

# 2026年“多彩贵州风·黔酒中国行”(海口站)活动举行

本报讯(全媒体记者 聂勋 申电) 2月1日,由贵州省商务厅、贵州省工业和信息化厅、遵义市人民政府主办,遵义市商务局、遵义市人民政府驻广州(深圳)办事处承办,海南省贵州商会协办的“多彩贵州风·黔酒中国行—遵义产区名优白酒走进海口”活动,在海南省海口市举行。

此次活动主题为“赤水河谷·中国酱香·山海相约·天涯此时”。贵州茅台酒厂(集团)保健酒业销售有限公司、贵州醇酒业、贵州国台数智酒业集团、仁怀酱香酒、贵州黔醉酒

业、贵州两山茶业集团、遵义苗寨人家食品有限公司等贵州名优白酒、餐饮企业先后作“酱酒+黔菜”主题推广。活动现场还推出了茅台不老酒与传统水晶八宝糯米饭、贵州醇与滋补薏仁米酿羊肚菌、国台酒坛子红烧肉、仁怀酱香酒如玉鸡茸烧蹄筋、黔醉酒古法鲜肉笋子扣等五组黔酒黔菜经典搭配,以“酒餐茶融合”的方式为海南嘉宾提供一场生动的“感官盛宴”。20余家海南省有关商协会、企业、渠道方等代表120余人参加活动。

当前,贵州正充分发挥赤水河

流域酱香型白酒原产地和主产区优势,建设全国重要的白酒生产基地和世界级白酒产业集群,出台了《贵州省赤水河流域酱香型白酒生产环境保护条例》,以最严格的产区管控与生态保护,让“贵州白酒”成为安全、优质、放心的代名词,持续打造名品精品,2025年,贵州“赤水河谷中国酱香”入选工信部首批中国消费名品区域品牌,茅台和习酒分别入选历史经典和时代优品。

近年来,遵义持续做好赤水河流域生态保护工作,实现了“护一方山水,酿一杯好酒”的庄严承

诺。一杯纯正的遵义酱香白酒通过高温制曲、高温堆积、高温发酵、高温蒸馏,“以酒勾酒”,历经30道工序、165个工艺环节,成为“醇厚丰满、回味悠长、空杯留香”的佳酿。无论是享誉中外的茅台,还是君子之品的习酒、传承古法的珍酒、稀世之香的董酒、通达人生的国台、和而不同的钓鱼台国宾酒,都是坚守传统工艺、追求极致品质的代表。

海口既是海南自由贸易港的核心城市,也是“一带一路”建设支点城市。随着海南全岛封关运作,

海口迎来了前所未有的发展机遇,国际商贸、免税经济、文旅消费蓬勃发展。此次遵义名优白酒走进海口,既是一场美酒佳酿与椰风海韵的深情邂逅,也是一次产业发展与区域机遇的深度对接。

此次活动旨在以酒为媒,让海口的消费者近距离感受遵义酱酒的独特魅力,让遵义名优白酒借助海南自贸港的东风,更好地走向世界,同时以此为契机,深化两地在产业协作、商贸交流、文体旅展等多方面融合发展,实现资源共享、优势互补、互利共赢。

## 东西部协作进行时

### 遵义跨省联谊 搭起就业创业“暖心桥”

本报讯(全媒体记者 陈义鹏) 近日,遵义市东西部协作稳岗服务暨“头雁兴遵”联谊活动分别在福建泉州、广东珠海、浙江金华、江苏盐城举办。此次跨区域联动活动由遵义市人力资源和社会保障局主办、遵义市人力资源开发服务中心承办,以乡情为纽带、以服务为核心,为在外遵义籍游子与家乡发展搭建起双向奔赴的桥梁,192名政企代表、行业精英、务工乡贤共赴盛会,凝聚起人才回流、产业共兴的强大合力。

活动采用“联谊暖心+研讨赋能”双线模式,既有干货满满的专家分享,也有诚意十足的家乡推介。三位来自贵州、广东的行业专

家围绕职业素养提升、竞争力锻造、人才服务创新等主题进行深入浅出地讲解,珠海、金华等地的康养企业代表则结合实操经验,分享文旅康养产业的发展机遇。遵义市驻粤办、贵州省驻浙总站相关负责人详细介绍了家乡在产业发展、劳务协作、就业创业等领域的政策红利与资源优势,让遵义在外人员真切感受到家乡的发展活力与招商诚意。

“这次活动让我们看到了遵义的发展潜力,也找到了返乡创业的方向。”一位遵义籍创业人士感慨道。活动现场,江苏弗迪电池、福建阿一波食品等企业与遵义人社部门、人力资源机构面对面洽谈合

作,盐城市射阳就业服务中心等单位明确表示将深化与遵义的劳务协作,共同维护务工人员合法权益。与会嘉宾围绕行业趋势、资源共享、精准对接等议题深入交流,初步构建起跨区域产业信息与业务合作网络,让“资源互联、机遇共享”从愿景变为现实。

此次四省联动活动,是遵义深化东西部劳务协作、创新人才服务模式的生动实践。下一步,遵义市、县两级人社部门将持续开展“头雁兴遵”系列联谊活动,不断拓展协作广度、深化合作内涵,以更优政策、更实服务吸引更多在外“头雁”返乡建功,为遵义经济社会高质量发展注入源源不断的人才动力。

## 遵义白酒“理想国”:何以作答?

(上接一版)

从“个体坚守”到“生态觉醒”

困境,往往是觉醒的开始。李雨所畅想的“理想国”,要求企业的不仅仅依赖于“做好自己”,还要升华至“建设我们”。

“咬定青山不放松,这是信仰;乱云飞渡仍从容,这是智慧。”李雨用这句话来概括经营的境界。

如今,越来越多的遵义酒企意识到,这份“从容”的智慧,不仅来自企业内部管理的精进,更来源于能否构建一个美美与共的产区生态。

共识,首先体现在对“恶性内部竞争”危害的清醒认知上。

同处赤水河流域,共享着独一无二的水土、气候与微生物环境,任何一家企业以次充好、低价倾销的短视行为,都是在透支整个产区的信誉资产,最终会反噬所有参与者。正如李雨所言,这是“砸自己饭碗、让后来人咒骂之事”。

共识,进而转化为对“抱团”价值的迫切向往。

这种抱团,不是取消竞争,而是将竞争从低水平的同质化价格战、营销战,引导至高水平的品质竞赛、文化创新与价值共创。它呼吁的是,在恪守产区工艺与品质底线的基础上,企业之间能够形成差异化互补、资源共享、形象共塑的协同关系。

从仁怀市推动企业兼并重组、打造“五个最”产业集群,到习水产区构建“2+3+N”的梯队化协同体系;从遵义市政府工作报告锚定1500亿元产值目标,到“四区多点”产业格局的统筹规划——遵义层面的战略布局,实质上正是在为这种“生态觉醒”搭建制度与空间的舞台。

企业的个体愿望,与产区的整体战略,正在相互趋近。

“理想国”照进现实

“任太重,且道太远。”李雨说。他认为,将共识转化为普遍行动,将愿景落地为现实产业生

态,需要系统性的合力。

这不止于企业的自觉,更需围绕“共有的酱香酒招牌”,进行一场全方位的价值重构。

其一,是标准与规则的共守。这是“理想国”的基石。它意味着,在政府引领与行业协同下,建立一套覆盖原料、工艺、酿造环境、产品标识等的产区统一规范。并通过严格的认证与监管体系,让符合标准者受益,让违规者出场,从根本上解决“劣币驱逐良币”的困局,让企业为品质付出的成本,能够转化为清晰的市场辨识度与品牌溢价。

其二,是技术与管理智慧的共享。面对智能酿造、数字溯源、循环经济等行业共性课题,头部企业或产业联盟可以牵头搭建公共服务平台。将如国台酒业的智能酿造经验、茅台循环产投的“酒糟—有机肥—高粱”模式等,进行适度的提炼与推广,降低中小企业转型升级的门槛,提升整个产区的现代化水平与绿色指数。

其三,是文化与价值的共讲。超越单个品牌的故事,共同讲述“赤水河”“核心产区”“12987工艺”的宏大叙事。通过产区整体形象宣传、统一的酒旅体验路线设计、联合参与大型展会等方式,持续向市场传递遵义酱酒的独特风味、时间价值与匠心精神,做大产区品牌的公共价值“蛋糕”。

其四,是市场与渠道的共拓。在坚守传统优势市场的同时,可以探索以产区名义,对接大型全国性流通平台(如仁怀酱酒集团与中石化易捷的合作模式),开发适应新消费场景的联合产品,或集中力量开拓海外市场。以集体的力量,应对渠道变革,触达更广阔的消费群体。

以上种种,需要每一家企业,即便在“很难”的时刻,仍不放弃对品质的“追求”;更需要整个行业,如李雨所期盼的那样,凝聚起共建“理想国”的“智慧”,“一起为传承和建设我们共有的这张酱香酒招牌而努力,酿出历久弥新的美好未来。”



2月1日,2026年“悦遵义·享暖冬”新春年货消费促进活动红花岗区分会场在新雪域西南农产品交易中心拉开帷幕。来自各地的特色年货琳琅满目,让人目不暇接,从香甜可口的糕点糖果,到各式各样的坚果炒货,一应俱全。市民们穿梭在各个摊位之间,精心挑选心仪的年货,喜迎新春佳节的到来。

(特约记者 王大飞 摄)

遵义市 | 讲文明 树新风  
文明遵义



奉献 友爱  
互助 进步

