

为人理发攒路费 寻子再苦不言退

儿子失踪后,晋城妈妈郭胜霞一找就是24年

记者 李静 张琪

“那个人”是谁

带走孩子的“那个人”,究竟是谁?这个问题已经成了困扰王玉云妈妈郭胜霞24年的问题。

1993年,王玉云出生在山西晋城。王玉云的爸爸在家附近一家工厂做机工,妈妈郭胜霞辞去工作,在家照顾孩子。一直到1997年,郭胜霞又捡起自己的手艺,开了一家理发店。

1998年5月16日,那是一个星期六。上午,郭胜霞在理发店工作。9时15分,王玉云和另外三个孩子在理发店门口玩玻璃珠。9点半左右,郭胜霞发现孩子失踪。

郭胜霞怕了,她急忙询问其他小朋友。小朋友说:“他跟那个人走了。”

“那个人”是谁?长相怎样?身高多少?为什么带走孩子?把孩子带去哪里?周边没有监控,不知道何处寻找,郭胜霞找不到答案。

寻亲路上给人理发

孩子丢失后,郭胜霞把理发店租了出去,夫妻俩带着6000元钱,外出寻找孩子。

每到一座城市,郭胜霞就会在火车站人最多的地方,拿着儿子王玉云的照片询问。那时,她不会讲普通话,就向路人问,“你们有没有见过照片里的孩子?有没有见过和我们一样口音的小孩?”没有目标,郭胜霞只能一条胡同一条胡同地打听。

外出寻找孩子,夫妻俩总是失望而归。“没有办法,日子还得过。”后来,夫妻俩做了分工,丈夫负责在家工作,郭胜霞外出寻找孩子。

郭胜霞外出寻子的时候,会带着自己理发的工具。走到村里,她就给人理发,换点食物和路费,然后继续往前走。“我觉得,这是我最后的尊严。”郭胜霞说。

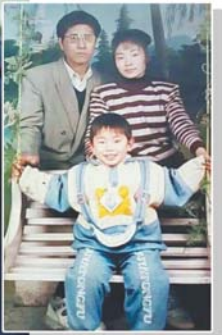


近日,齐鲁晚报·齐鲁壹点“果然寻亲”栏目接到山西晋城寻亲者郭胜霞的求助。郭胜霞告诉记者,她的儿子王玉云于24年前失踪,此后她一直寻找儿子,已经找了整整24年。



大图为寻子的郭胜霞向路人展示儿子的资料。

小图为王玉云失踪前一家三口合影。(受访者供图)



最幸福的路,是回家路

齐鲁晚报·齐鲁壹点为承担起媒体的社会责任,推出“果然寻亲”栏目,帮助更多人找到回家的路。我们期望,通过国家、社会各界,还有每个人的努力,让骨肉分离的悲剧不再发生,让团圆的幸福来敲门。

联系方式:

- 1.邮箱:guoranxunqin@163.com
- 2.通过齐鲁晚报·齐鲁壹点官方微博、微信、抖音等官方账号,私信寻亲信息。
- 3.下载齐鲁壹点客户端,通过情报站留言。留言内容:果然寻亲+寻亲人+事件信息+联系方式。

如果您有相关线索,请联系我们,共同助力团圆。

“我自己差点丢了”

寻亲路上,郭胜霞遇到过很多次危险。2009年的一次外出,郭胜霞刚下火车,就被人盯上了。当时,郭胜霞找人问路。“那人说,我这里有个线索,你先跟着我们去看看。”郭胜霞跟着对方走到了一个废弃地铁站。

“我当时觉得不对劲。”郭胜霞趁机往回跑,对方从后面追过来。郭胜霞从地上捡起石头和一把土,继续逃跑。

“幸好来了一辆公交车。”郭胜霞张开双臂拦停了公交车。这才避开一次危险。在公交车上,郭胜霞才发现,自己的手里还紧紧攥着石头和土。

寻亲路没有继续,郭胜霞回到了家。“我不敢告诉孩子的爸爸,我怕他担心,那样他就不会让我再出去寻找孩子了。”

这次经历给郭胜霞造成很大的打击。她把王玉云的照片暂且封存,“我需要找个合适的时机,继续出去寻找孩子。”

寻亲路上的“难友”

郭胜霞陆续认识了很多同样在寻找孩子的父母。

调整了一段时间,郭胜霞就开始和“难友”一起外出寻子。“为了节省路费,走到更多地方寻子,我们就找最便宜的地方住,有时候六七个人挤一张床。”后来,郭胜霞和“难友”们又跟着“寻子车”四处寻找孩子。随着网络更加发达,郭胜霞学着用微信、微博、短视频平台,发布寻子启事。

郭胜霞今年50岁,过去24年都在寻子路上。采访最后,郭胜霞攥着儿子王玉云的照片,反复说着:“我希望孩子能看到我们,能够站出来找我们。”



扫码下载齐鲁壹点
找记者 上壹点

编辑:马纯潇 美编:马秀霞 组版:洛菁

江小白又一次升级 国资加持清香自然酒战略,目标“百亿新名酒”

记者 万家成 通讯员 罗紫瑞

10月28日,重庆江津区政府与江小白酒业就“升级清香自然酒,目标百亿新名酒”举行战略签约仪式。

江津区政府宣布对江小白旗下酿造基地江记酒庄,进行10亿元战略投资,支持江小白酒业进一步做强做大,立足西南最大的清香型白酒示范基地,以“自然风土酿造自然酒”的产品理念,携手“农场+酒厂”的现代酒庄产业集群再升级。

围绕未来五年“百亿新名酒战略”达成,江小白酒业宣布将政府投资的10亿元,全部用于江小白酒庄一个农场两个酒厂的产业集群的品质提升,包括江小白农场优质高粱选育与种植再扩建,达成优质原料的提升;两个酒厂的优质酿造以及老酒储备再扩容,达成原酒质量再提升;进一步通过品牌创新传承千年巴酒,复兴江津烧酒,升级清香自然酒的产品档次。

与此同时,围绕江小白既有的“农场+酒厂”酿造生态,江津区还宣布将为企业发展预留原料种植和原酒酿造用地,进一步释放产区良好的生态禀赋,扩建升级为与自然更加融合的自然酒产区。

无疑,“国家队”的助阵,将对江小白的升级发展带来资本加持和政府背书。

旧周期里冲出的“新名酒”

过去十余年,江小白在品牌创造、生产酿造、用户连接等层面都做了不同的创新尝试,也因此被外界和业界视作“旧周期里冲出的新名酒品牌”。

自2011年创牌至今,已经形成“江小



白+梅见”双品类驱动的江小白酒业,被外界看作在清香白酒和青梅酒两大品类赛道,同时拥有头部品牌的酒业集团。

在重庆江津,以“江记酒庄”和“驴溪酒厂”两大酒厂为圆心,传统江津烧酒千百年的非物质文化遗产,经过十年的默默耕耘,酒厂周边逐年形成了一个幅员面积逾万亩的自然农场。上万亩的农场和近千亩的两大酒厂,融合成了江小白酒业的自然酿造生态区。

据悉,这也是中国白酒金三角区域,最大的一片自然农场。江小白农场的建成,意味着其所坚持的“农场+酒厂”共生的自然酒酿造理念,最终得以落地。从“农场”到“酒厂”,从“原粮”到“原浆”,企业用十余年的埋头苦干,最终将酿造的核心环节把控在了自己手中,建立了长期稳定的品质优势。

而此次,江津区国资选择注资江小白旗下的江记酒庄,无疑指向明确:政企合力,下重注助力江小白“农场+酒厂”的自然酿造底盘,再上台阶。

记者从发布会上获悉,政府投资的10亿元,其中2亿元将用于江小白优质供应链再提升,2亿元用于扩建江小白农场优质高粱研发与种植,6亿元用于扩容老酒储备。

“自然简单”的理念,成为了贯穿江小白整个经营体系的产品理念,在今天看来,江小白农场的建成,恰恰是其“清香自然酒战略”的关键闭环。

当下,随着相关部门对商务宴、面子酒、应酬局的进一步规范,产业再次进入深度调整期。当白酒消费开始去泡沫化,类似江小白这类有特点的新生活方式品牌,反而会迎来市场面利好。而此次江小白和江津的战略合作,对酒业乃至新消费行业都是一个提振。

江小白升级:清香自然酒

此次战略合作签约仪式上,江小白相关负责人称,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独自完成进化。

江津与四川泸州、贵州茅台镇相隔不到一百公里,同处中国白酒业主要酿造产区,江津地区千年一脉的酿酒产业,却并未像其周边县市一样充分释放。

围绕复兴江津烧酒的共同理想,江津政府、江小白企业、以及江津的父老乡亲,各方力量经过十余年的艰苦创造,江小白与江津,正在靠近类似茅台与茅台镇、五粮液与宜宾一样的理想共生体。

而此次政府的助阵,无疑将加速江小白从产品品牌到产区品牌的跨越,实现江小白定位于清香自然酒的升级。

江津区政府立足人与自然共生的宏观政策指引,充分释放江津“长江酿造,长寿之乡”自然生态酿酒风土优势,推进地方一二三产融合。

从自然环境的角度看,地处西南三省交界地的江津,的确是一处藏在深闺的生态酿造佳地。江津地处长江上游水源保护区,辖区内拥有国家一级水源地,水质已经足以达到酿造用水和饮用水的标准。

此次江津区与江小白的战略牵手,提出以清香自然酒成就“百亿新名酒”的战略,本质是依托江津地区良好的自然生态条件,通过资本、人才、创新等要素的重组,以企业的力量带动江津酿酒板块跨越式发展,真正将“渝酒振兴”的旗帜,交给市场主体。

过去十余年,江小白推动了白酒年轻化低度化的浪潮,从零到一的成长虽然历经曲折,保持信心不断升级,企业似乎总保持着一种韧性,理性长期地挑战更高目标。

2022年10月28日之后的江小白,值得更大期待。