和信息化部 12 月 17 日举行新闻发布会，介绍推动原材料工业高质量发展系列举措。

从工艺技术装备水平提升，到绿色智能转型进程加快，再到结构布局持续优化、新材料产业加速发展，原材料工业优化升级离不开标准引领。记者从会上获悉，以标准体系建设为切入点和发力点，工业和信息化部等四部门近日联合印发《标准提升引领原材料工业优化升级行动方案（2025—2027 年）》，引领原材料工业供给高端化、结构合理化、发展绿色化、产业数字化、体系安全化发展。

聚焦前沿材料产业化重点发展指导目录开展前沿新材料标准研制，部署数字技术与原材料工业深度融合相关标准制修订任务，开展绿色建材、生物基材料等产品标准及绿色园区、绿色工厂评价标准研制……围绕高端化、智能化、绿色化发展，方案部署一系列原材料工业标准化工作，提出到 2027 年发布并实施 200 项以上数字化转型、100 项以上新材料领域以及 100 项以上绿色低碳标准。

“‘十四五’以来，发布原材料领域国家标准 1500 余项、行业标准 1800 余项，重点团体标准 1100 余项，标准研制水平和国际化程度持续提升，引领产业发展作用不断增强。”工业和信息化部原材料工业司副司长黄瑜说，将进一步推进原材料工业标准化工作。

原材料工业体量庞大，既包括了钢铁、石化等传统产业，也包含了新材料等新兴产业，是因地制宜发展新质生产力的重点领域。推动原材料工业高质量发展，加大转型升级和创新力度很重要。

以钢铁行业为例，为推动钢铁行业平稳运行和转型升级，有关部门组织开展产能置换政策实施效果评估，组织修订钢铁行业规范条件，制定出台钢铁行业设备更新和技术改造指南。

工业和信息化部原材料工业司司长常国武说，工业和信息化部将会同有关部门立足新时期钢铁行业需求总量、需求结构变化特征，持续巩固去产能成果，促进供需动态平衡，加快修订出台钢铁行业产能置换实施办法，并抓紧开展钢铁行业规范管理工作。

石化化工行业工业增加值占原材料工业 40% 左右，是国民经济支柱产业。“十四五”以来，我国石化化工行业转型升级取得积极成效，炼油、乙烯等 20 多类基础化学品产能居世界首位，化学品销售额占全球 40% 左右。

黄瑜说，将加强制造业创新中心等创新载体建设，强化产业链上下游联合攻关，优化科技创新服务支撑体系，同时持续推进工艺流程优化，加快发展绿色低碳制造，推动实现石化化工与新能源等行业融合发展。

更新旧动能，也培育新动能。当前，新材料产业正成为推动原材料工业发展的有力引擎。培育一大批新材料专精特新“小巨人”企业，建设生产应用验证、测试评价、资源共享等 30 余个新材料重点平台，印发《新材料大数据中心总体建设方案》……一系列政策举措持续推动新材料产业加快壮大。今年 1 至 11 月，我国新材料产业总产值同比增长 10% 以上，预计全年将超过 8 万亿元。

常国武说，下一步，工业和信息化部将围绕新一代信息技术、航空航天装备等重点领域关键材料，加强产学研用协同创新，提升产业链供应链韧性和安全水平，同时实施新版新材料首批次应用保险补偿政策，加强新材料标准统筹协调，强化新材料产融合作，营造产业发展良好环境。

恒升公司：在常学常思常践中筑牢“战斗堡垒”

今年以来，川煤集团恒升公司各级党组织提高工作标准，把控工作质量，坚持以“常学习、常反思、常实践”为抓手，广泛推进各类活动，进一步提升党员干部思想政治素养，不断增强基层党组织的凝聚力与战斗力。

以“常学习”筑牢思想根基。该公司将学习政治理论作为提升党员干部队伍个人素质的重要抓手，通过自学、集中学、红色基地现场学以及研讨交流、宣讲培训、观影活动等多种形式，用好线上、线下载体，广泛组织党员干部深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想和党的二十届三中全会精神，推动党的创新理论入脑入心，进一步激发党员干部的责任感与使命感。

以“常反思”提升工作质量。该公司对照标准化、规范化建设要求，要求各党支部对照规章制度进行全面梳理，查漏补缺，不断完善“三会一课”、主题党日、组织生活会、民主评议党员等制度。在此基础上，不断加强对相应制度执行情况的监督和检查，确保相关工作按流程、按标准有序推进。

以“常实践”推动融合创效。该公司积极探索创新活动载体，积极引导党员干部将党的先进理念运用到实际工作中，推动工作效率与质量大幅提升。同时，坚持深入基层、深入一线，以“办实事、解难题”为目标，广泛开展党员先锋队、志愿服务等活动，激励党员干部在工作和生活中亮身份、当先锋、作表率，以实际行动彰显党支部的战斗堡垒作用和党员的先锋模范作用。

（陈瑜）