

“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诗,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)

逛逛年货市场:遵义茶与酒能“融”出啥新意?

(上接一版)

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,消费市场转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。

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,硬硬在一起,顾客未必买账。”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,贵州黔茶茶业主理人、茅台万家共享(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,“碎晒茶精酿啤酒”“贵芽精酿茉莉花茶”“正安白茶中式精酿”等,通过酿造工艺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。这条路能走多远、多远,依然需要时间来“酿造”。

东西部协作进行时

珠海高新区、道真自治县

东西部协作成果丰硕

2025年以来,珠海高新区与道真自治县深入贯彻落实国家及省、市东西部协作工作决策部署,坚持“道真所需、高新所能、高新所需、道真所能”,以“四项行动”“三个专项”为重要抓手,不断健全完善协作机制,双方党政领导高效对接、有力推动,干部主动作为、企业积极融入、扩大投资,社会各界广泛参与、合力攻坚,东西部协作成果丰硕。

两地持续深化劳务协作,精准对接东部省份岗位需求,强化就业能力提升,全力推动农村劳动力稳定增收。截至目前,转移就业5224人,其中1597名农村劳动力在东部结对省份就业(新增945人,同比增长145%),1253人在其他省份就业。累计发放各类就业补贴238万元,全方位为就业增收保驾护航。同时,着力构建“专项培训+品牌培训+校企合作培训”全链条培训体系,努力提升群众就业能力。

锚定农产品源头提质与产销对接关键环节,多措并举跑出消费帮扶“加速度”。投入2000余

万元协作资金用于食用菌、茶叶等农产品初加工基地建设,从生产源头搭建标准化品质管控体系,全方位保障农产品品质稳定可控,并强化企业遴选、撮合对接,积极促成珠海农控集团、珠海水务集团洽谈集中采购道真优质农产品,成功推动贵州贵旺、同舟农业、亿山御田等企业与东部市场建立稳定供销关系2025年1—11月,累计助推道真销售食用菌、辣椒制品、中药材制品等农特产品3.21亿元。

两地以粤黔协作现代农业产业园示范园为核心载体,聚焦产业链延链补链强链,推动从“单点突破”向“集群发展”跨越发展,投入2587.18万元共建粤黔协作现代农业产业园,提升园区承载能力与服务水平。目前园区入驻企业14家,实际到位投资5.3亿元,吸纳1499名农村劳动力本地就业。精准对接东部优质企业资源,累计新增落地投产企业19家(含往年企业新投资),实际到位投资9.02亿元,带动2696名农村劳动力就业。

(贵州日报天眼新闻记者 梁圣)

遵义融媒传媒(集团)有限公司 拟领取新闻记者证人员公示

根据记者证申领相关要求,我单位已对申领新闻记者证人员的资格进行严格审核,现将拟领取人员名单进行公示,公示期

2026年2月12日至2月22日。
举报电话:省新闻出版局:
0851—85821578,新闻单位:
0851—28253956。

拟领取新闻记者证人员名单:
冯恒 简久兵
遵义融媒传媒(集团)有限公司
2026年2月12日

余庆县

校园舞龙展风采

舞龙灯是余庆县历史悠久、深受群众喜爱的新春传统活动。如今,这项古老的非遗技艺在年轻一代中焕发出新的活力,成为校园里一道独特的风景线。

近段时间,在余庆县体育广场,一群余庆中学的学生正利用假期时间,自发组织练习舞龙。两条长龙随着学生们矫健的步伐上下翻飞、左右腾挪。“舞龙非常有趣,它既是我们的传统文化,又能锻炼团队协作能力,强健体魄。”余庆中学学生杨瑞说。

在队伍中,16岁的黄甚源对舞龙有着一份特殊的感情。他的父亲是一位舞龙资深爱好者,受父亲的影响,黄甚源从小便跟随家人一起玩龙灯、追龙灯,在龙腾狮跃的成长环境中耳濡目染,逐渐对舞龙产生了浓厚的兴趣。“我很喜欢舞龙,已经参与两年了,感觉特别有意义。”黄甚源说。

在余庆县中等职业学校的操场上,学生们手持龙具,龙身在默契的配合下完成腾跃、穿行、翻滚

等动作。学生钟阳练习舞龙两年,并多次参加比赛。“能亲身参与传承,我感到很自豪。希望未来可以带动更多人了解并喜欢上它。”钟阳说。

近些年来,余庆县积极推动特色课堂建设,2018年余庆县中等职业学校率先成立舞龙舞狮社团,将传统舞龙引入校园教学体系。“几年来,我们带领超过500名学生参加了10余场比赛,获得了10多个奖项。更让我欣慰的是,看到一届届学生从这里起步,从爱好者成长为传播者,把民间传统文化传承下去。”余庆县中等职业学校舞龙舞狮社团教练杨俊说。

从家庭熏陶到校园普及,从观赏者到参与者,余庆的年轻一代正在用自己的方式为古老的龙灯技艺注入新的活力。他们舞动的不仅是手中的彩龙,更是对传统文化的热爱与坚守。这份青春的传承,让非遗技艺在新时代焕发出更加耀眼的光芒。

(余庆融媒记者 刘春 王杰)



近日,习水县桑木镇开展写春联、拔河比赛及温泉抓鱼等系列活动,喜迎新春。村民们积极参与,在欢乐中共聚乡情。

(习水融媒记者 谢永恒 姚瑶 王布娜 摄影报道)