



责任编辑 万玲

要 闻

遵义日报 2版
2026年2月12日 星期四

“万水千山只等闲——纪念中国工农红军长征胜利90周年专题展”在上海开幕

为纪念中国工农红军长征胜利90周年，弘扬伟大建党精神与长征精神，2月9日，“万水千山只等闲——纪念中国工农红军长征胜利90周年专题展”在位于上海市的中共一大纪念馆开幕。

本次展览由中共上海市委宣传部、中共贵州省委宣传部、中共上海市委党史研究室指导，中共一大纪念馆与遵义会议纪念馆联合主办。展览围绕长征这一恢弘的革命史事，通过丰富实物、珍贵文献与创新

形式，系统展现中国共产党人在生死考验中砥砺信念、于艰难险阻中赢得胜利的光辉历程，生动诠释伟大建党精神、长征精神和遵义会议精神的深刻内涵，激励广大干部群众在新时代走好新的长征路。

展览以“江河·奔腾的意志”“草地·潜伏的希望”“重山·不屈的丰碑”三大板块，以山河为主线串联叙事。

展览以中共一大纪念馆与遵义会议纪念馆两馆馆藏长征实物为依托，创新引入陈云著作《随军西行见

闻录》、黄镇《西行漫画》、萧华作词的《长征组歌》三条叙事线索，融合观察者、记录者与亲历者视角，让历史细节更加鲜活。其中，由遵义会议纪念馆借展的20件(套)文物，包括遵义会议会议室挂钟、《红星》报、红军军用水壶、文件箱、油灯等，真实呈现了红军的钢铁纪律、军民情谊、爱国精神与坚定意志。

展览注重氛围营造与互动体验，运用场景复原、数字投影与声效装置，打造沉浸式观展空间。一楼

序厅通过实体沙盘结合动态投影，立体呈现长征途中跋山涉水的艰辛历程。二楼特设“艺术中的红·长征”展区，集中展示馆藏油画《三军过后尽开颜》《过草地》及国画《大渡河》《过雪山》《过草地》等五幅作品，以艺术语言凝练长征精神。

据悉，该展览将持续展出至2026年5月，当天现场还举行了《红军不怕远征难——纪念红军长征胜利90周年专题展》巡展签约仪式。(贵州日报天眼新闻记者 孟锦群)



红花岗区

传统现代交织演绎别样年味

本报讯(全媒体记者 雷宇)春节临近，红花岗区街头巷尾已悄然换上节日“盛装”。红灯笼高挂，彩灯点缀，洋溢着喜庆祥和的氛围。目前，该区各项春节主题装饰布置工作已基本完成，并处于最后的调试与完善阶段。

漫步老城区，一串串大红灯笼沿街悬挂，为即将到来的新春佳节营造出浓浓的节日氛围。红灯笼承载着团圆、喜庆与希望的寓意，也

成为点亮城市街景、传递年味与祝福的视觉纽带。

“成排的红灯笼不仅美化了街景，更将新春的温暖送入千家万户。”红花岗区综合行政执法局相关负责人介绍，为营造传统节日氛围，自1月20日起，该区在大兴路、凤凰南路等14条主干道陆续悬挂4000余个灯笼，即将完成总体进度。

今年，红花岗区围绕“骏马跃遵义·年味红花岗”主题，在公园路、老

城步行街及子尹路区域，打造了一条融合马年特色门头、灯组长廊与打卡点的沉浸式游览线路。通过“历史回响·当下欢腾·奔赴未来”三大篇章，生动呈现“从历史转身，向未来奔腾”的城市故事，形成“启程—传承—奔赴”的游览主线。

值得一提的是，本次春节场景布置融入了多项新媒体艺术元素。在子尹路会址段及步行街，全息投影装置将于2月15日起在夜间投射

中国结、烟花、金鱼等动态图案；湘江江河公园段则首次引入激光水雾秀，为市民与游客带来光影交织的视觉体验。

“传统灯笼、鱼灯、中国结与全息投影、激光秀等现代技术相结合，既保留了传统年味，也展现出创新活力。”红花岗区文旅局工作人员邹黎萍表示，此举旨在让市民与游客在感受传统节日氛围的同时，体验科技与艺术融合的新春场景。

同心 同向 同行

(上接一版)

于地方发展而言，同心既是高质量发展的动力源，更是聚合力的强磁场。这份同心，源自贵州、遵义一路攻坚克难的奋斗历程；从脱贫攻坚主战场到高质量发展先行区，从白酒“一业独大”到多业协同，从基础设施薄弱到综合枢纽成型，每一步跨越，都离不开政府与企业同心同向、合力攻坚。

如何让这份同心更牢固、更持久？它需要政企之间做到真正的换位思考。政府走进车间、园区、工地，读懂企业融资难、用工难、转型难、办事难的真实痛点；企业理解发展大局、生态底线、民生需求，主动扛起社会责任。更需要务实举措的托举，以可预期、可落地、可感知的政策，传递稳定、公平、透明、可预期的发展环境。

企业从政策温度里感受到被重视、被支持、被成就，政企同心便自然生长、坚不可摧；政府从企业的理解认同中感受到被信任、被期待、被赋能，双向发力、同题共答便有了坚实根基、澎湃动力。

二

心相通，更要向相同。看清前路，锚定航向，政企同心，实现从“心往一处想”到“劲往一处使”的关键一跃。

所谓同向，外显为同频战略、同抓产业、同破难题的果敢行动，

直面转型、敢闯敢试；内化为同守底线、同护生态、同树品牌的坚定自觉，不甘平庸、追求卓越，蕴藏在“把产业做强、把品牌做优”的共同追求之中。

同向的起点，在于战略同频。政府定方向、搭平台、优生态，企业强主体、攻技术、拓市场。近年来，面对白酒行业周期性深度调整，遵义政企共同推进酒企“电酿酒”、绿色技改、减排降碳，守护赤水河流域生态与酱香白酒产区根基；围绕酱香白酒核心产业，政府统筹产区保护、品质管控、品牌提升、全链升级，企业坚守纯粮固态发酵、严控品质、守好匠心，政企同向擦亮“世界酱香白酒核心产区”金字招牌。

同向的核心，在于难题同破。聚焦企业急难愁盼，政府精准施策、靶向发力，企业主动作为、苦练内功，同向破解融资、用地、用工、成本、市场等堵点难点。遵义推出窖池改造补贴、峰谷电价优惠、税收减免等真金白银政策，切实为酒企减负；综保区创新“陪跑式”出海服务，从关务、物流到品牌推广全程护航，助力中小酒企走出国门；仁怀牵手中石化易捷，推出“工匠春秋”系列新品，政企同向拓渠道、塑品牌、扩影响；珠遵协作引进企业400余家，“珠海智慧+遵义实践”同向培育新质生产力。

同向的检验，在于执行同力。同向不能停留在表态，必须转化为

可量化、可考核、可落地的施工图。政府把产业目标分解为年度任务、季度进度、月度清单，企业把发展规划细化为产线升级、市场拓展、创新投入、人才引进；从白酒全链条配套，到辣椒、茶叶等特色农产品精深加工，从飞地经济共建共享，到融入成渝地区双城经济圈建设农产品直供基地，政企同向在执行中落地生根，在实干中化为实效。

三

同心铸根基，同向明航向，最终要以同行达共赢。久久为功、善作善成，把蓝图变为实景，把愿景变为现实的决定性力量。在讲求速度与速成的当下，长期主义、久久为功尤为重要。几乎所有产业升级、品牌打造、生态改善、区域崛起，都绕不开时间的打磨、持续的投入、接力的奋斗。缺乏这份坚守与同行，就容易在短期波动中浮躁迷失，错失厚积薄发的战略机遇。

于地方治理而言，贵在保持“功成不必在我、功成必定有我”的战略定力。贵州坚持生态保护与产业发展协同，遵义数十年如一日守护赤水河、做强酱酒产业。从脱贫攻坚到乡村振兴、从产业培育到产业集群壮大，无不彰显政企同行、一抓到底的治理智慧。

于产业攻坚而言，需要坚持“十年磨一剑”的专注坚守。从酱酒传统工艺传承与数字化改造并

行，到装备制造、新能源、新材料逐浪攀高；从湄潭茶叶、遵义辣椒全产业链打造，到仁怀新蒲飞地园区共建、产业链协同配套，背后都是政企同行、长期投入、接力攻坚的寂寞坚守与扎实付出。

于企业成长而言，更需要有在日积月累、协同共生中行稳致远。这种同行，是政府持续优化营商环境、加大政策赋能、强化要素保障的不离不弃；是企业坚守实业、诚信经营、创新创造、带动就业、反哺地方的责任担当；是茅台、习酒等龙头引领，中小微企业集群发展，上下游配套协同，形成“大企业顶天立地、小企业铺天盖地”的良好生态。

政企同行，更要拒绝掉队与落差。在转型浪潮中，不让传统企业因跟不上节奏被淘汰，不让小微企业因抗风险能力弱被边缘化，不让民营企业因预期不稳失去信心。政策既要向前看布局新赛道、培育新动能，也要回头看兜底帮扶、精准纾困，确保发展红利、改革机遇、政策温暖，覆盖每一家企业、每一位创业者、每一个市场主体。

“十五五”征程已经启航，“风雨同舟、荣辱与共”的同心不可少，“锚定航向、步调一致”的同向不能丢，“久久为功、携手致远”的同行不该缺。以同心凝共识、以同向聚合力、以同行创未来，遵义定能在政企双向发力、同题共答中书写高质量发展发展的崭新篇章。

(上接一版)

强化自身建设，扎实开展全市统战系统“岗位大练兵 业务大比拼”活动，以干部讲堂、现场观摩、青年理论学习小组等多种形式，紧紧围绕“学、写、干、赛”，开展政策理论学习、课题调研、活动策划、应急处突等多项活动，着力提升干部履职尽责能力，充分展示统战系统干部队伍良好的精神风貌。开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育，不断深化党的作风建设，营造风清气正的政治生态。

支持民族地区发展 促进民营经济健康增长

在推动铸牢中华民族共同体意识示范市建设方面，遵义承办了赤水河流域示范带联创共建交流活动，建成铸牢中华民族共同体意识主题教育馆，体验馆接待游客17万余人次，新建教育实践基地40余个。民族杂技剧《追随》荣获第八届少数民族文艺会演金奖。

2025年，全市争取中央和省级补助资金9000余万元，实施民族地区基础设施建设和产业发展项目110个。市级财政投入1320万元支持民族地区高质量发展。全面落实赋予自贸民品“三个意义”，补助贴息资金1208万元，撬动银行贷款23.06亿元。

营商环境持续优化，充分发挥“企业之家”平台作用，积极构建亲清政商关系，党政领导干部联系服务民营企业和商会制度有效落实，成功举办第九届招商大会。全市1400余家企业参与“万企兴万村”行动，覆盖700多个乡村，实施项目380余个，投资额超18亿元。

深化多领域合作 拓展海外“朋友圈”

支持各民主党派、无党派人士开展调查研究，2025年提交提案260件，完成190余个课题调研，反映社情民意200余条。新的社会阶层人士积极参与“黔货出山”与“粤品入黔”双向通道建设，“寻美遵义·康养酒潭”主题活动线上传播量达80余万人次。

对台交流合作深入开展，建立市人民政府领导联系服务台资企业制度，由副市长联系台资企业。成功承办2025黔台现代农业、竹产业融合发展对接活动。

港澳侨和海外联谊工作取得新进展。承办海外华文媒体贵州行“侨行贵州酱香海外”采访活动，来自12个国家14家华文媒体到遵义开展酱酒文化宣传。通过“同心侨爱”助学活动发放助学金50余万元。接待海外侨胞考察交流10余次。

展望2026年，遵义将深入贯彻党的二十大和二十届历次全会精神，学习宣传贯彻全国、全省统战部长会议精神，持续完善大统战工作格局，在铸牢中华民族共同体意识、优化营商环境等方面主动作为，为谱写中国式现代化遵义篇章贡献更大力量。

(来源：遵义统一战线)

逛逛年货市场：遵义茶与酒能“融”出啥新意？

(上接一版)

更具战略意义的联动发生在产区之间。2025年11月，仁怀市与福建武夷山市缔结友好城市，核心议题之一便是共推“茶酒融合”。同时，“黔酒中国行”等活动也从单纯的产品推介转向“酒旅融合”的深度体验。春节前，针对高端客群定制的集酒庄品鉴、茶园观光于一体的“醉美遵义”新春线路，正将产品销售融入生活方式。

二

茶酒联动的兴起，植根于深厚的文化共识与产业基础。春节的核心是“聚”与“礼”。酒性热烈，常用于宴饮助兴，承载团聚的欢愉；茶性温和，适配围炉闲谈，寓意情谊的绵长。两者在节日场景中天然互补。有人说，酒是欢聚的催化剂，茶是情感的回味剂。一刚一柔，恰恰覆盖了春节人际交往的完整情绪曲线。遵义拥有全球顶尖的酱香白酒产业集群和以“湄潭翠芽”“遵义红”为代表的优质茶区。如今，消费市场向追求文化内涵与体验，简单的“烟酒茶”老三样礼盒吸引力下降，这为融合地域故事、创新形态的茶酒组合创造了新需求。

不过，茶酒联动并非坦途。首先是市场认知的差异。在消费者心目中，白酒与茶叶的定位、价格和消费频次不同。“酒是酒，茶是茶，硬绑在一起，顾客未必买单。”播州区桂花桥街道遵南社区一位经营茶叶多年的店主道出疑虑。他的店铺里，茶酒组合礼盒的销量始终不温不火。

渠道整合是另一大难题。白酒与茶叶虽有部分渠道重叠，但核心销售网络仍相对独立。“如何让茶进入高档酒行，让酒融入专业茶室，需要打破很多既有规则。”白酒经销商吴明金坦言。

此外，品牌势能的不对等也让部分茶企在合作中谨慎。与茅台、习酒等巨头并肩时，如何避免沦为附庸，实现价值对等的共赢，是必须解决的课题。而像茶精酿这样的创新产品，其市场接受度也仍需时间考验。

三

面对茶酒融合“叫好不叫座”的普遍挑战，市场中的实践者如何破局？记者在走访中发现，相较于宏大却难以落地的概念，一些经销商的策略显得更为务实与灵活。其中，贵州黔菱茶业主理人、茅台酒家共享(永生花园店)老板杨涵菱的做法，提供了一个观察样本。

她的策略核心，可以概括为“线上引流，线下销售”。线上，杨涵菱除了在淘宝、抖音进行直播销售外，微信朋友圈也是一个精心经营的“迷你展厅”：有时是热气腾腾的酿酒车间，有时是与朋友围炉煮茶的场景，没有生硬的广告刷屏。这种呈现，不强求单次成交，旨在持续塑造一个“遵义风物专家”的专业形象，并潜移默化地将“茶酒不分家”的概念植入客户心中。

线下，她的主战场之一是遍布城市的茶坊与茶室。“卖酒，不能只去酒行。”杨涵菱解释，“喜欢喝茶的人，往往也是高品质生活的追求者，是酒品的潜在客群。”她以茶文化交流为切入点，将话题引向酒与茶在工艺、品鉴上的相通之处。“我会聊到，好的酱酒和好的茶叶一样，都讲求产地风土、工艺传承和时间沉淀。”

线上塑造专业形象，聚集兴趣客群，线下通过场景化社交实现精准触达与销售转化。杨涵菱告诉记者，这种打法虽然无法带来爆发式增长，但客户黏性高，复购率可观，尤其在节庆礼品市场上效果显著。与此同时，更大胆的产品创新也在萌芽。在遵义，“铤而走险”将茶味直接融入酒体，创造了一个无需捆绑的“合一”新品类，吸引着追求新鲜感的年轻消费者。

现在，遵义的茶与酒，正尝试超越年货市场上的邻居关系。无论是产品上的风味融合，还是销售中的渠道互鉴，一条更具深度的共生之路已在探索之中。这条路能走多宽、多远，依然需要时间来“酿造”。



2月10日晚，年味正浓时，桐梓县世纪广场灯火璀璨、人声鼎沸，一场以“我的‘村晚’我的年”为主题的国家公共文化云接力直播活动火热举行。活动通过沉浸式民俗体验、特色文艺展演、非遗集市联动与线上直播互动，为观众呈现了一场充满黔北风情、展现时代气息的文化盛宴。图为活动现场。(全媒体记者 李胤 徐晔 摄影报道)