

“我们为新中国取得的举世瞩目成就无比自豪，对中国式现代化的光明前景充满信心。”

习近平总书记在庆祝中华人民共和国成立77周年招待会上发表重要讲话，总结辉煌成就、展望未来，鼓舞全党全国各族人民坚定信心、振奋精神，把强国建设、民族复兴伟业不断推向前进。

77年来，党团结带领人民不懈奋斗，创造了经济快速发展和社会长期稳定两大奇迹，书写了中华民族几千年历史上最恢宏的史诗。

今天，中国人民正昂首阔步行进在全面建设社会主义现代化国家的新征程上，中华民族正以不可阻挡的坚定步伐迈向伟大复兴。

什么是奇迹？就是在濒临绝境时闯出新路，在披荆斩棘中开辟天地，把“不可能”变成了“一定能”。

看发展速度，这是“几十年走完几百年”的“时空压缩”。

今年是红军长征胜利90周年。曾经，二万五千里征途漫漫、历时两年；如今，瑞金至延安实现高铁直达、朝夕至。

从“满目萧条，百废待兴”起步，由“一张白纸”起笔，发展成为世界第一大汽车出口国，稳居世界第二大经济体、第一大工业国、第一大货物贸易国……

一个十几亿人口的大国，用几十年时间走完了发达国家几百年走过的工业化历程，这在人类历史上绝无仅有；我们不仅找回了“失去的二百年”，更成为“世界现代化的增长极”。

“时间不等人！历史不等人！”

今天的中国，沉淀“以百年、千年为计”的时间观，激发“超乎寻常的紧迫感、时代感”，在中国式现代化的康庄大道上按下发展的快进键、跑出时间的加速度。

看发展质量，这是从“有没有”到“好不好”的向新向优。

在高质量发展新航道上，我国经济顶压前行，呈现动能向新、结构向优的发展态势，展现出强大韧性和活力。

夏粮产量首次突破3000亿斤，光伏发电装机容量首次超过煤电……端牢粮食和能源“两个饭碗”，彰显任凭风雨来袭、我自岿然不动的强大底气。

“九章四号”刷新量子信息技术世界纪录，国产操作系统迎来重要突破，人工智能

为新中国取得的举世瞩目成就无比自豪

论学习贯彻习近平总书记在庆祝中华人民共和国成立七十七周年招待会上重要讲话

人民日报评论员

专利拥有量占全球六成……中国从全球科技参与者、贡献者向开拓者、引领者加速转变，展现以创新赢得未来的勇敢笃行。

布局“六张网”，打造“大市场”，畅通“双循环”，前8个月，我国货物贸易进出口同比增长17.6%……加快构建新发展格局，成为应变局、开新局、定胜局的坚实依托。

以高水平科技自立自强引领发展新质生产力，以高质量发展全面推进中国式现代化，我们在向新向优向好中牢牢把握发展主动。

看发展的力量源泉，这是“在历史进程中积累的强大能量”的充分爆发。

呵护“一老一小”，加强新就业群体权益保障，民生保障网越织越密、兜底兜牢；“中国式安全感”圈粉世界，平安中国建设成就举世公认，“平安”已成为“中国之治”的显著标志……

今日中国，已建成世界上规模最大的教育体系、社会保障体系和医疗卫生体系，人民群众的获得感、幸福感、安全感更加充实、更有保障、更可持续。

坚持以人民为中心，不断增进民生福祉，充分尊重人民群众的主体地位和首创精神，充分激发全体人民的积极性主动性创造性。

亿万人民在党的旗帜下团结成“一块坚硬的钢铁”，心往一处想、劲往一处使，焕发出前所未有的历史主动精神、历史创造精神，汇聚起中国式现代化建设的磅礴力量。

“没有中国共产党，就没有新中国，就没有中华民族伟大复兴。”这是历史的深刻结论。

亲历新时代伟大变革，我们更加深刻认识到，党和国家事业之所以取得历史性成就，党和人民之所以赢得强党强国的历史主动，中华民族伟大复兴之所以势不可挡，根本在于“两个确立”。

新征程是新的长征。有以习近平同志为核心的党中央领航掌舵，有习近平新时代中国特色社会主义思想科学指引，有亿万人民团结一心、拼搏奋斗，我们一定能实现“十五五”良好开局，推动事关中国式现代化全局的战略任务取得重大突破，创造令世人刮目相看的新的更大奇迹。

（新华社北京10月2日电）

文脉赓续 华章日新

——国庆假期里的文化图景



10月1日晚，杂技演员在山东省滕州市为市民表演非遗宫灯——敦煌飞天秀。 新华社发



10月2日，演员在四川省南充市蓬安县周子古镇景区进行巡演表演。新华社发

金秋十月，假日中国处处涌动文化热潮。人们走进红色场馆，在凝望中感悟信仰力量；走向乡村沃野，在欢歌里品味丰收喜悦；驻足城市街巷，看老手艺焕发新生。传统与时代相遇，历史与当下交融。

厚植家国情怀

五四大街29号，北大红楼披着晨光，静静矗立。

10月1日，近40组家庭早早聚在北大红楼前。国歌奏响，五星红旗缓缓升起，孩子们挺直腰板，昂首仰望。

“爱国情怀、家国意识，要从小扎根。”中国共产党早期北京革命活动纪念馆馆长都斌说，北大红楼是马克思主义在中国早期传播的主阵地，希望通过这样的仪式，让孩子和家长一起感受信仰的力量。

五年来，纪念馆累计接待观众超320万人次，35岁以下观众超60%。“在国庆这一天走进这里，意义格外不同。”“05后”观众王乐平说，“年轻人要多了解红色文化，珍惜来之不易的美好生活。”

祖国生日之际，追寻红色精神的脚步一路延伸。

“参观遵义会议纪念馆，领悟长征精神，不怕任何艰难险阻、不惜付出一切牺牲，令人感慨。”来自湖北的李先生与家人来到贵州遵义。刚过去的中秋节假期，这里游客接待量突破7万人次。

“我们将持续用好红色资源，讲好长征故事，让伟大长征精神在新时代持续焕发蓬勃生机。”遵义会议纪念馆展示利用部副研究馆员蔡媛媛说。

在陕西潼关，音乐诗会将家国大爱、红色初心与黄河文脉融于一体；在江西瑞金，情景演艺《瑞金瑞京》让红色文脉活起来；万米高空国庆主

题航班上，旅客用乡音写下对祖国的祝福……感悟党史、礼赞祖国，是这个假期最深沉的底色。

文艺汇演、民俗体验、农产品展销……在今年中国农民丰收节全国主场活动举办地——湖北枣阳东郊村，稻穗随风轻晃，黄桃挂满枝头，丰收喜悦还在延续。

“有听的有看的，有比赛有体验，‘丰收村晚’才结束没几天，广场舞大赛也来了……”村民从文化活动的“旁观者”变成“参与者”。“日子越过越好，文化活动越来越丰富，眼界也越来越开阔。”东郊村村民王国庆说。

赓续中华文脉

雾气从地面漫起，编钟、古琴与琵琶声交织回荡，永乐宫壁画在光影中若隐若现；戴上VR设备，即可“游丹青、踏屋脊”，与琉璃屋脊上的五脊六兽对视……步入四川博物院“观妙入真·夜遇永乐”专场，仿佛走进仙宫画卷。“科技让壁画‘活’了起来！”观众惊叹。

四川博物院公众服务部副主任王俐俐说，中秋国庆系列活动盘活永乐宫特展文化资源，也为传统文化贴近年轻群体、激活夜间文化消费提供新的实践路径。

薪火流传，匠心筑梦。当非遗技艺邂逅国庆佳节，巧手精工礼赞锦绣家国。

在北京中国非物质文化遗产馆，《可以观》非遗社教演艺活动串联20余项非遗代表性项目，老匠守艺、少年传艺。在成都武侯祠，看一场巡游，听一段川剧，再猜几个三国灯谜，传统与潮玩同频共振。

湖南非遗展示体验基地人头攒动。巫家拳国家级非遗代表性传承人招式虎虎生风，围观者纷

纷上前试招；数字光影空间里，传统纹样随指尖移动次第亮起。

“我们按照‘传统+新潮、静态+互动、普惠+精品’的思路，推出贴合出游需求的非遗体验活动，让非遗可看、可玩、可留存、可传播。”湖南省文化馆非遗保护中心办公室主任钟妍说。

从展馆到街巷，老手艺融入日常生活。

天津古文化街杨柳青画店里，工艺美术师郝旺旺在梨木板上，刻刀沿墨线斜推，吹去木屑，露出“莲年有鱼”纹样，围观游客一阵赞叹。

在沉浸式体验区，游客能亲手拓印、试刻简易版年画。来自山西的王先生带着儿子完成一幅拓印年画：“自己印的年画比买的纪念品更有意义。”

“老一辈把技艺传下来，我们年轻人得接好这一棒。”在郝旺看来，非遗传承不是原样复刻，而是守正创新——吉祥如意不变，载体和表达要跟着时代走。

点亮美好生活

“五星红旗迎风飘扬，胜利歌声多么响亮……”河南开封清明上河园内，悠扬歌声回荡宋街巷陌，游客挥舞国旗齐声合唱。红旗飘动与宋韵古风交相辉映。

“带着孩子从白昼市井逛到夜色梦华，仿佛走进《清明上河图》。”来自徐州的游客李女士感慨，既体会到家国情怀，又能感受宋韵时光，不虚此行。

从“看风景”到“入剧情”，在浙江横店影视城，片场化作游客的主场。浙江横店影视城有限公司沉浸娱乐创制营负责人王会亚介绍，游客凭门票即可免费参与十余个短剧剧组拍摄，10到45分钟就能演一场，不少年轻人“为一场戏，赴一座城”。

稻谷飘香时节，云南沧源佤族自治县葫芦小镇广场上，游客动手打扬尘谷，舂新米。新米饭冒着热气，香气四溢。

“今年新米节的游玩业态、服务设施都有升级，游客可以体验最地道的佤乡风情。”沧源县旅投公司副总经理李磊说。

作为2026年全国国庆文化和旅游消费月主场活动举办地，云南推出千余场文化惠民、非遗体验、体旅融合等主题文旅活动，白天赏山秋色、夜晚品人间烟火。

放眼全国，消费月期间各地推出超2万场文旅活动，发放超31亿元消费券等补贴，持续激活文旅消费市场。

节日文化大餐，国家艺术团精心制作。从京剧经典到话剧力作，从舞蹈诗剧到国乐新声，从大型场馆的交响跨界到古镇梯田的惠民放歌，高品质文化供给送到百姓身边。

千年文脉于创新之中绵延赓续，假日生活因文化滋养愈发丰盛。这个假期，文化烟火温暖万家，点亮美好生活。

（新华社北京10月2日电）

乐味同行·开心一“虾”

十二城烟火，一杯酱香的“下沉”与“上升”

刘显玉



青云市集活动现场。



茅台王子酒搭配小龙虾。



酱香特调。

9月28日至30日，成都锦里古街。

紫色主调的展陈沿青石板路铺开，空气中浮动一缕酱香，钻进往来游人的鼻腔。

这是茅台王子酒“乐味同行·开心一‘虾’”全国IP活动十二城收官站的现场。从7月14日贵阳青云市集首站算起，两个半月，足迹覆盖南京、合肥、武汉、长沙、鄂尔多斯、长春、乌鲁木齐、大理、厦门、杭州、成都等十二站。

十二座城市，十二种“虾”的味道，十二座城市限定特调。这不只是一次品牌活动的收官，它更是一个观察切口，让我们看到一杯酱香酒如何在“下沉”与“上升”之间，找到自己的新坐标。

走到年轻人中去

传统白酒的困境，从来不是“年轻人不知道白酒”，是“年轻人不觉得这杯酒跟自己有关系”。

茅台王子酒给出的回答，是一套看起来“不太像白酒”的组合：调饮+小龙虾+音乐。一个细节值得注意，十二座城市的选址：武汉咸安坊、厦门中山路、杭州钱江世纪公园等——这些地点有一个共同特征：它们都是年轻人自发聚集的城市公共空间，自带流量，也自带生活气息。

武汉站走进百年石库门咸安坊，青石板路两侧，三处打卡点沿巷道铺开，年轻人手持酒瓶造型的集章册，集齐三枚地标印章，就能兑换一杯茅台王子酒特调。

这样的场景在十二城中反复出现。

厦门站把闽南民俗文化、海丝文化快闪搬进了中山路。

杭州站携手中央广播电视台总台《国音正

青春》，设置“王子·乐消消”“虾拍即合”“青春高燃·酱香百中”三大互动闯关区，完成挑战即可兑换品饮券或文创礼品。

低门槛、强互动、即时兑换。这套设计的逻辑，不是“让消费者来品酒”，而是“让消费者先玩起来”。

中国酒业协会与后浪研究所的调研数据显示，近十年来白酒消费量中，年轻群体渗透率不足15%。“这杯酒，能不能让我开心？”成了年轻消费者买单与否的关键。

在这种背景下，茅台王子酒的选择不是“教育消费者”，而是“走进消费者的生活”。

每一站活动的结束时间定在每晚22时左右——这是城市夜生活最松弛的时段。活动形式拒绝品鉴会的正式感，取而代之的是乐队LIVE、快闪巡游、AI趣味闯关、机器人表演。

这正是“走到年轻人中间去”的第一层含义：不是把年轻人请到品牌设定的场景里来，而是品牌主动走进年轻人已经聚集的地方。

从产品到生活方式

十二座城市，十二种“夜晚性格”。每到达一个地方，茅台王子酒并非一套标准化方案复制十二次，而是每一站都深度植入在地文化，带来不一样的生活方式。

贵州省人民政府办公厅印发的《贵州省打造“美酒向卖生活方式”转变升级版行动方案（2026—2030年）》明确提出，到2030年白酒消费场景矩阵全面成型，“美酒向卖生活方式”转变要成为“可感知、可体验、可向往”的生活方式。

政策是背景，真正的考验在执行。“一城一味”是这套逻辑最有意思的解法。

南京站联动苏州、徐州，三地同启。合肥站分设合肥、蚌埠、阜阳三城，主题各异。厦门站主会场之外，晋江五店市、龙岩万宝广场两个卫星会场同步开市。

每一站都在当地文化里找接口。

贵阳的“李跃龙门”特调，以贵州蜂糖李、苦丁茶为基底，搭配芒果与青柠，用38度酒基调制，谐音取名。厦门的沙茶味小龙虾，是本地人的日常。大理站把茅台酱香文化与“风花雪月”的地域意象相融，游园闯关、民俗展演、虾酒品鉴，全套落地。

这不是标准化快闪的复制粘贴。是在十二座城市分别做十二套方案。

在长沙站现场，一比一复刻的老长沙街景霓虹闪烁，入口主题门头醒目，巨幅海报墙层层递进。活动地点选在超级文和友，茅台王子酒没有另起炉灶，而是走进了已有的市井烟火里。

杭州站的选择同样有意思。钱江世纪公园，毗邻奥体中心，自带完整美食商业街，夜宵、烧烤、精酿一应俱全。对年轻消费者来说，这不是一场需要专门腾出时间的品牌活动，而是一段顺路进入的夜生活。

这是很有意思的“E人式营销”——鼓励

用户主动参与，而不是被动观看。品牌与用户的关系，从“品类关系”升维为“人群关系”。传统的品牌逻辑是“我告诉你我是什么”，而这场活动的逻辑是让消费者自己讲述“我体验到了什么”。

把“流量”变成“留量”

夜市的人流是真实的。中山路日均客流超十万人次，青云市集正值避暑旅游旺季，日均客流同样超十万。

但人流不等于认同。热闹散场之后，品牌留下了什么？

这其中有三层转化机制。

第一层，线下体验转线上连接。活动现场的集章卡背面，印着i茅台的二维码。消费者在i茅台或主题终端店购买茅台王子酒，消费记录可到活动现场兑换权益。线上购买、现场消费，权益双向解锁。

全国巡回期间，i茅台同步开放报名入口。每站抽取30名幸运用户，凭i茅台参会凭证到场，获赠小龙虾熟食一份和53度500毫升茅台王子酒（酱香经典）一瓶。

第二层，单站参与转跨城沉淀。活动设计了一条“点亮城市”的链路：累计点亮六座及以上城市，即可参与巡回收官狂欢抽奖。

站内集章解决单站停留时长，跨城累计解决多站参与黏性。一个在贵阳体验过的年轻人，到了南京会主动去找第二站。一个在杭州打卡过的消费者，对厦门站的开场会有预期。品牌触点从“一次性事件”变成了“可预期的持续关系”。

第三层，消费者体验转消费者传播。长沙站工作人员描述了这样一幕：年轻人集齐印章，抽奖后第一反应不是收进包里，而是举起来拍照，发社交平台。

这种传播不是投放买来的，是消费者自己觉得“有意思”，自愿完成的转译。

调酒体验区不定期推出“集赞兑换特调”的活动。门槛不高，但足够让一个在场消费者把活动现场变成朋友圈里的“社交货币”。

7月14日贵阳首站，茅台集团党委书记、董事长陈华与茅台集团党委副书记、总经理王莉一同出席。9月29日成都收官站，陈华再次到场。不难看出，茅台集团和股份公司主要领导的重视，贯穿活动始终。

十二座城走完，茅台王子酒在年轻人真正在的地方，用年轻人真正在用的方式，把一杯酱香酒放进他们的生活现场。这场活动，是茅台今年“全面向C”的重要落地举措，也是最具落地性的实践之一。

从贵阳到成都，茅台王子酒用两个多月时间，写下了一个清晰的答案：白酒也可以不在酒桌上，而在生活里。

烟火气，就是生命力。

（本文图片由贵州茅台提供）