

决战决胜“十四五”

技术驱动赋能 转型升级提质

贵州现代化化工产业迈向高质量发展新阶段

秦声

黔山秀水间，一股工业革新的浪潮正澎湃涌动。作为具有贵州特色的现代化产业体系的关键支撑，现代化工业深入践行“富矿精开”战略，推动磷、煤、锰等资源优势持续转化为产业胜势。

今年上半年，全省规模以上工业增加值同比增长9.6%，工业对经济增长贡献率保持在40%的高位。尤其在资源精深加工基地，规模以上工业增加值同比增长19.4%，产业向高端化、绿色化、集约化转型的步伐明显加快。

在黔南州，贵州胜成福全化工有限公司一台台崭新的NEA摆辊式钛白粉研磨机正有序调试。该公司技术中心总经理李海艳介绍，该项目总投资7.9亿元，通过淘汰15台老旧设备、引进86台先进设备，实现了生产工艺的系统性升级。“不仅是效率提升，更是产品质量的跨越。”李海艳指着平稳运转的设备说道。

这场转型升级的背后，是自上而下的政策强力推动。2024年3月，工业和信息化部等七部门联合印发《推动工业领域设备更新实施方案》，明确到2027年工业领域设备投资规模较2023年增长25%以上。贵州迅速响应，于当年7月出台省级实施方案，将设备更新定位为促进技术进步、拉动有效投资、提升发展质效的关键抓手，并将其纳入推进新型工业化、建设现

代化产业体系的重要部署。据了解，2024—2025年度，贵州现代化工业领域获得超长期特别国债、技术改造和设备更新再贷款政策支持的设备更新项目有20余个，项目总投资规模近200亿元。

在六盘水市，贵州盘江电投天能焦化有限公司的“焦化生产装置性能提升改造项目”已平稳运行半年。该公司精制生产部主任邢波指着一组新装置说：“通过对原有苯加氢装置实施优化改造，氢气产能从每小时400立方米提升至600立方米，产品纯度达到99.999%。”这不仅是数字的变化，更是企业技术实力与发展质量的同步跃升。

同样的创新逻辑，在贵州胜成福全化工有限公司演绎出更深层次的整合。企业配套建设的30万吨/年硫酸亚铁煅烧硫铁矿制酸装置，与钛白粉生产线贯通为“硫—铁—钛”闭路循环。副产硫酸亚铁变废为宝，成为制酸原料。反应余热梯级利用，用于系统供热与发电。“这一模式实现了固废源头资源化，通过降本增效和绿色循环，全面增强了竞争

力。”李海艳说。绿色发展，不只是一纸理念，更是一本可核算的效益账。在贵州盘江电投天能焦化有限公司，一系列技术改造带来真金白银的回报：煤气净化系统通过增设预冷塔与升级脱硫系统，实现烟气超低排放。该公司500余台电机和变压器完成更新，年节电超过200万千瓦时。在黔西南州，贵州宜兴化工有限公司通过新增凝液预热器回收余热，降低蒸汽外购量。配备的水质在线分析仪实现24小时实时监测，推动风险管控从“事后处置”转向“事前预警”。

节能降耗的刚性约束，倒逼生产管控向精细化、智能化纵深推进。在贵州宜兴化工有限公司，自调阀自动化智能化改造成为产线升级的点睛之笔。新增的11台气动调节阀、2台气动快切阀，如同为生产装置配备了灵敏的“神经”与可靠的“卫士”。“这些高精度阀门可对流量、压力等参数进行毫厘级调节，彻底改变了以往凭经验操作的粗放模式。”该公司电仪中心主任郑德江介绍。通过将设备全面接入分布

式控制系统，企业实现了“机器巡检机器、系统调度系统”的智能运行模式，让绿色生产扎根于坚实可靠的数字底座。

智能化不仅赋能绿色生产，也为本质安全筑起坚固屏障。在贵州盘江电投天能焦化有限公司，设备更新有效治理了“跑冒滴漏”，系统稳定性显著提升。“我们强化了煤气净化、化工产品回收等关键环节的检修与操作管控，建立起完善的重大作业管理制度。”该公司安全总监顾超说。贵州宜兴化工有限公司也将本质安全要求前置到设备选型与设计阶段，集中控制系统实现控制室与生产区域的安全隔离，全面符合“两重点一重大”装置数字化管控规范。

安全、绿色与智能的深度融合，最终凝结为企业发展的硬核实力。贵州胜成福全化工有限公司打造的“资源—产品—再生资源”循环体系，不仅实现关键装备国产化与工艺连续化突破，也为行业树立了绿色转型的标杆。贵州盘江电投天能焦化有限公司通过系统改造，实现LNG年增产1万吨、低压蒸汽增产1.3万吨、年降碳约16万吨。

“设备更新从根本上化解了安全环保的历史欠账，推动各项排放指标持续优于国标，为企业赢得了长远发展的主动权与话语权。”贵州盘江电投天能焦化有限公司技术部主任卢波介绍。

从黔南州的循环经济链条，到六盘水市的焦化产业延伸，再到黔西南州的智能工厂升级，一场以设备更新为引擎、覆盖贵州现代化工业全行业的深刻变革正在全面推进。这不仅是单个企业的提质增效，更是整个产业生态的重塑与能级跃迁。通过技术革新驱动全流程增效降耗、提质减排，贵州化工正稳步摆脱“高能耗、高污染”的旧有标签，向着“高端化、智能化、绿色化”的现代产业体系加速转型。

站在新型工业化的关键节点，贵州现代化工业以设备迭代强筋健骨，以技术创新激活新动能，正在描绘一幅以新质生产力推动高质量发展的生动图景。随着更多企业投身于这场转型升级的浪潮，贵州现代化工业必将为区域经济高质量发展与中国式现代化贵州实践注入更强劲、更持久的澎湃动力。

第八届“贵州大曲杯”全国征文大赛收官

用文字封存时光 探寻“记忆里的味道”

刘显玉



第八届“贵州大曲杯·记忆里的味道”全国征文大赛颁奖典礼上的情景剧演出。（贵州茅台供图）

冬日的赤水河畔，飘着淡淡的酒香。12月2日，第八届“贵州大曲杯·记忆里的味道”全国征文大赛颁奖典礼在位于遵义仁怀市茅台镇的茅台国际大酒店举行。

“作为一名文学爱好者，我写了一篇小散文，能在众多作品中脱颖而出、获得奖项，这充分说明了评委老师们不厚名家、不薄新人。”特等奖获得者郭勇的话朴实却真挚，道出赛事对文学本真的坚守。

这场由《中国作家》杂志社与贵州茅台共同打造的文学盛宴，今年已步入第八个年头。从2017年首届举办至今，大赛从省内走向全国，成为连接消费者与品牌的情感纽带。

一段文字唤起的记忆

“在我的故乡沂蒙山区，吊瓜是土地上非常丰产的作物，随便在墙角种上一棵，就够一家人吃上一个秋天。”获奖作者高芳的作品《一藤瓜一秋馨》，用细腻的笔触描绘了故乡的风物。她来自山东青岛，作品分享时，语气中满是怀念：“它也是贯穿我童年记忆的金色线索。”“我养的蝈蝈喜欢吃吊瓜花，我养的小狗喜欢吃吊瓜稀饭，一个秋天下来，它胖得肚皮都能挨到地面。”这些充满生活气息的细节，构成了高芳对世界、生活与爱的最初认知，也让大家看到了平凡生活中闪烁的光亮。

本届征文大赛自5月14日启动，截至10月7日，组委会共收到7375篇参赛作品。经过7位资深文学编辑的初评和专家学者的终评，最终选出45篇获奖作品，涵盖特等奖2名、一等奖3名、二等奖10名、三等奖30名。投稿量与作品

质量逐年攀升，印证着这项赛事在文学界日益扩大的影响力。

茅台集团党委委员、副总经理段建桦在致辞中分享了三点感悟：“以时光为酿，守匠心之本；以故土为根，寄乡愁之韵；以文字为桥，传文化之魂。”他表示，八届征文大赛汇聚万千记忆，让个人故事升华为跨越山海的文化共鸣。

“我的心情如眼前的山水，起伏而湿润。”三等奖获得者赵至奎充满了对故乡的眷恋。他动情地说：“在记忆深处，总想起乡下，母亲和外婆劳动的剪影，是那些巧手之下为儿们烹饪的美味，朴实到险些被遗忘，却满是人烟烟火。”

不难看出，“记忆里的味道”不仅是个人的怀旧情愫，更承载着时代发展的印记，而贵州大曲作为品牌方，正是以这样的赛事为载体，让个体记忆升华为集体共鸣。

对于常年在外游子而言，乡愁是行囊里的一缕茶香，是书信中的一句乡音，是舌尖上

那挥之不去的故土味道。参赛作者龙书丞的乡愁，是父亲与一碗酸汤，“我的父亲出生于20世纪40年代，一碗简单的酸汤，就这样陪伴着父亲走过了多年的艰苦岁月，也陪伴着我成长。”

他静静地叙述着父亲的离去：“但首先要跟大家说一件事，我的父亲在2023年的春天离开了……所以在写作的时候，我没有刻意去雕琢，只是简单地把心里的碎片一一拾起。”这种不加修饰的真情实感，恰恰是最打动人心的文学力量。

“贵州大曲从六十余载岁月中沉淀出卓越品质与温情底色，这款酒已超越饮品本身，成为传递团圆的‘吉祥酒’。”段建桦表示，贵州大曲的品牌故事被赋予了更为丰富的情感维度和文化深度。

一个品牌孵化的文化IP

贵州大曲，始于1963年，那时它叫“红粮窖酒”，是茅台酒厂员工专属的福利酒。1976年

正式定名“贵州大曲”，它一度成为西南市场的畅销品，1984年创下产销高峰，却在1999年因保障茅台酒产能而悄然隐退。

直到2015年，这个承载着茅台人情感的品牌重启，列入茅台“133”品牌战略，如今更斩获贵州首批“贵系列”品牌精品认证，成为酱香酒核心产区的代表性产品。

近年来，“贵州大曲杯·记忆里的味道”征文大赛通过持续挖掘“记忆里的味道”，不仅构建起品牌文化护城河，更成为记录时代情感的特殊载体。其“怀旧”的叙事特质，已经超越了浪漫化乡愁，触及更广阔的时代记忆。

自启动“贵州大曲杯·记忆里的味道”征文大赛以来，八届大赛汇集了无数游子的相思寄托，作者们以笔为媒，将童年往事、奋斗岁月、舌尖记忆化作文字，让家乡的风土人情在文字里徐徐铺展。

2017年首届大赛时，贵州大曲刚刚踏上品牌焕新之路。通过绑定“记忆里的味道”这一主题，以“怀旧”为媒，将品牌格调嫁接于乡愁、记忆等文化，让品牌内涵不断丰富。

数据显示，八届赛事累计覆盖全国34个省市，甚至吸引海外华人参与。这种大范围覆盖的背后，是文学对品牌符号的强大解码能力。

来自贵阳的何兴君今年是第一年参与“贵州大曲杯”征文活动，并获得了二等奖。他感谢组委会搭建的平台，让他有机会结识更多优秀同行，也让自己的文字得以传递，表示明年还会继续参加。

贵州大曲的文化赋能之路不止于征文大赛。现场展示的纪录片《这一站，贵州》，揭示了品牌的深层追求——作为这些人文纪录片的独家冠名方，贵州大曲通过“山、水、歌、未来”等主题，将酒文化与贵州的民族风情、时代变迁融为一体。

“就像酿酒需要赤水河的水、黔北的粮，文化传播也需要扎根土地。”颁奖典礼现场，嘉宾们共同回顾了该片前三季的精彩片段。连续三季的节目，不仅累计创造了突破10亿人次的全网传播量，更赢得了中美电影节“最佳电视纪录片”奖的国际荣誉。

新一季节目已于11月22日在贵州卫视开播，深入探寻“天籟之味、匠心之味、传承之味”。如同纪录片提到的一样：“这一路我们从未止步。从遇见贵州千年的山水，到深

入对话时光中的历史……今天的贵州，就是诗酒田园。”

一场持续八年的奔赴

《中国作家》杂志社主编李云雷表示，茅台酱香酒公司与《中国作家》杂志社携手举办了第七届和第八届征文活动。两年来，知名酒企与国家级文学期刊倾力合作，将“记忆里的味道”这一文化IP，打造成了更具含金量的知名赛事。

作为创刊40年的国家级文学期刊，《中国作家》杂志社的专业支持，让赛事更具深度与广度。

活动启动以来，《中国艺术报》《文艺报》、腾讯网等全媒体平台持续报道，杂志公众号定期推送优秀篇目，精选作品引发广泛共鸣，让“记忆里的味道”这一主题与贵州大曲紧密相连。这场文学与美酒的相遇，不仅是品牌营销，更是一种文化建构。贵州大曲从2015年重启上市以来，始终以卓越品质收获万千消费者的喜爱，而征文大赛则让品牌文化内涵不断丰富。

贵州茅台酱香酒营销有限公司党委副书记、工会主席付月秋感慨：“八年来，我们以‘记忆里的味道’为题，汇聚了超过7万篇饱含深情和温度的文字，它们不只是文学的结晶，更是时代的注脚、情感的共鸣。”

数字背后，是普通人用文字打捞生活的热情——一碗猪油香、一壶父亲酒、一曲酸汤谣皆可成文。这些普普通通的文字在聚光灯下熠熠生辉，这场持续八年的活动证明：真正的品牌生命力，不在于广告投放的广度，而在于能否在消费者心中酿就绵长的文化回味。

颁奖典礼上，情景舞蹈《光阴的故事》勾勒出时光流转的轨迹，诗朗诵《味蕾深处有甜蜜的乡愁》唤醒了心底最柔软的情愫，舞蹈《黔风舞墨·醉忆山河》则将贵州的山水人文与文学之美融为一体。

诗朗诵道出乡愁：“那味道不是简单的甜，是高铁站外一轮明月驮着风，是飘叶般的游子背着行囊，闯入故乡悠长的巷口，用回忆打捞一段斑斓的童年。”

这些艺术形式与文学作品相辅相成，共同构建了一个关于记忆与味道的多维叙事空间。颁奖典礼落幕，但品牌与文化的对话仍在继续。随着贵州大曲的包装上勾勒的山水人文，成为游子联结故乡的符号，这已超越饮品本身，成为一种安放乡愁的精神载体。

获奖作品将集结出版，让这些文字承载的记忆传播更远。从某种意义上来说，“贵州大曲杯”全国征文大赛已然超越了商业竞赛的范畴，成为一场全民参与的文化“考古”，共同探寻时光的浓度。

本版责编：肖茜 熊璇 张元斌 严珺 版式设计：黄艳

Advertisement for 2026 subscriptions of Guizhou Daily, Contemporary Guizhou, and various series. Includes a list of publications with their respective ISSN numbers and prices.