



邮箱:2373232113@qq.com

责任编辑 张少康 吴涛 陈禹彤(见习)

综合新闻

2025 中国体育旅游精品项目(目的地)重点推介名单公布

赤水市榜上有名

9月13日,中国体育旅游精品项目推介活动在苏州博览中心举行,该活动是2025中国体育文化博览会暨中国体育旅游博览会的重要组成部分。本次推介中,贵州省共有三个项目入选,其中遵义市赤水市作为“中国体育旅游精品项目(目的地)”获得重点推介。

2025年中国体育旅游精品项目推介共收到来自全国的539个项目。经遴选,最终112个项目获评“中国体育旅游精品项目”,包括景区30个、线路20个、赛事50个、目的地12个,其中40个项目获重点推介。

贵州省入选的三个项目分别为:赤水市体育旅游精品项目(目的地)重点推介、台江县“村BA”体育旅游线路精品项目(线路)推介、六盘水市马拉松体育旅游精品项目(赛事)推介。

近年来,赤水市依托得天独厚的自然资源,积极打造体育旅游品牌:2019年成功创建为国家首批全域旅游示范区,2020年成功获批国家5A级旅游景区——赤水丹霞旅游区,2021年获评“贵州省体育旅游示范

县”。目前,赤水市拥有4个省级体育旅游示范基地、1条体育旅游黄金线路和1条体育旅游精品线路。

赤水市不仅户外运动资源丰富,还积极承办多项体育赛事,包括九届穿越中国侏罗纪山地自行车爬坡赛、六届长征之路赤水河谷越野挑战赛、五届“四渡赤水”冬泳抢渡赛、三届“四渡赤水”赤水河谷户外三项挑战赛,以及“黔川渝”乒乓球邀请赛、全国体育传统项目学校乒乓球赛和昆仑决世界格斗冠军赛等品牌赛事。

如今,赤水已形成春、夏、秋、冬四季品牌赛事体系,如多彩贵州自行车联赛(已举办九届)、赤水河河谷路跑赛、四渡赤水冬泳抢渡赛等。其中,“多彩贵州”自行车联赛暨穿越中国侏罗纪自行车赛已连续举办八届,累计吸引国内外骑行选手20000余人,为体育爱好者提供了展示自我、挑战极限的平台,实现了“体育+经济”“体育+休闲”“体育+康养”的融合发展。(贵州日报天眼新闻记者 叶梅)

深化珠遵劳务协作

道真3500余人今年赴粤就业

近日,在广东省珠海市格力电器生产车间,来自道真自治县三桥镇的龙河正专注地检测电子配件。今年2月,他通过珠遵劳务协作站专场招聘入职格力。数月后,便熟练掌握技术,月收入6000元并享有员工福利。

今年以来,通过珠遵劳务协作机制,道真自治县已成功促进3500余名劳动力在珠海、广州等东部地区稳

定就业。

近年来,道真自治县抢抓珠海高新区结对帮扶机遇,以组织化输出为重点,全力保障重点群体就业。通过线上线下招聘、“点对点”专列专车输送等方式,畅通赴粤就业渠道。同时,两地持续创新机制,搭建跨省务工公共服务平台,提供就业、就医、就学等全方位服务,确保务工人员“稳

在当地、稳在企业、稳在岗位”。

针对粤黔用工需求,道真自治县精准实施技能提升行动,建立人力资源与岗位信息库,按需定制培训计划,大力推动“广东技工”“南粤家政”“粤菜师傅”三大培训,创新开展订单式培训,有效提升务工人员技能与竞争力。今年以来,该县已开展各类劳务协作培训超600人次。

同时,两地高标准共建就业载体。道真自治县认定粤黔协作“一县一企”农村劳动力稳岗就业基地2个,吸纳就业2690余人;依托食用菌产业龙头,打造省级区域公用型劳务品牌“道真菌工”,推广“企业+合作社+农户”方式,带动1.2万余人就地就业。(贵州日报天眼新闻记者 李杰)



9月12日是中国预防出生缺陷日。当天,遵义医科大学第一附属医院在院内开展义诊宣教活动,为孕产妇及备孕家庭送上专业医疗服务与健康指导。图为活动现场。(记者 吴杰 摄)



近日,遵义市2025年农民丰收节暨“金穗盈秋 秋‘稻’快乐”新时代文明实践活动在红花岗区海龙镇贡米村举行。活动开展期间,南方电网贵州遵义市郊供电局工作人员加强对活动周边区域线路开展特巡特维,保障供电安全稳定。工作人员还深入田间地头,开展秋收安全用电及电力设施保护知识宣传活动。

(记者 吴凡 摄)

图片新闻

旺草镇

水稻机械化收割率达80%

本报讯 近期,绥阳县旺草大坝的水稻进入集中采收阶段。田间多台联合收割机正有序作业,机械化收割已成为当地水稻采收的主要方式。

收割过程中,大型联合收割机将稻株卷入并脱粒,稻谷随即入仓,秸秆则被粉碎还田。机械化作业显著

提高了收割效率。与此同时,工人们在已收割的田地里人工捡拾遗漏稻穗,确保颗粒归仓。

据贵州丰农农业科技有限公司基地负责人付达吉介绍,该公司今年种植的400多亩水稻已全部开始采收。近期天气晴好,三台收割机同时作业,预计7至10天可完成收割。

旺草大坝是绥阳县“稻油”轮作核心示范区,具有交通便利、光照充足、土壤肥沃等优势。近年来,该镇大力推进高标准农田建设,实施土壤改良、水利设施修缮和灌溉系统优化等措施,显著提升了农业综合生产能力。

今年,旺草镇水稻种植面积达

2.18万亩,其中机械化收割面积1.73万亩,机械化率接近80%。该镇全面推行标准化、科技化种植体系,涵盖机械化育秧、机插秧、无人机防治、精准施肥和机械化收割等环节,并实施“四统一”管理标准,即统一技术方案、统一优良品种、统一配方施肥、统一病虫害防治。

这种管理模式突破了传统分散经营的瓶颈,实现了优质稻米的规模化、标准化生产,既提升了稻米品质和产量,又降低了生产成本,体现出现代农业的高质量发展特征。(绥阳融媒记者 黄梅梅 李前勇)

茶山村

稻谷进入收购高峰期

本报讯 (记者 俞晖 晁煜)近日,播州区尚嵇镇茶山村大米加工厂启动稻谷统一收购工作,迎来销售高峰。近年来,茶山村大米市场需求持续增长,当地“稻+”产业逐步向外扩展,吸引更多种植户前来交售稻谷。

茶山村店子组村民钱贻洪今年种植数亩水稻,收购首日便运粮至米厂销售。他表示,自村里推广“稻+”产业以来,自己也逐步扩大种植规模,今年部分稻谷除自用外,其余以每斤2.2元的价格售出。

以2019年起,该村与贵州华仁

堂谷泽天下生态农场公司合作,采取“党支部引领、村社企联建”模式发展“稻+”种植。合作社统一发放稻种,省、市科技特派员提供技术支持,推广生物防治技术,减少农药化肥使用。稻谷由村统一收购,企业负责销售,既保障品质,也解决销售问题。

随着市场认可度提升,茶山村大米销量逐年增加。今年,该村联合周边村庄及合作社共种植水稻2000亩。据茶山村村委會副主任王治介绍,收购首日仅2小时就收购稻谷6万余斤,预计全年收购量达100万斤。

野里村

高粱实现全程机械化收割

本报讯 近日,记者在红花岗区金鼎山镇野里村红缨子高粱基地看到,大型收割机正在田间作业,高粱收割、脱粒、装袋等流程连贯完成,效率显著。

该基地的高粱主要供应给珍酒、习酒、国台酒等酒厂。红花岗区农业农村局提供全程技术指导,助力高粱产量逐年提升。据遵义市贵友粮油有限公司基地办负责人王镭介绍,该公司以野里村基地为核心,带动红花岗区农户种植面积超过8000亩。

2023年,野里村引入遵义市贵

友粮油有限公司,建立“党支部+公司+种植大户+农户”的组织模式。公司免费提供高粱种子,开展技术指导和培训,并与农户签订保底收购协议,构建产销一体化机制,既消除农户销售顾虑,又保障其稳定增收。

此外,遵义市贵友粮油有限公司积极推进农业机械化,通过机耕、机播、机收降低人力成本。目前自有基地已实现无人机飞控及耕地、播种、采收全程机械化,除草和施肥环节也依靠机械完成。(红花岗融媒记者 王予涵)

随着中秋、国庆双节临近,白酒消费旺季即将到来,茅台管理团队的步履也不停横跨中国版图。

8月24日至9月7日,茅台集团高层率队深入华东、西南、东北市场一线,调研组15天深入7个省区茅台酒市场调研,覆盖200余家渠道商。

据悉,这是继覆盖“三线十八省”的“春耕”调研行动收官后,茅台集团再次开启的一次密集调研。从扬子江畔的扬州,到山水之城重庆,再到北国春城长春,调研组的足迹不仅是市场的丈量,更是传递温度与定力的脉搏。

调研期间,茅台先后召开江浙、川渝、黑吉辽等省区贵州茅台酒市场营销座谈会,与广大渠道商面对面交流,共同研究市场现状与机遇,进一步厘清形势,顺势而为、应势而动、乘势而上,共创茅台可持续高质量发展新局面。

洞察之眼:紧握手转型大势信号

在扬州、重庆、长春召开的三场茅台酒市场营销座谈会上,一个共识在厂商间激荡——“理性消费时代正扑面而来。”面对白酒行业“三期叠加”新形势,消费者更注重性价比与理性消费,茅台将转型视为破局密钥。

今年以来,茅台“三个转型”“四个聚焦打”“五个量比关系”等一系列措施相继出台,厂商双方高效执行,努力转型、积极拓客。

市场正在积极响应这份变革决心。调研显示,随着传统双节临近,终端动销已然暖流暗涌,相比6、7月,8月底环比显著增长,市场态势进一步向好。

茅台人敏锐把握市场趋势,积极拥抱理性消费时代的到来。“必须抢抓机遇、精准施策,拥抱新消费形势,多维度拓客,拓展个性化服务,不断满足消费者多元个性需求,进一步夯实市场基础。”茅台集团党委副书记、总经理王莉说。

据悉,茅台将进一步深化“三个转型”,从产品导向转向场景导向,围绕“让消费者更信任、更懂消费者、触达更便捷、更能激发情绪价值”,创新服务与体验,增强情感共鸣,实现“卖酒向卖生活方式转变”。同时,聚焦“产品、渠道、终端”推动“三端变革”,助力消费者培育与市场动销转化。

定力扎根:七十年风雨淬炼韧性

风雨同舟方显价值。回溯茅台70余年足迹,绝非坦途却始终穿越周期而出,深厚根基何在?

吉林四方商贸的王砚嘉深情道,“与茅台同行40年,经历了多次市场风雨,但我对茅台始终充满信心。眼前的困难只是暂时的,我们将与茅台站在一起,共同面对挑战,抓住发展机遇。”

通过与茅台多年的合作,广大渠道商深刻地认识到,保持战略定力是茅台与各渠道商战胜困难、持续稳定发展的根本。

这份穿越周期的强大韧性绝非偶然。茅台这棵根深叶茂的大树,既有数代工匠对质量始终如一的执着追求,厚植向上生长的力量,也有茅台酒“4+6”渠道体系对消费脉搏的精准把握,历练向下扎根的能力。

茅台高层表示,将始终坚守工匠精神,传承保护传统工艺,全力呵护生态环境,持续追求卓越品质,始终坚持做有温度、有责任、有担当的品牌,以自身的确定性应对外部环境的不确定性。

文化铸新:“融入”消费者的生活

此番调研途中,调研组还深入部分茅台文化体验馆,并分别召开调研座谈会,深入了解其建设和运营情况。

据了解,自2021年启动建设以来,全国已有67家茅台文化体验馆通过验收、授权并投入运营,各地体验馆深挖茅台文化与地域文化相融共生的内核,不仅成为区域文化地标,更让茅台文化在与不同地域文明的交融中,绽放出各具神韵的光彩。

在茅台高层眼里,茅台文化体验馆不仅是展示、传播茅台文化的重要窗口,更是“酿造”茅台生活方式的舞台,与销售终端共同构成一个完整生态,连接转化销售与服务,加快“卖酒向卖生活方式转变”。

正是寄托了深厚希冀,茅台也对体验馆提出了“严苛”要求。具体而言,在定位与功能上,必须以茅台文化为内核,深度融合所在地文化元素,严格遵循有内容、有形式、有载体、有受众的“四有”原则,既要打造出兼具文化厚度与风格魅力的体验空间,也要因地制宜拓宽引流渠道,持续提升自身知名度与影响力。

在转化体系构建上,需紧紧围绕消费者体验场景,积极探索餐饮业态、个性化服务等多元化融合路径,既要通过优质服务提升消费者生活体验,更要形成“支撑销售端+自身良性循环”的完整生态,高效促成市场转化。

茅台高层表示,将以促进文化体验馆实现转化为出发点,在市场政策、专业赋能等方面予以支持,推动文化体验馆规范化、在地化、特色化建设,打造成为茅台营销体系中的重要窗口、平台和载体。

以茅台文化体验馆为切入口,茅台正通过植根本土的文化表达,真正“融入”消费者的生活。

掌舵远航:用信心与温度穿透市场的不确定

这是一次茅台高层率队下市场释放信心的强讯号——此行不止于“听”市场回响,更在于要将信心“传”遍两千余家渠道伙伴。

通过与经销商开诚布公交流、对终端市场精准洞察、对文化建设悉心指导,茅台拿出面对时代洪流最坚定答卷:既以数十年笃行定力守住品质基业,又以积极应变的智慧主动拥抱市场新风貌。

定力何深?转型何决?归根于企业的“顺势”智慧与全局视野:管理层密集下探市场腹地,既精准传递集团决策的格局高度,更把战略规划写在中国酒业的星辰轨迹之上。

接下来,茅台高层还将率队深入其他省区开展调研,更加全面且深入地了解各地市场的实际情况以及茅台文化体验馆建设、运营情况,进一步提振市场信心,科学制定应对措施,持续推动茅台酒市场可持续高质量发展。

穿越市场潮汐,茅台正在传递一个温暖信号:在下一个春潮涌起处,茅台以有温度、有责任、有担当的品牌脊梁,必将续写赋能渠道、共赢市场的传奇!

“大家要相信茅台的质量、文化、根基不会动摇,相信茅台的创新能力、自我调节能力不会倒退,相信茅台的服务意识、服务能力不会掉队。”正如茅台集团党委书记、董事长张德芹所言,只要度过这个周期,就会让茅台这个民族品牌焕发出更加夺目的光彩,担当起更大的责任。

顺势乘势应势 书写『信心』的力量

茅台管理层密集调研市场为高质量发展发展谋方向

李勋 孟宪鑫 罗乐