



探索实践

加快建设美乡村·西部共同富裕示范县 奋力在展现贵州新风采作出遵义新贡献中担当湄潭新使命

中共湄潭县委理论学习中心组

2025年3月，习近平总书记在贵州考察时赋予贵州“在中国式现代化进程中展现贵州新风采”的重大使命，要求“推动兴业、强县、富民一体发展”。湄潭县始终深入学习贯彻习近平总书记关于“三农”工作的重要论述和在贵州考察时的重要讲话精神，坚决扛牢省委、市委赋予的“建设贵州最美乡村”“奋力把乡村振兴打造成为又一张遵义名片”“在推进共同富裕上突出‘农’特色，努力为全市闯出新路、探索经验”等战略使命，认真学习运用“千万工程”经验，紧盯产业、就业、创业、企业、公共事业“五业兴旺”抓增收，推动产业、人才、文化、生态、组织“五个振兴”促发展，加快建设农业强县、旅游名县、和美乡村、西部共同富裕示范县，奋力在展现贵州新风采作出遵义新贡献中担当湄潭新使命。

一是以产业振兴为引擎，筑牢共同富裕根基。深入贯彻落实习近平总书记关于“三茶统筹”的重要指示精神，紧扣全省“3533”重点产业集群发展目标和全市“东茶西酒北能源”产业布局，以建设黔北（湄潭）现代山地特色高效农业先行区为抓手，围绕以茶叶为主的特色优势产业，全力以赴大抓产业、大抓项目、大抓招商，奋力走出一条有别于其他工业县、不同于传统农业县的一二三产融合发展路径，连续五年荣获“全国茶业重点县域（原百强县）”第一名。聚力“传统茶要标准化”，充分发挥浙大·湄潭茶叶研究院技术优势及龙头企业带动整合作用，健全完善“协会管标准、政府监管市场、企业管质量”机制，制作“遵义红”“湄潭翠芽”实物样，统一辨识度、实行星级管理，进一步做强品牌。持续丰富茶叶产品、研发茶衍生品，形成以优质红茶、绿茶为引领，白茶、黑茶、黄茶、花茶并举，新茶食、茶工艺品、茶保健品及茶日化产业加快发展全茶产业链，不断提高茶产品附加值。聚力“新茶饮做出新名堂”，坚持市场导向，积极引进新茶饮龙头企业，培育壮大县域新茶饮企业，带动传统茶企融入供应链，推动“茶咖”联动、“茶酒”搭配，规范做响“翠芽啤酒”等品牌，加快建设“全国新茶饮集聚区”。聚力“茶城、烟县、酒乡、粮仓”二次振兴，大力发展战略性新兴产业，大力支持“湄窖”品牌扩大影响力、重振湄窖雄风，加强“茅贡米”“茅坝米”品牌开发保护，大力推动大米全产业链建

设，不断夯实农民群众增收的产业基础。

二是以人才振兴为支撑，激活乡村发展动能。始终将人才作为第一资源，依托县中职校开展乡村振兴人才培训，培育“湄潭茶师”、茶青经纪人，着力把生于农村、长在农村、热爱农村的乡土人才培养成引领农村发展的新生力量。持续加大与浙江大学、贵州大学等省内外科研院所合作力度，加强高科技术人才培育引进和政策支持，为湄潭发展提供智力支持、汇聚人才力量。创新探索“村播中心”农产品直播电商模式，推动农民成为新主播，数据成为新农资、直播变成新农活，真正把“土特产”文章做得更充分，农民“钱袋子”鼓得更充足，全县城乡收入比进一步下降，并保持合理区间运行，县域成功入选全国农村电商“领跑县”典型案例。选优配强农村基层党组织带头人，持续抓好村（社区）两委后备力量储备工作，严格村干部特别是“一肩挑”人员管理监督，为推进乡村全面振兴提供有力保障。扎实开展联系服务专家工作，每名县级党员领导联系服务2-3名专家人才，按照“三必访”（重要节日必访、获得重大成就必访、遭遇特殊困难必访）“五报告”（专家人才参加重要活动要报告、岗位职务重大变动要报告、获得重大成就要报告、家庭重大变故要报告、本人重大健康状况要报告）原则强化与人才沟通交流，帮助解决实际问题。

三是以文化振兴为灵魂，涵养乡村文明新风。坚持乡村建设“塑形”与“铸魂”并重，以社会主义核心价值观为引领，注重文化遗产系统性整体性保护和活化利用，加强红色文化、茶文化、浙大西迁文化、酒文化和民俗民间文化资源挖掘利用，积极推动农村精神文明建设。充分发挥自治、法治、德治作用，深化拓展“车不过十、礼不过百”文明新风，坚决整治农村滥办酒席、攀比浪费、低俗婚闹、薄养厚葬等陈规陋习，不断形成并巩固文明乡风、良好家风、淳朴民风。因地制宜将全县村（社区）细分为寨子作为治理网格，推选出“寨管家”成员，明确“管水管路管环境卫生、护林护寨护生态安全、讲情讲理讲政策法治”的“三管三定”责任，实现了“大事党当家，小事寨管家”，乡村治理水平不断提升，相关改革经验获中央改革办刊发。积极开展“村歌赛”“悦遵义·湄潭徒步城”“送文化下乡”等文明实践活动，不断丰富群众精神文化生活，让乡

村既有“颜值”更有“气质”。

四是生态振兴为底色，厚植绿色发展优势。始终将良好生态环境作为最普惠的民生福祉，牢固树立和践行绿水青山就是金山银山理念，坚定不移走生态优先、绿色发展之路，协同推进乡村建设与生态保护，促进生态产业化和产品生态化深度融合，切实以“含绿量”提升增长“含金量”。以全国美丽乡村先行区建设为抓手，实行最严格生态环境保护制度，严格落实河（湖）长制、林长制，扎实开展“两清两改两治理”和农村卫生家庭建设行动，不断提升农村人居环境整治和村庄建设“七改一增两处理”成效，始终让绿色成为贵州最美乡村的最靓底色。持续巩固拓展“两山”实践创新基地成果，深入挖掘、充分发挥生态环境多重价值，用好“生态+复合产业”湄潭模式，深挖“中国茶海”“浙大西迁”“云贵小江南”三大IP价值，积极盘活近10万栋“黔北民居”，依托60万亩生态茶园及幽静美丽乡村气质，推出全域旅游样板、“走，到湄潭当农民去”旅游品牌，推动实现“茶区变景区、茶园变公园、茶山变金山”，真正让优良生态成为茶乡儿女的“幸福不动产”“绿色提款机”。

五是以组织振兴为保障，强化基层治理效能。认真贯彻新时代党的建设总要求和新时代党的组织路线，牢固树立大抓基层的鲜明导向，以“黔进先锋·贵在行动”为总载体，聚焦减负、增收、提质、拓渠、优考推动“强双基”，扎实开展“排队抓尾、双整双创”行动，持续排查整顿软弱涣散村党组织，不断增强党组织政治功能和组织功能。坚持以改革精神和严的标准管党治党，加强党的政治建设，持续用党的创新理论凝心铸魂，认真落实“第一议题”制度，坚定不移衷心拥护“两个确立”、忠诚践行“两个维护”。全面建立和执行镇（街道）履行职责事项清单，完善村（社区）工作事项准入制度，正确处理“应尽之责”和“应减之负”的关系，教育引导全县广大干部群众坚定信心、苦干实干，稳中求进、善作善成，推动全县高质量发展和现代化建设。扛牢全面从严治党主体责任，严格履行“七管”职责，结合集中整治群众身边不正之风和腐败问题工作，坚定不移正风肃纪反腐，提升监督执纪质效，坚决打赢反腐败斗争攻坚战持久战总体战，切实让老百姓可感可及。

实践与总结

以会为媒 聚力成光

——以遵义主办行业年会暨党媒大调研活动为例

本报记者

11月25日至28日，2025年中国报业物资供应年会暨全国主流媒体遵义行酒旅融合大调研活动成功举行。活动由中国报业协会和遵义市委宣传部主办，遵义融媒传媒集团联合遵义市新闻传媒中心、仁怀市委宣传部、湄潭县委宣传部共同承办。活动得到了上级领导、参会嘉宾和合作单位的一致好评，取得良好的经济效益和社会效益，对提升遵义美誉度、知名度和影响力，对推进遵义酒旅融合和文旅消费起到了积极作用。

一、基本情况

在为期四天的活动中，共有来自全国主流媒体、报纸印刷企业、新闻纸经营企业以及本地有关部门共计200余家单位250多人参加。活动期间共计发表稿件490余条（含转载，其中原创稿件超50条），总阅读量超639万次，传播力值达1.09亿人次；带动消费预估超过100万元；传媒集团创收74万元。实现了社会效益和经济效益“双丰收”。

活动前期，遵义融媒传媒集团提前半年与中国报业协会沟通对接，协商会议主题和时间。与此同时，适时向市委宣传部请示汇报相关工作进展情况。经协商，最终决定将2025年中国报业物资供应年会放在遵义召开，同时结合遵义酒旅融合工作策划“全国主流媒体遵义行酒旅融合大调研”活动。会议主题和时间确定后，抽人组建专班编制招商方案、宣传方案和接待方案，紧锣密鼓推进有关工作。招商过程中，传媒集团立足全市大局，紧紧围绕酱酒、旅游和餐饮等业态开展业务洽谈，逐步优化嘉宾进出遵义、实地调研和亲身体验的行程安排。为了确保宣传效果，遵义融媒传媒集团精心编制宣传方案，抽调精兵强将围绕稿件采写、分发、传播等环节提前思考谋划相关工作，围绕会议主题策划“1+3+N”（即：1篇主题报道，重点回顾遵义“十四五”发展成果；3篇专题报道，重点反映遵义白酒产业发展、酒旅融合和酒文化；N篇动态报道，重点围绕旅游景区和酒店等业态展开报道）专题文稿，其中4篇重点文稿提前完成并及时送审。传播上以“统筹精准化、报道立体化、传播层级化、联动深度化”为核心，实现央媒、省媒、市县媒纵向贯通、横向扩散、同步发声的

目标，成功发出了遵义好声音，讲述了遵义好故事。

二、取得的成效

（一）提升了遵义美誉度和知名度。在短短四天的活动中，来自全国各地的嘉宾在遵义开会交流，实地调研，沉浸式体验遵义红色文化、茶文化和酒文化，对遵义“十四五”经济社会发展成果表示肯定，对遵义推动酒旅融合的做法给予了赞赏，对遵义这座城市有了更加立体和全面的认识。据新华社智库出具的《2025年中国报业物资供应年会暨全国主流媒体遵义行酒旅融合大调研活动舆情影响力报告》显示，11月24日至12月2日，监测到与“全国主流媒体遵义行酒旅融合大调研活动”相关的信息共计490余条（含转载），刊发相关信息的媒体及自媒体账号粉丝影响力在1.09亿人次左右，总阅读量超639万+次，互动声量超640万+次，酒旅融合、茶旅融合、红色文化、数智创新、城市形象等成热门话题。报告认为，遵义这次活动达到了五个方面的宣传效果。

一是主流媒体覆盖，形成全国性传播网络；二是舆论聚焦产业创新，塑造立体城市新形象；三是遵义市经济社会发展成效显著，提升了遵义产业优势与企业形象；四是行业嘉宾高度赞赏和深度认同遵义发展；五是网民点赞祝贺声音涌现，表达了对遵义酒旅融合打造新消费场景的喜爱。

（二）有效激发了消费潜力。遵义融媒传媒集团积极探索“会议+活动”模式，跳出了就活动办活动的做法，利用活动带来的客流，加大文旅、白酒、茶叶和餐饮等产品的宣传推介和落地转化。活动期间，积极与茅台机场合作定制茅台酒采购优惠政策，与市文旅局、市旅游集团合作制定旅游消费套餐，与酒企合作制定酱酒消费优惠券，与酒店合作推出特色餐饮。通过会上推介、线下交流和实地体验等有效措施，带动旅游、酱酒、茶叶和餐饮等消费预估超过100万元，培育潜在“回头客”200多人，为带动遵义下一步消费奠定了基础。

（三）进一步扩大了传媒“朋友圈”。遵义融媒传媒集团通过举办类似活动（去年9月份举办了“中国报业协会六届四次理事会暨

遵义高质量发展党媒大调研活动”），结识了全国上至央媒下至市媒的大量媒体朋友，与中国报业协会等相关行业协会建立了良好的互动合作关系，与全国传媒行业关联企业增进了了解，不但促成了相互学习，还建立了良好的沟通交流机制；不但学习到了其他地方的先进经验，还利用活动锻炼了自己的人才队伍。

三、几点启示

一是宣传工作要内外结合。讲好遵义故事，发出遵义声音，本地主流媒体不可或缺。但如何将遵义好声音传到更多遵义以外的地方去，仅仅依靠遵义媒体在本地发声是明显不够的，因为媒体的影响力有一定的区域性，和读者群，要想让更多的人了解遵义，认识遵义，就必须利用好全国各地的媒体资源，充分发挥中央媒体、地方媒体和行业媒体的优势，联合起来形成一定声量，产生良好宣传效果。而举办全国媒体遵义行这类活动，正好可以实现这个目标。

二是经营创收要借势而为。企业的经营项目除了等客上门、主动拜访等方式积累外，更为重要的是要主动策划，创造载体和平台，有目的地去跟相关单位和企业洽谈，为客户找到合作的“理由”，激发其合作的意愿，最终实现客户数量和经营项目双双提升的目标。此次活动就通过项目策划找到了10余个潜在客户，实现了74万元（含部分物资）的经营创收。

三是促进消费要多措并举。消费者要在某地产生消费，除了通过电商等平台外，吸引人来实地考察参观、亲身体验也非常重。通过举办类似活动，可以让全国各地的媒体和企业根据工作需要派人参加，参会过程中如果参观点选择得当，讲解员讲解得好，会产生一定消费的。此次活动中，嘉宾在湄潭参观时通过听讲解和亲自品茶等体验，就现场购买了不少茶叶；在仁怀市通过参观酒厂、聆听讲解、现场品鉴等形式，对酱酒产生了浓厚兴趣，不少嘉宾在现场就完成了封坛或购酒的消费行为。另外，通过推介和交流，让客户利用参加会议的机会在遵义多停留、多走走，也可以促成更多文化旅游等领域的消费。

学思立身，为政以实

金艮

《为政者需要学与思》是2006年时任浙江省委书记习近平同志在“之江新语”专栏上发表的一篇短论，文章引《论语·子张》“仕而优则学，学而优则仕”之句，说常人多重视后半句，而为政者则要更看重前半句，不仅要在“学而优则学”中追求进步，更要在“仕而优则仕”中持续精进。面对复杂形势与繁重任务，为政者唯有善学善思、善作善成，方能不断提高自己、充实自身，答好时代考卷、不负人民重托。

（一）

为何要学与思？

古人云：“学而不思则罔，思而不学则殆。”学习是获取真知的源泉，思考是转化智慧的关键。不学，则如盲人骑瞎马，夜半临深池；不思，则如机械复读机，空有其声而无其实。当今世界百年变局加速演进，科技革命日新月异，新产业、新模式、新业态层出不穷，若不持续学习、深入思考，就难以把握规律、驾驭风险、推动发展。

现实中，仍有少数干部把“忙”当作不学习、不思考的借口：会议连轴转、材料堆成山、应酬排满档，却对理论武装敷衍了事，对政策研究浅尝辄止，对群众诉求缺乏深思。更有甚者，热衷于“形象工程”“数字政绩”，用表面热闹掩盖能力恐慌。殊不知，真正的政绩不是靠口号喊出来的，而是靠学思践悟干出来的。

为政如农功，日夜思之。只有通过学习明确方向，通过思考厘清路径，才能像农夫精耕细作般，在复杂土壤中培育出高质量发展的果实。

（二）

学什么、思什么？

为政者的学与思，必须紧扣时代之问、人民之需、实践之要。

要学理论，深入学习党的创新理论，特别是习近平新时代中国特色社会主义思想，掌握贯穿其中的立场、观点、方法，筑牢信仰之基、把稳思想之舵。

要学政策，吃透中央精神和地方实际，避免“上下一般粗”，做到因地制宜、精准施策。

要学本领，主动拥抱人工智能、数字经济、绿色低碳等前沿领域，提升专

业素养和治理能力。

同时，要思大局，胸怀“国之大者”，自觉把本职工作放到国家战略全局中考量。

要思民情，常问“群众需要什么”“我们能做什么”，把“人民满意不满意”作为衡量工作的根本标准。

要思规律，尊重经济规律、社会规律、自然规律，不搞拍脑袋决策、不图短期速效，多做打基础、利长远的事。

《左传》有言：“政如农功，日夜思之。”为政不是一阵风，而是一季又一季的耕耘。唯有学以明志、思以谋远，才能在纷繁复杂的局面中保持定力、把准方向。

（三）

如何做到善学善思、善作善成？

学、思的落脚点在于实干。空谈误国，实干兴邦，为政以实。再好的学习成果、再深的思考结论，若不付诸实践，终是纸上谈兵。

要坚持学用结合，把学习成果转化到谋划工作的思路、破解难题的办法、服务群众的举措。比如，在推进“十五五”的过程中，既要吃透中央精神，也要深入基层调研，确保在实施政策时做到既接天线、又接地气。

要力戒形式主义，杜绝“为学而学”“为思而思”的走过场，真正把时间花在研究问题、解决问题上。

要涵养为民情怀，把“爱人如己”的古训内化于心，把群众的急难愁盼当作自己的心头大事，日夜牵挂、躬身力行。当前，各地正紧锣密鼓谋划未来五年发展蓝图。习近平总书记在中央经济工作会议上强调，“追求实实在在、没有水分的增长”。这正是对为政者学思践悟的现实检验——唯有以学增智、以思促行、以干立信，才能创造出经得起历史、实践和人民检验的业绩。

“博学而笃志，切问而近思。”为政者当以学立身、以思明道、以干成事。在强国建设、民族复兴的壮阔征程上，每一名党员干部都应自觉终身学习

政策、筑牢信仰之基、把稳思想之舵。

要学政策，吃透中央精神和地方实际，避免“上下一般粗”，做到因地制宜、精准施策。

要学本领，主动拥抱人工智能、数字经济、绿色低碳等前沿领域，提升专

“村字号”激发乡村振兴“新活力”

张志立 余祖波

在遵义，“村字号”正成为点燃乡村振兴希望的新火种。从桐梓“村晚”到务川“村光大道”“村抖”，从湄潭“村跑”到正安“村rock”，这些由农民主导、带着露水和汗水的活动，早已不是简单的自娱自乐，而成为激发乡村振兴“新活力”的新引擎。

近日，贵州“村超”遵义赛区战火重燃，桐梓球员上演“帽子戏法”，多场比拼胶着的激战，让这场融合了体育、文化和旅游的群体性活动持续火热。我们不禁要问，“村字号”火了，如何才能“火”长久？

（一）

“村字号”活动为什么能打动人？根本在于，它让农民从旁观者，变成了自己故事的主角。

在务川村抖直播间里，农民亲手展示自家农特产品；在“村超”赛场上，出身草根的村民上场，踢出了精彩进球。在桐梓“村晚”，当地村民自己出节目，自导自演自己的故事，焕发出巨大的参与热情和创新活力。“村字号”涵养乡风文明，让乡村生活的重心，悄悄从牌桌酒桌，转移到了球场和舞台。

“村字号”还让农民获得了实实在在的收益。“村抖”利用社交媒体优势，农户的土特产一上线很快就被抢购一空，让手机变成新农具，直播变成新农活。桐梓“村晚”带火九坝避暑康养热，2.3万余人的小镇，今年前来避暑的游客超过12万人，九坝镇山堡社区90%的村民都在开民宿，床位少的也能挣个十来万元。

农民有舞台、有收益、有尊严，“村字号”便有了最深厚的土壤。

（二）

热度易得，持久难求。“村字号”要避免昙花一现，需多维度持续发力。

保持创意，突出“特”字。“村字号”火靠的是立足资源禀赋和新鲜感，但一个活动火了以后，竞相模仿者层出不穷，如何在同质化竞争中找准自己的立身之“特”，这是最重要的问题。

健全机制，夯实“稳”字。一个“村字号”IP要想不成为一阵风，而长久火热，必须建立良性的体制机制保障。为此，需要建立稳定的资金渠道、清晰的利益分配机制，真正用市场化和专业化的思路来运营。

坚持本味，守住“农”字。流量来了，商业价值显现了，本是好事。但如何在赚钱的同时，不丢掉“村字号”的本味，不丧失助农惠民的初心，需要在利益分配和平局之间找到平衡点。

培育人才，激活“动”字。人才是“村字号”IP保持长久火的关键。活动升级，产业延伸，策划运营都需要专业人才。可探索本土化人才培养，也应打开门，用政策、平台吸引外来人才，让人才“动起来”，建设良好的人才成长环境。

（三）

“村字号”要走得更远、燃得更久，不能止步于一场场热闹的活动，而必须以培育生态