

■深刻 ■理性 ■建设

生活成风景，能不忆巫溪？

对于一个城市来说，最重要的不是建筑，而是规划。

——贝聿铭

曾经，在各种书籍画卷中，也看过很多美丽的县城。有宏大叙事的故事铺陈，有美轮美奂的雄伟楼阁，有繁华酷炫的靓丽外衣……但，从来没有哪一座县城能像巫溪这样，在市井生活的娓娓道来之中，在山水诗情的静水流深之下，让“县城之美”如涓滴细流，慢慢浸润灵魂。

一座小城，到底凭什么长成如此美丽的模样？难道真是全靠天赐，自然生长？

重新发现巫溪之美，其实，这背后根本就没有什么玄学神奇，源头活水就是务实科学的城市规划。

在这座城市的风景底座之下，是几代巫溪人投身城市规划的筚路蓝缕，是城市规划过程中念兹在兹的人本情怀，是城市规划者始终呵护捍卫的民生理念。

“美得自然、建得从容、过得幸福”，这12个字生动表明，从规划到建设再到生活，巫溪的城市规划完成了闭环管理，新重庆的城市规划

有了鲜活样本。

在景观格局上，远山为屏、近山为邻、韵律起伏；在城市建设上，唤醒老城、激活新城、建设新城；在生活体验上，以人为本、自然和谐、健康幸福。巫溪，把自然禀赋融入城市规划，让民生福祉作为价值指向。

天然去雕饰，生活来添彩。城市规划做到这个份上，既是智慧，也是情怀，更是民生政绩观的生动实践。

在巫溪，恰好听到当地一位同志说起巫溪规划建设往事，真是满纸规划情，句句民生意。她已经在规划部门工作20多年，对巫溪的人文历史、人间草木，如数家珍。

从东汉建安时的巫溪老县城的历史文化，到大宁古城的原貌记忆；从英国摄影家威尔逊拍摄的一张1910年巫溪老城北门照片，到一位专家在巫溪待了3天手绘出的一张设计图；从山水之间的历史人文，到城市生活的民生细节；从规划者的呕心沥血，到建设者的鞠躬尽

瘁……原来，巫溪规划一直在借智借力，每一分一毫都体现出民生之重，每一草一木都是生活景观。

那一天，她讲着讲着，就掉泪了。后来，一直讲，一直哭。没有人打断她，因为她对这座城市和这份工作的爱感染了大家。从中，我们读懂了城市规划为什么是文化哲学，城市规划为什么能让“花小钱、办实事”落地，城市规划为什么能针对城市发展的一个个具体问题来求解，城市规划为什么能影响当地几代人的生活。

走过巫溪，想念巫溪。读懂规划，感念美好，我竟然也有在“五岳归来不看山，黄山归来不看岳”之后，加上一句“巫溪归来不看溪”的情感冲动，竟然也有向巫溪友人发问“还记得大宁河畔的巫溪烤鱼吗”的生活眷恋。

巫溪好，风景旧曾谙。生活已成风景，风景即是生活，能不忆巫溪？

□何勇海

背景调查，是用人单位对拟录用候选人进行资质核查的一种手段，通过调查候选人的学历、工作经历和表现等，判断其是否弄虚作假，是否适合录用，以此来降低用工风险。根据劳动合同法和《中华人民共和国劳动合同法实施条例》等，用人单位有权了解劳动者与劳动合同直接相关的基本情况，劳动者应当如实说明。

近年来，随着人才流动加速，简历造假时有发生。越来越多的用人单位重视起背景调查，调查范围也从工作履历等基本信息，延伸至其他方面。在此语境下，背景调查越过边界、惹人不适，甚至涉嫌侵犯个人隐私的相关消息，屡屡引发争议。背景调查本是涉及双方的事，必须有被调查者签署的授权同意书，方可依法开展。但在现实中，用人单位往往掌握了主动权，因为求职者害怕，一旦拒绝“背调”，就会失去一份来之不易的工作。

背景调查，过犹不及。用人单位对被调查者了解越多，“猜忌”可能就越重。比如，有企业调查发现求职者曾做过胃部切除手术，由此判断其健康状况不佳，不能胜任销售部经理一职，故拒绝与其签订劳动合同。对于用人单位来说，一旦背景调查越过了应有的边界，就会涉嫌违法违规。而在过多信息的干扰下，用人单位不一定能对求职者做出理性判断，反而可能错失人才。

背景调查，必须依法依规。《中华人民共和国个人信息保护法》明确规定，处理个人信息应当具有明确、合理的目的，并应当与处理目的直接相关，采取对个人权益影响最小的方式。“与处理目的直接相关”，意味着背景调查应与招聘岗位直接相关，比如调查与岗位匹配的知识技能、工作经历等，不能搞成“无边调查”。打听求职者过往薪资、婚恋状况、开什么车、住哪的房……类似的刨根问底，就是“无边调查”。

规范背景调查，需要劳动行政部门适时介入。如，要对用人单位普及常识，充分告知“无授权、不调查”的必要性；再如，对用人单位的背景调查内容，也来个调查，看看书面上问了什么，问问求职者被调查了什么……目前，在我国，求职者背景调查分为用人单位自主调查和委托第三方调查两种。不管哪一种，相关部门和用人单位都要承担起保护求职者个人隐私的义务和责任。只有保持必要的边界感，背景调查才能在适度的前提下发挥积极作用。

背景调查不能越过隐私边界

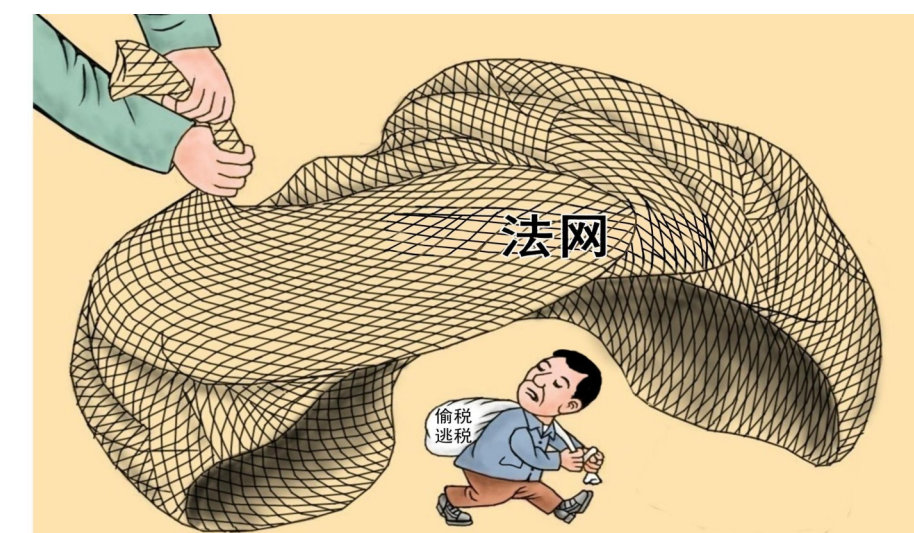
多措并举堵住偷逃税漏洞

入性质，将个人劳务所得“转”为经营所得，从而实现偷逃税目的。

由此可见，堵住偷逃税的漏洞，最管用的办法，就是将其经营所得纳入综合所得来计税。然而，这一过程往往十分复杂，所以需要技术来帮忙。例如，通过大数据手段，升级税务“天眼”，通过更加精准的分析、研判、预警等，将一笔笔收入与支出，清晰地记录在案，让偷逃税的花招伎俩在数字慧眼下逃无可逃。

要强化法治教育，加快形成行业自律。网红、明星属于高收入人群，他们的税收一直是敏感且棘手的问题。事实上，“收入留痕”类的行规近几年出台了不止，“清白做人”的行业呼声也很高，但“宋祖儿”“袁冰妍”接连涌现，说明教育力度还是不够。如果说技术手段是“硬件”措施，那法治教育就是“软件”升级，要教导这些公众人物遵纪守法，让其发挥正面模范作用。

网红、明星不管有多少粉丝，也都是公民，有纳税的义务。作为公众人物，更应严于律己、



画王少华

做好表率，从一开始就不要在税务问题上“跌倒”。接下来，要给演艺公司、经纪人、网红明星等上好法律课，讲明白违法后果有多严重，让他们不敢偷、不愿逃，自觉缴纳每一分税。

江津江小白 中国白酒“老味新生”的探路者

消费不高、入口净爽，适合朋友小聚畅饮……江小白常年稳坐于年轻人舌尖，被誉为最懂年轻人的白酒品牌。

江小白不仅会做白酒，更会做产业。在江津，江小白以“江记酒庄”和“驴溪酒庄”两大酒庄为圆心，经过10多年默默耕耘，逐步形成了一座面积逾万亩的自然农场。

而今，江记酒庄酿造基地是目前西南最大的清香型高粱酒酿造基地，已形成包括高粱产业园、酿造基地、大地艺术馆在内的多板块格局，集高粱种植、工艺研发、酿造贮藏、物流销售于一体，彻底打通了高粱酒全产业链。

“酒国春城让白沙” 传承千年酿酒基因

三地交界，长江要津。江津位于渝黔川的接壤处，是重庆的西大门，长江由此穿而过。层峦叠嶂、河水萦绕，造就了水韵灵地，江津白沙镇就是天赐的酿酒之地。

据《江津县志》载，“江津产酒甲于省，白沙烧酒甲于津”。宋朝时期，白沙镇的酿酒业已初具规模。明嘉靖年间，得到大规模发展。到清光绪时，驴溪河畔聚集的酿酒槽坊已达300多家，形成五里规模的槽坊街，白沙堪称当时“西南第一酒镇”。

在当时的白沙镇码头，一条条船满载烧酒和并盐，逆长江和赤水河而上，更有大量货船顺长江而下，把白沙烧酒带到四方餐桌上。白沙烧酒系高度蒸馏高粱酒，酒质清冽、纯净无杂、回味甘爽，清末诗人赵熙曾作诗赞曰：“十里烟笼五百家，远方人艳酒堆花。略阳路远茅台位，酒国春城让白沙。”

然而，时移世易，江津的酿酒业因种种因素逐步没落，白沙烧酒被川黔等地赶超，酿酒工艺面临传承危机。

时间来到2011年，江小白酒业正式成立，扎根中国白酒金三角，致力传统重庆高粱酒的老味新生。次年，“我是江小白，生活很简单”的广告语一炮走红，成为国民爆款。

2013年，江小白酒业旗下酿造基



紧邻长江的江记酒庄

地江记酒庄开始建设，江小白农场破土动工。2016年，江小白酒业保护性收购了具有百年历史、传承非遗“江津烧酒酿造技艺”的重庆老字号——驴溪酒庄。

传承白沙千年一脉的酿酒基因，汲取非遗技艺智慧，江小白找到了老味新生的密码，开启了传奇重生的征程。

“一家企业的成长，不可能脱离时代的时间轴，同样也不会脱离具有典型风土特色的地理坐标，而独自完成进化。”江小白负责人称，是白沙镇千年璀璨传统酒文化的深厚底蕴，孕育出了脱胎换骨的江小白。

如今，承载着千年江津烧酒的纯正基因，江小白一路成长、发展、壮大，蜕变成年轻人心目中的新名酒品牌。

“愚公移山建农场” 改良创新尽显本味

走进江小白农场，诗酒田园、简单自然之风扑面而来。在这块被河流分割的半岛群上，红色的“金皮糯1号”迎风摇曳，一串串高粱穗粒饱满，就像一簇簇燃烧的火焰染红了田野。

高粱地里，收割机轰隆作响，收

割、摘穗、脱粒，新鲜的秸秆青草味混合着泥土香，肆意地在空气中弥漫开来。颗粒归仓，高粱将被直接运往江小白酒庄，静待酿造发酵。

酒庄与生态农场共生，酿酒与乡野艺术并存。回望过去，江小白在江津这片丘陵山区上，愚公移山式地打造出了一座超大型的自然农场。在酿酒原粮上，江小白崇尚自然酿造之法，追求高粱本身发酵的本味粮香，而精心选育的酿酒原粮“金皮糯1号”，穗大、质糯、粒红，且支链淀粉含量高，酿出的高粱酒更加纯净醇甜，余韵无穷。

在水曲使用上，江小白与国内数所大学联合攻关“江小白特色酒曲”，用量最小精准到千分位，将曲的苦味基本法除，最大限度消除外在的风味影响。

在酿酒工艺上，则由最初的古法酿造工艺不断改良创新，2020年，正式升级至第三代酿造法，涵盖7大环节18道工序5次检验。

本粮、本曲、本水、本艺，运用“本味酿造法”出品的江小白清雅纯正、口

感净爽，尽显小曲清香型白酒的独特风韵。

从品牌主张到产品理念，从酿造技艺到产业链构建，江小白始终坚持“清香自然酒战略”，建立起长期稳定的品质优势，通过一二三产业的深度融合，形成完整产业闭环，构建全新产业格局。

“借问酒家何处有” 多款产品百花齐放

4位白酒国家级评委、7名国家级果酒评委、12位国家注册高级品酒师、9位国家注册高级酿酒师、5位重庆非物质文化遗产传承人和1位国际酿酒大师，在一流专家团队加持下，江记酒庄的产品体系可谓百花齐放。

系列产品丰富了渝酒品类，且在国际顶级酒类赛事中获得200多项奖项。特别是梅见青梅酒，凭借本真风味独特而深邃的表达，2022年在零售市场的总规模超过10亿元，成为新酒饮跑出的第一个10亿级品牌。

目前，江小白系列产品不但畅销全国各地，还出口至德国、法国、意大利、澳大利亚等30多个国家和地区，为重庆品质和重庆品牌赢得了国

际声誉，让更多人品尝到了“重庆味道”，增加了“重庆记忆”，江小白正成为重庆的一张名片、渝酒的符号代表。

10多年来，江小白始终将自身品牌与重庆这座城市紧密连接、互助共生，围绕高质量发展的共同目标，江小白与重庆正形成可持续发展的理想共生体。

为建设环境友好型企业，江记酒庄大力推动技术创新，将产品生产流程标准化，回收利用污水，减少各项能耗，践行低碳生产经营承诺，先后荣获国家绿色工厂、重庆市数字化车间、重庆市农产品加工示范企业等荣誉。

去年，江津区政府对江小白旗下酿造基地——江记酒庄进行10亿元战略投资，提出以清香自然酒成就“百亿新名酒”战略，立足西南最大的清香型白酒示范基地，携手打造重庆酒城。可以预见，依托江津良好的自然生态条件，通过资本、人才、创新等要素的重组，江小白未来可期。

“醉翁之意不在酒” 为百姓创造高品质生活

9月，“酱香拿铁”火爆全网，在一片热搜中江小白被刻意点名：“我们为江小白精心策划了100个联名名的可能性，涵盖吃穿住行，我们只求惊喜！”其中，“被网友联名”的众多对象中，就包括奶茶品牌——茶百道。

近日，茶百道联合江记酒庄旗下

梅见青梅酒，联合推出新品“真梅醉绿茶”，伏笔已变为现实。

倾听用户声音、回应用户期待，在江小白早成常态。约酒大会、表达瓶、移动小酒馆、朋友会、江小白酒馆……都是江小白与用户共创共享的尝试。传播共创、产品共创、渠道共创，品质共享、成果共享、生活共享，江小白成立以来，始终坚持对用户真诚，努力生产好的产品，交付好的服务给广大群众。

“我们要更克制、更精准地服务用户。”江小白负责人说。

通过对云贵川湘鄂等地的市场一线情况考察，江小白开拓高度白酒生产线，52度、60度产品相继问世；为便利用户小聚小饮、分享交流，打造酒水电商App——瓶子星球，江小白全系产品最快30分钟完成配送；聚焦用户结婚、祝寿等宴请场景，推出“双重喜庆”，从产品初衷到品牌愿景，从外观设计到酒体设计，全方位展示“用重庆好酒，迎四方嘉宾”的姿态与底气……

江小白力求通过好的产品传递新的生活理念与方式，在促进企业高质量发展同时，为人民群众创造高品质生活。就在上个月，首届重庆干杯节在全城火热启动，作为活动发起方之一，江小白倾力参与其中。据了解，江小白将借助此次干杯节活动，为本地餐饮市场奉献更多的好产品、好服务，满足市民个性化消费需求。

詹米璐

图片由江小白酒业提供



8月24日，首届重庆干杯节在全城火热启动