

伊力特酒厂
大干120天决胜赢全年

■ 关文玉

随着酒企的黄金消费季到来，伊力特酿酒四厂包装车间内热火朝天，4条包装线正开足马力满负荷运转，工人师傅们奋战在各自的岗位上，全力以赴生产，用辛勤和汗水诠释劳动者之美。

自公司开展“转作风、树形象、大干120天”专项行动以来，伊力特酿酒四厂全体员工围绕“大干120天，决胜赢全年”的总体思路，充分调动广大员工的积极性、主动性、创造性，防风险、保安全，按照高质量发展的要求，发扬“特别能吃苦、特别能战斗、特别能奉献”的精神，坚定信心，奋发进取，攻坚克难，掀起决战120天的热潮。党支部班子成员及党员实现党群联合，践行“主动服务、履约提升”要求，与车间管理人员一起组成攻坚突击队，主动放弃休息日，每天扎根一线抓落实，提质增效。

“包装车间每天提前半个小时上班，员工积极性非常高，尤其在‘双节’期间，重质量、保安全、抓进度，以最好的状态备战黄金销售旺季。”副厂长、党员张晓宏说。

作为主管包装车间的副厂长张晓宏，每天深入生产一线和包装员工一起上下班，关心关爱员工，并积极协调保证原材料供应，严格落实包装工艺，狠抓产品包装质量，在努力营造铸匠心、强技能、提品质的良好氛围中，使得包装工人展现出新的活力和面貌。

“厂领导每天和我们一起上下班，我们干工作的劲头更足了，大家同心协力，努力奋斗，一定能提前完成全年目标任务！”包装车间班长提力瓦地·玉山江的脸上洋溢着自信的笑容。

走进酿酒车间工房内，酿酒师傅们挥汗如雨，正挥舞着铁锹在晾床上翻动粮醅，或在装甑，或在淋浆水，汗水一次次湿透衣背，仍坚守岗位……

“进入秋冬季转排期，我们要持续改进母糟风格，量质摘酒，以精益求精的工作态度，大干120天，为消费者提供最美、最好的伊力特酒！”厂长、党员王刚说。作为技术员出身的王刚，每天一身工装穿梭在酿酒车间指导工作，闻一闻窖池内的香气，抓一把糟醅尝尝，就能知道酒酿得好不好。

在这样的环境下，酿酒四厂涌现出了很多榜样，党员身先士卒，尤其是“科技创新党员示范岗”成员要佩戴党徽，公开亮明身份，当好排头兵；

党支部书记程岗每天巡回在各车间、班组了解员工的思想动态、生产生活情况，并把员工提出来的急、盼、愁问题一一记在本子上，召开支委会进行讨论解决；预备党员、副厂长周晶和醇甜型白酒生产车间主任、党员刘进远每天早出晚归，为醇甜型白酒的提质增效研讨交流、辛勤耕耘；

党员、安全员余洪亮及郭成早中晚奔波于全厂各个角落查找安全隐患，确保安全生产形势持续稳定；党员、酒库负责人席军每天带领入党积极分子、评酒员李萍深入酿酒班组精心指导量质摘酒；党员、维修车间主任金光烈带领员工，全力以赴做好后勤保障工作……

在攻坚热潮中，伊力特酿酒四厂全体员工在各自岗位上踔厉奋发、笃行不怠，彰显着伊力特人的风采。他们用行动诠释出的敬业精神、吃苦精神、战斗精神、奉献精神都在印证初心、践行使命。他们在用实际行动来确保各项目标任务如期完成，用优秀业绩助力伊力特高质量发展。

中国汾酒城管理中心
召开原酒质量
现场经验交流会

近日，中国汾酒城管理中心召开提升原酒质量现场经验交流会。汾酒集团党委委员、董事李沛洁及中国汾酒城管理中心主任、各酿酒分厂、车间负责人和班组长参加会议。

会上，李沛洁就中国汾酒城原酒质量提升提出三点要求：

一要凝聚“一个思想共识”，推进酒城高质量发展。要牢固树立汾酒“一盘棋”思想，紧紧围绕推动汾酒高质量发展的战略部署，在汾酒高质量发展的新征程上阔步前进，画出中国汾酒城全体干部职工凝心聚力谋发展的“同心圆”。

二要做好“五项重点工作”，精准施策提升原酒品质。要推动酿造工作持续发力，助推原酒质量跑出“加速度”；以科技赋能生产，全面塑造发展新优势；明确班组“作战单元”定位，提升工艺执行水平；下好人才“先手棋”，建立一支技术过硬的一线职工队伍；开展“六大安全”建设工作，筑牢酒城坚实防线。

三要大力弘扬守正创新的工匠精神、求知若渴的学习精神和蓬勃向上的进取精神，进一步转变酒城工作作风。要紧紧扣住汾酒“高质量”发展这一关键词，解放思想大胆干，开拓创新用心干，为推动中国汾酒城原酒质量取得新突破、为汾酒高质量发展努力奋斗。

会议要求，与会人员要坚持“酿好酒、储老酒、售美酒”的品质路线，坚持改革创新的思想认识，坚持“安全至上、质量第一”的工作宗旨，强化生产秩序、强化现场管理、强化责任落实，以锐意创新的勇气、敢为人先的锐气、蓬勃向上的朝气，以行动诠释信仰，以实干创造实绩，推动中国汾酒城管理中心原酒质量迈上新的台阶。

(欣闻)

聚焦人城魂 时光里的重庆

泸州老窖特曲60版“一座城市的老Gāo”城市记忆影展举办

■ 吕俊岐

“没改造前的十八梯，确实是这个样子。”“长江索道一直就是重庆非常重要的交通工具。”“以前我们搬家，也都是请的棒棒。”……一幅幅珍贵的历史影像勾起重庆市民亲切、珍贵的记忆，也让外地游客对山城重庆有了更鲜活的印象。日前，泸州老窖特曲60版一座城市的老Gāo城市记忆影展(重庆站)在山城巷开展，山城生活的美好细节和城市的翻天巨变，在影像中温暖再现。

此次影展之所以选择在山城巷，是因为这是重庆仅有的一条以“山城”命名的街巷。展览现场，百余幅经典老照片以人、城、魂的主题铺陈开来，以多元视角向大众展示山城重庆过往厚重的历史与文化。

因重庆地势的独特性，此次泸州老窖特曲60版一座城市的老Gāo城市记忆影展(重庆站)还带来特别的观展体验。沿着坡道梯坎，从山脚拾级而上，市民朋友可漫步式观展，穿行在一幅幅值得留念的影像中，一边望江，一边观展。行进在影展当中，每一步都是时光的变迁、共同记忆的唤醒和对重庆老Gāo的寻访思考，和重庆人珍视的“老Gāo”打过照面，便能找到时光里的重庆。

据悉，这场题为“一座城市的老Gāo”城市记忆影展(重庆站)由泸州老窖特曲60版和谈资创意传媒联合推出。展览广泛邀请摄影、文化等重庆各界人士参与回答“重庆的老Gāo是什么？”这也是继2022年泸州老窖特曲60版举办“一座城市的老Gāo”城市记忆影展(成都站)，将成都地铁孵化园站内变成一本超大的“城市影集”后，于山城重庆落地又一影展活动。

百余张珍贵影像震撼亮相， 集结一座城的记忆

在巴蜀文化滋养下的川渝地区，“老Gāo”，既是川渝方言里形容悠长时光中沉淀下来的人、事、物，也是“老窖”的方言发音，两者都带有厚重的记忆和美好的回忆，囊括城市发展进程中那些珍贵的瞬间、面孔和故事。百余张珍贵的历史影像借助不同的载体，以不同的形式，集中呈现在山城巷，奉献一场向重庆母城文化致敬的沉浸展览。

此次展览共分为“重庆人”“重庆城”“重庆魂”三大板块，以时间为线索，串联起



整场展览，讲述百年来重庆这个城市从时光中一路走来，变迁、发展的印记，以及所形成的独特城市气质。

其中，“重庆人”集中呈现不同时期的重庆人肖像，展现百年来重庆人的肖像变化，在变与不变中探寻那些属于重庆人的记忆。“重庆城”板块，包括重庆市人民大礼堂、解放碑、朝天门、洪崖洞、嘉陵江索道、长江索道等重庆经典地标大量亮相。在点、线、面中，用历史影像和现代作品呈现出一座鲜活的城市。

值得一提的是，在山城巷具有百年历史的仁爱堂内，以巨型结构和影像结合，打造了一座“8D重庆”，形成极强的视觉和人文震撼。由此，便呈现出影展的第三个板块——“重庆魂”。基于重庆母城建筑口述从书中梳理出的八个时期的重庆面貌，“重庆魂”板块就涵盖了山水格局、古城围合、移民时期等不同历史阶段的重庆。

“重庆的老Gāo是什么？” 多元回答见证山城发展

除了本次影展所挖掘到的宝贵历史影像，众多网友也参与到大型征集活动“重庆的老Gāo是什么？”中，翻出自己珍藏的重庆照片，重新“挖出”脑海中最深刻的“老Gāo”记忆。

网友@页由沈，找到了一张重庆棒棒的照片，在他看来，重庆的“老Gāo”是梯梯坎坎。小时候@页由沈便觉得，“重庆的坡坎坎好像永远也爬不完。”每次偶遇棒棒，他总会好奇他们是怎么用一根木棒、一条绳扛起上百斤的大冰箱？@页由沈问妈妈：“他们是大力士吗？”妈妈说：“都是为了生活。”

另一位网友@阿达，他的回答是千厮门大桥。

@阿达之前总以为千厮门大桥是游客才去的打卡地。偶然来到远眺千厮门，他还是忍不住拍了下来。大桥横亘江水两侧，像能划开时光，任时间流逝，桥自岿然不动。

一个个普通市民日常中的美好镜头，丰富了城市的侧面，也汇聚成一座城市生生不息的“老Gāo”。重庆的“老Gāo”还是长江、嘉陵江、鹅岭公园、皇冠大扶梯、渣滓洞、白公馆……以及具有重庆精神象征的黄桷树。在重庆，不限于老城门老街，走街串巷，都有黄桷树的身影。

大量通过微博、微信、邮箱等渠道征集而来的与重庆有关的影像和故事，为重庆这座城

市留下了饱满而有温情的时光切片，也帮助构建一个更加清晰的山城记忆山城形象。经过层层筛选，本次影展从征集到的近千张照片投稿中，最终选出部分具有代表性的作品在山城巷进行展出。一同展出的，还有数十位职业摄影师和摄影爱好者用同一台“漂流相机”所留下的、他们心中最想珍藏的“老Gāo”。

雕塑家、戏剧导演、策展人顾桃带着相机去了501艺术基地。在他看来，重庆的老Gāo就是藏在城市里的剧场。一半是隐藏起来，一半是展示出来的山城，需要你在不断探索中读懂它。《美国国家地理中文版》特约供稿

者、城市风光摄影师鬼迹，他选择将镜头对准朝东路上忙碌的人们。这些由一点一滴组成的照片，以及照片中的人，记录着重庆不断累积至今的变迁。

不同的“老Gāo”，相同的珍贵， 时光沉淀下的特曲60版

历久弥香

以时间为线，从穿越时光的影像中，回望城市的重要时刻与生动细节，在山城重庆寻得金色的宝藏“老Gāo”。或许不同的人心中有不同的“老Gāo”，但不同的“老Gāo”都是相同的珍贵，无论平凡和伟大，它们都组成重庆无可复制的“老Gāo”记忆。

此次，泸州老窖特曲60版再次以“一座城市的老Gāo”为主题，举办城市记忆特别影展，用带来持久力量的照片，唤醒属于重庆的、属于时代的“老Gāo”记忆，也唤醒人们对泸州老窖特曲60版岁月传承的记忆。

泸州老窖特曲60版复刻自20世纪60年代风靡全国的、曾获得第三屆“中国名酒”称号的“工农牌”特曲。2014年再版荣耀重启，沿用了60年代特曲酒形象，包装简约低调，韵味积淀深厚。其沿用“工农牌”特曲酒荣获“中国名酒”时期的窖池，由泸州老窖“全国劳模”荣誉班组在原老车间酿造，根据“工农牌”特曲原酒甄选标准进行取舍，还原60年代“工农牌”特曲酒标准酒体、酒质与口感，原真再现“中国名酒”品质。

熟悉的包装和怀念的浓香，泸州老窖特曲60版是昔日美好时光的沉淀，始终坚持酿造时光珍藏的味道，是一个时代的典型记忆。同时，泸州老窖特曲60版也通过包括影展在内的多种形式，唤起大众对于过去时光的记忆，留住时光、创造更值得铭记的时光。泸州老窖特曲60版不断在品牌与消费者之间建立更加紧密的情感链接，从而强化消费者对品牌价值的认知和认同。

本次影展从11月3日持续到11月16日，免费向公众开放。市民朋友可通过重庆轨道交通1号线等多种交通方式，前往山城巷观展。与城市同行，泸州老窖特曲60版坚定地陪伴着时代和城市一路走来，经历和见证了过去几十年来重庆与中国其他城市一样发生的巨变。未来，泸州老窖特曲60版·城市记忆影展还将来到更多城市，探索城市活着的“老Gāo”记忆，一同感受值得珍藏的时光。

适量饮酒 快乐生活

五粮液2023全国理性饮酒宣传周新闻发布会召开

■ 刘雪霞

近日，由中国酒业协会主办，酒与社会责任促进工作委员会承办，五粮液集团公司协办的中国酒业协会酒与社会责任促进工作委员会年会暨2023“全国理性饮酒宣传周”新闻发布会在四川成都隆重召开。

今年是“理性饮酒宣传周”第九年，本次宣传以“适量饮酒 快乐生活”为主题，将于11月24日-12月1日期间举行系列活动，包括公益主题微电影制作及发布、《2023中国适量饮酒快乐生活蓝皮书》发布、首届中国酒业ESG论坛、美图美酒（第四季）TOP10计划、公益主题海报设计大赛、公益主题NFT数字藏品制作发行、中国酒业社会责任科普展览、共创“美酒美生活IP”项目等。这将是理性饮酒活动自发起以来，内容最丰富、形式最新颖的一届。

出席本次活动的领导和嘉宾有：中国酒业协会理事长宋书玉，五粮液集团（股份）公司党委书记、董事长、中国酒业协会酒与社会促进工作委员会当值理事长曾从钦，泸州老窖股份有限公司党委书记、董事长刘森，中国酒业协会秘书长何勇，茅台集团总经理助理钟方达，五粮液股份有限公司副总经理张宇，安徽古井贡酒股份有限公司副总经理、总工程师李安军，青岛啤酒股份有限公司副总裁王瑞永，北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂副厂长王振杰，汾酒销售公司副总经理、汾酒创意定制公司总经理李昊旻，保乐力加（中国）贸易有限公司副总裁陈伟，帝亚吉欧洋酒贸易（上海）有限公司大中华区公共事务及传播总监傅凌霄，古越龙山股份公司销售总经理朱国安，会稽山绍兴酒股份有限公司总经理助理孙国昌，烟台张裕集团有限公司西南大区负责人李英俊，百威投资（中国）有限公司企业传播总监陈淑琴，中央宣传部电影卫星频道节目制作中心广告部主任、央影传媒执行董事党海燕，央影传媒内容营销总监余顶峰，首都经济贸易大学中国ESG研究院执行院长柳学信，视觉中国高级副总裁王刚，青年艺术100策展负责人宋继瑞，国际洋酒生产商协会秘书长张子婷。

出席本次活动的领导和嘉宾有：中国酒业协会理事长宋书玉，五粮液集团（股份）公司党委书记、董事长、中国酒业协会酒与社会促进工作委员会当值理事长曾从钦表示，今年全国理性宣传周主题是“适量饮酒 快乐生活”，直接道出了健康与快乐是酒业要坚守的共同初心。

健康饮酒推广工作的开展，要以更加坚定的决心、更广阔的事业，积极践行社会责任，促进中国酒业可持续健康发展。为此，五粮液将做到以下三点：一是坚守品质责任，做匠心酿造的名酒；二是担当健康责任，做有益身心的好酒；三是肩负文化责任，做传递和美的美酒。

“名酒企业有能力、更有责任带头引导健康理性的饮酒行为，培养消费者适度适量的饮酒习惯，倡导文明理性的饮酒风尚，让品饮美酒真正成为一种精神享受，让美酒更好的为美好生活添彩。”曾从钦表示。

影响3.5亿人次 打造酒业知名公益IP

中国酒业协会酒与社会责任促进委员会

自2015年成立以来，针对理性饮酒三大问题领域，即酒驾、未成年人饮酒、过量饮酒，分别以“理性文明 拒绝酒驾”“关爱成长 非勿饮”“适量饮酒 快乐生活”为主题，开展“全国理性饮酒宣传周”系列活动。全国理性饮酒宣传周活动规模和影响范围屡创新高，影响人群从2015年的3000万人次到2022年的3.5亿人次，宣传周主题微电影播放量达8000万次，理性饮酒宣传周已成为中国酒业社会责任领域最具影响力的公益活动。

活动现场，中国酒业协会酒与社会促进工作委员会副秘书长李琪，对委员会2022年工作进行总结。李琪介绍，“2022全国理性饮酒宣传周”系列活动重点工作成效显著、亮点突出，通过理性饮酒工艺主题数字藏品、《2022中国预防未成年人饮酒绿皮书》、团体标准《酒类电子商务平台销售及配送规范》、公益主题微电影《哪吒闹酒》、“5X计划”“凤鸣计划”等视觉、书籍、标准计划的发布，不断扩大社会影响力，让理性饮酒理念更加深入人心。

呼吁全社会共同参与 宣传理性饮酒没有“门槛”

在随后的答记者问环节，中国酒业协会秘书长何勇、五粮液股份有限公司副董事长张宇等领导嘉宾针对媒体提问进行解答。

记者就“如何让理性饮酒理念更加深入人心，以及如何通过创新的形式，吸引年轻消费群体参与到理性饮酒宣传中”的问题，向何勇秘书长进行提问。

对此，何勇表示，理性饮酒的宣传注定是一个宏大的叙事，不仅需要酒业不断书写，更需要全社会的参与和关注。2008年，中国酒业协会主动担当，首次倡导“理性饮酒”的理念。2015年，中国酒业协会酒与社会责任促进工作委员会成立，以固定形式每年举办全国理性饮酒宣传周活动。“理性文明 拒绝酒驾”“关爱成长 非勿饮”和“适量饮酒 快乐生活”等理念日渐深入人心，成为行业共识，理性饮酒蔚然成风，为行业树立了良好的社会形象，得到了社会各界的一致认可。今天我们发布的一些活动，包括ESG、美酒美图、公

益海报设计大赛、NFT数字藏品、科普艺术展等，除了与全社会同频共振，还更着重倾向于年轻化，与这个时代接轨，让更多的人一起参与。“理性饮酒的宣传没有‘门槛’，我们希望更多的人走进公益、了解公益，希望未来能影响到更多的人群。”

对于记者提问的“五粮液品牌所倡导的和美文化与理性饮酒、健康饮酒有什么共通之处？五粮液如何以酒为媒，向世界推广中华文化”这一问题，五粮液股份有限公司副董事长张宇进行了解答。

张宇表示，五粮液提出和而不同、美美与共的文化理念，与中国传统的和文化是一脉相承的。五粮液始终坚守弘扬历史传承，共酿美好生活的初心，传承中华和美文化，积极倡导健康、理性的饮酒行为，培养适度、适量的饮酒习惯，倡导文明、快乐的饮酒风尚，致力于让美酒真正成为纯粹的一种精神享受，更好地为我们的美好生活添彩。此外，在以酒为媒，向世界宣传中国的美酒文化方面，五粮液也做出了一些积极探索，一方面是以酒讲好中国故事，例如在日本东京、在中国香港设立了五粮液大酒店，以中国菜+中国酒+中国的产品+中国文化的模式，创新的讲述中国的白酒故事。今年五粮液还启动了“和美全球行”活动，在国际化融合的实践中传播和美文化。

今年在委员会当值理事长单位五粮液的大力支持下，中国酒业将继续积极推广“适量饮酒 快乐生活”理念，进一步完善中国酒类行业更加勇于担当的社会责任体系，以满腔热情和踏实的行动，为建设和谐文明的酒类消费环境贡献智慧和力量！

结婚启事

新郎倪成持与新娘胡梦雪
于公元2023年11月11日喜结连理。
愿赤绳系定，白首永偕。
特此登报，以书鸿笺。