



邮箱:2373232113@qq.com

责任编辑 杨刚

要 闻

遵义日报

2 版

2025年7月28日 星期一

促进高质量充分就业

桐梓:打造“桐就业”品牌

书写业广民安暖心答卷

感恩·雄起

贵州·“超”力量

见证「超」力量

(上接一版)
当都柳江畔的石灰厂水文站监测系统提前5小时锁定洪峰水位253.5米,流量测算精确至8360立方米/秒,从中央到省、州、县,应急响应机制以惊人的速度启动。

国家防灾减灾救灾委员会紧急将国家救灾应急响应级别提升至Ⅲ级,国家防总、应急管理部派出联合工作组火速飞抵榕江。省、州主要领导多次靠前指挥防汛救灾工作。榕江县防汛抗旱指挥部在6月28日12时30分启动防汛Ⅰ级响应,第一时间吹响生命的哨音,8000多名党员干部,下沉到7大洪区,紧急组织撤离转移群众。武警官兵、各地民兵和社会各界力量日夜兼程、火速驰援。

在与洪水的竞速赛中,高效的组织力胜出:9.2万群众及时撤离,1275户紧急避险。超强的组织力,也让灾后重建赢得“超”速度。

快速建立全县恢复重建工作机制,核查评估、协调保障、受灾救助、资金筹措、项目推进等12个工作组各司其职;

通水通电,通路通讯“四通”排头,清垃圾、清淤、清障“三清”接续,具备大规模重建施工条件后,25个街区的170个项目启动工期倒排,各流程卡位科学、衔接精准;

从安排发放救灾救助3876万元保住群众基本生活,到4.7亿元紧急金融输血促进百业复苏,先重后轻、先急后缓……

超强的组织力,甚至融进了每一个具体事项的推进中。

在榕江县古州镇,南方电网青年突击队队员连续奋战,轮休顶岗始终钉在水线上,水退一片、抢修一片、通电一片。

贵阳市援建团队7月10日抵达“村超”赛场周边区域,面对“15天要干3个月的活儿”,援建团队将招投、审计、资金等各环节请到施工现场办公,确保压工期不降质量,抢时间不减环节。

正是贯穿防汛减灾和灾后重建工作始终的领导力和组织力,榕江上下人心不乱、信心不散,引领榕江30天穿破至暗时段,开启极速新生。

洪水退去仅仅三天,7月1日,“村超”球场亮起象征复苏的光束;7月26日,暂停的“村超”感恩重启。

“超”团结——超暖应援力铸爱心为坝

“我们为什么选择在7月26日重启‘村超’赛事,核心的目的就是感恩,回馈所有帮助榕江的人。”7月25日在榕江媒体通气会上,榕江县委书记徐勃言辞诚挚。

榕江的极速重启,来自四面八方的应援支持凝成一股巨大的力量。

7月19日,江苏威腾体育产业公司施工师傅李权小心翼翼地铺就最后一块耐磨草皮,直起身来,露出欣慰的笑。

获知“村超”球场被淹,7月5日公司生产线开始按国际标准抢产耐磨草皮,仅三天就完成打包发运,又三天,这批捐助的价值200余万元的草坪系统就出现在了“村超”球场。

7月9日起,全省8个市州自带资金、设备、团队,全面“认领”榕江县城25个片区的重点重建项目,从淤泥中挣脱出来的榕江开始一天一个样。

岂曰无衣,与子同袍。当榕江遇灾的信息不胫传开,一幕幕一方有难、八方支援的“中国式团结”就在榕江暖心上演。

把贵州视作“第二故乡”的阿里木江·哈力克跨越4000公里,带着11头牛和10万元赶到安置点,深夜的临时厨房里,他抡起砍刀剁肉熬汤,“要让救援队喝口热乎的。”

宁夏“跑行巨人”胡雷辗转三天,倾其所有把10万元物资送到了榕江,“看‘村超’时为他们鼓掌,现在该为他们搭把手。”

湖南郴州的何宋宝、何华师父子,驾驶拖挂车、小型挖机千里驰援榕江,自费加油助清淤促重建11天,总是刚清完上一个点,又奔赴下一处求助点。

一时间,农民、工人、自由职业者,个人、公司,有钱出钱、有物捐物、有力出力,汇成巨大的爱心爱流涌入榕江。

据不完全统计,榕江接收到来自省内外各企业、组织及个人的捐赠资金近7000万元,物资超221万

件,1.3万外埠志愿者与榕江人背靠背站在防汛救灾和灾后重建一线。

每一个数字,都是一颗滚烫爱心;每一组数据,都是大爱无疆。

“万众一心、没有埋怨,只有付出与感恩,这样的场景只有在中国才能见到。”马来西亚网友很羡慕这样的社会。

“当中国某个地方面临困难时,它会得到来自各地的支持,这很棒!”墨西哥网友竖起了大拇指。

“村超”重启之日,阿里木江·哈力克应邀又回榕江,这次他的行囊里,是56个红艳艳的石榴,“56个民族就要像石榴籽一样,紧紧地抱在一起。”阿里木江·哈力克说。

铸爱心坝堤,解榕江急难。“村超”重启首日,榕江多个街区自发组织感恩长桌宴,用最尊崇的传统礼仪拦门酒欢

接受受邀而来的救援英雄。在“村超”赛场和感恩晚会现场,每一组英雄团队巡游入场时,数万观众起立鼓掌,经久不息。

“超”力量——超大内生力演绎一城一心

当罗伯特·巴乔与罗伯特·卡洛斯两位世界足坛传奇巨星踏上“村超”球场,人山人海的现场,欢呼的声浪震耳欲聋。

球场外,榕江特色美食一条街香气袅袅,榕江卷粉、牛瘪、腌鱼……各式榕江特色美食令人垂涎。牛瘪店老板李显坤抡起锅铲现场炒起了牛瘪,新鲜的牛肉牛杂与百草汁在猛火中碰撞交融,浓郁的香味扑鼻而来。

历劫重生的足球热土,炽热鲜活的市井烟火,坚强的榕江人配得上此刻的心满意足。

榕江,因“村超”而名,又循“村超”而治。

过去两年通过举办“村超”淬炼的“一座城、一群人、一条心”精神力量及因此汇集的强大的内生力,是支撑榕江人战胜洪灾、重启“村超”的核心力量。

“‘村超’从无到有,从出圈到爆红,我们经历了许许多多的困难,也在困难中凝聚了‘超’力量。”

洪灾来袭被困学校时,“村超”发起人之一、车民小学党总支书记杨亚江与另外3名老师爆发了“超能力”,4人合力把由140多名教职工移到2楼的所有物品又扛到了三楼。在清淤中,又与全校教职工和救援人员人工装满了1万多麻袋淤泥,护住了学校的两块足球草坪。

面对通信中断上下失联,地势较高的忠诚镇忠诚村果断决定,以最快时间搭建“救灾食堂”,1049名群众自发加入后勤队伍,从6月25日至7月9日,创下日均万份盒饭的供应纪录。

从防汛救灾到灾后重建,县城内渐次涌现出菜刀队、厨师傅、扛把队、三轮车队等一支支队伍,人人争着为防汛救灾出一份力。

在“孤岛”杨家湾村,在交通断绝的困局里,地势较高的30余户人家主动将受淹的100余户人家尽数延请至家,同吃同住患难与共。

一座城、一群人、一条心,就没有什么困难不能战胜。

重建刚开始,榕江县栽麻镇大利村党支部书记杨波看到县城受灾景象后,带着100余村民、32辆三轮车组成的清淤突击队,第一时间驰援榕江县城,1000余人的村子累计有500余人次参与清淤作业。

看到外埠志愿者住宿无地,就与民宿老板协商,将寨内民宿500个床位全部免费提供给救援队伍。

据初步统计,县内自发参与救灾重建的非群众人员,就高达1.8万余人,主动投工投劳的群众则因数额庞大,无从计数。

无工不富、无商不活。全县6790户受灾工商户全力以赴抢复工、抢复业,千方百计创造条件,力促县域经济全面复苏,尽快满足群众正常生活需求。

截至7月26日,工商户恢复营业超6310户,复产率93%。其中最标志性的“村超”球场周边商圈,住宿、餐饮商家恢复营业双双超96%。

一座城、一群人、一条心,就没有什么风雨能阻挡奋进的步伐。

就在这两天,榕江两汪茅人河开漂,榕江“村超”温泉小镇项目正式开工建设,好消息在风雨过后接连传来,一个更新更靓的榕江正聚力勃兴。

(贵州日报天眼新闻记者 王璐瑶 欧阳海南 陈丹)

从“村超”“苏超”出圈看文旅体融合发展

(上接一版)

内容创新促流量破圈。“村超”“苏超”能在短时间内形成破圈效应,离不开新媒体平台的赋能。短视频平台的碎片化传播、即时互动和算法推荐机制,使赛事内容迅速触达更多受众。“村超”期间,村民们身着民族服饰踢球、赛后跳芦笙舞的场景,通过抖音、快手等平台传播后,形成了强烈的视觉冲击力和文化感染力,极大提升了赛事的关注度和传播力。这说明,在信息爆炸的时代,只有具备“网感”“共情力”的内容,才能真正“出圈”。

多方参与让项目可持续。两大赛事都不是单靠某一方力量完成,而是多方合力的结果。地方政府提供政策支持和安全保障;企业赞助赛事运营,媒体进行宣传推广;球员来自草根,出于对足球的纯粹热爱而参赛;群众自发组建拉拉队、设计文创产品。多方参与、全民共享既提升了赛事的专业性和可持续性,也增强了社会凝聚力。它告诉我们:一个成功的公共项目,需要各方协同发力,才能真正释放出持久的生命力。

二

“村超”“苏超”的火爆不仅是现象级传播事件,更折射出文旅体融合发展的深层逻辑。它们用鲜活案例回答了“如何做活文化、做深业态、做新机制”的现实命题。

深挖本土文化。“村超”“苏超”的成功证明,一个地方要真正实现文旅体融合发展,必须立足本地资源优势,深入挖掘利用历史文化、民族风情、乡村风貌等特色文化资源,推动优秀传统文化创造性转化、创新性发展,打造具有鲜明辨识度的文旅IP。例如,“村超”依托贵州民族文化,打造出极具视觉冲击力的内容;“苏超”则巧妙利用江苏“十三太保”的地域标签,制造话题热点。事实证明,只有让文化“活起来”,才能让游客“留下来”,进而带动消费“热起来”。

推动业态融合。文旅体融合不应停留在表层联动,而应探索更深层次的业态融合。可将体育赛事与乡村旅游、非遗传承、研学教育等相结合,丰富文旅、桥旅、酒旅等旅游业态,开发沉浸式、体验式、互动式的新型文旅产品,以游客体验感为导向,全链条、全要素提升旅游服务水平。同时,借助数字化手段,打造线上线下一体化的消费场景,满足年轻群体多样化需求。比如,打造“智慧观赛”“VR旅游”“数字文创”等新型体验,既提升游客黏性,也拓展收入来源。

创新治理方式。“村超”“苏超”的实践表明,成功的文旅体项目往往离不开多元主体的协同推进。政府应充当“全能型管理者”向“服务型引导者”转变,搭建平台、优化环境;企业应积极参与市场

化运作,提升运营效率;社会组织和广大群众则应成为项目的参与者、传播者和受益者。唯有如此,才能真正实现资源高效配置、社会广泛参与、成果全民共享,推动文旅体融合走上高质量、可持续发展轨道。

三

中共贵州省委十三届七次全会提出,要打造“多彩贵州”文旅新品牌,在增强文化自信、化育人上取得更大成效。贵州拥有丰富的民族文化资源和独特的地理人文优势,具备发展文旅体融合的天然基础。但要

将资源优势转化为品牌优势,还需系统谋划、精准施策。

打造本土赛事体系。以“村超”为基础,打造“村超+村BA+N”的系列赛事体系,覆盖足球、篮球、龙舟、斗牛等多种形式,形成“月月有赛事、季季有亮点”的发展格局。同时,充分挖掘村寨风光、民族风情、传统工艺、群众体育的旅游价值,在民族聚居区举办具有地方特色的传统体育节庆活动,如苗族斗鸡、侗族摔跤、布依族射箭等,丰富文旅体产品供给,打造具有贵州辨识度的文旅IP,增强地方特色与吸引力。

融入乡村振兴战略。贵州农村地区人口众多、文化资源丰富,文旅体融合发展要推动乡村振兴,促进产业富民。可通过赛事

图片新闻



近年来,绥阳县聚焦0-3岁儿童早期发展教育短板,组织实施“慧育希望儿童早期发展”项目,为乡村婴幼儿提供安全、健康的成长环境,助力幼有所育不断升级。

图为养育师丁明霞在绥阳县风华镇溪源村儿童早期发展活动中心指导家长开展亲子活动。(绥阳融媒记者 娄云霄 王泽熙 摄影报道)



眼下正是高粱成熟的时节,在赤水市官渡镇成片的高粱地里,红彤彤的穗粒密实饱满、俏立枝头,受近期强降雨影响,高粱倒伏,官渡镇积极动员各方力量抢收高粱,确保高粱应收尽收、颗粒归仓。

图为种植户抢收的成熟高粱。(赤水融媒)