

第五届中国报业创新发展大会召开

羊晚岭南文化大模型入选第六届中国报业创新发展案例

羊城晚报讯 记者朱绍杰报道：19日，由国家新闻出版署主办，第五届中国报业创新发展大会在重庆召开。

大会坚持以习近平文化思想为指导，以“奋进十五五 变革谱新篇”为主题，深入贯彻中央关于深化主流媒体系统性变革的部署要求，凝心聚力推动改革落地生根，不断提高主流舆论引导能力，努力开创报业创新发展新局面。

大会提出，聚焦首要政治任务，办好“头版头条”，持续深化习近平新时代中国特色社会主义思想理化

阐释、大众化普及、精准化传播。着力丰富优质内容供给，深化体制机制创新，建强传播主阵地主渠道，加快推进“智改数转”，推动实现媒体生产力、传播力深度重塑。夯实报业媒体内部管理，加强行业管理、引导与服务，营造报业改革发展良好环境。

大会同期举办第六届中国报业创新发展案例展。现场展出来自全国报业的60个创新发展案例，覆盖全媒体传播建设、内容供给创新、运营服务创新、数智技术应用、体制机制创新、国际传播能力建设六大类别，全面呈现报业深度融合与系统性

变革的最新成果。羊城晚报报业集团研发的岭南文化大模型作为数智技术应用类案例，在现场展出。

岭南文化大模型是羊城晚报报业集团近年在推进主流媒体系统性变革中，建设的国内首个文化领域多模态推理大模型。目前，该模型已完成超10亿词元岭南文化语料建设，在全国率先发布粤语思维链语料集，发布7B至72B参数系列模型，逐步嵌入羊城晚报新闻内容生产，并在文化遗产保护传承、文旅、教育等领域实现首批应用落地。

“在文化与科技深度融合的时代

背景下，岭南文化大模型项目以报业集团之力切入大模型赛道，在学术、技术与应用三个层面实现系统性突破，具有重要的示范价值。”第六届中国报业创新发展案例评审专家委员会认为，岭南文化大模型在技术层面，项目首创方言文化思维链，填补了方言文化领域高质量标注语料空白；在学术层面，团队原创性提出算法化过程中文化知识的重构机制，为大模型时代维护文化主体性提供了学理支撑；在应用层面，“文化通”持续拓展，实现了从技术能力到社会效益的有效转化。

“尤为可贵的是，项目证明了‘专而精’路线的可行性。”评审专家委员会强调：“岭南文化大模型的技术路线、治理模式与产品矩阵构成完整方法论，为媒体行业参与文化数字化、智能化转型提供了可借鉴的‘广东样本’，示范引领价值突出。”

记者留意到，本次评选广东省有两家媒体项目上榜——羊城晚报岭南文化大模型与南方财经全媒体集团南小财智能理财助理，均为数智技术应用类案例，展示了广东在技术赋能主流媒体系统性变革上的有力探索与示范价值。

税收大数据里的广东消费：年营收突破十万亿元 升级类商品增势强劲

羊城晚报讯 记者莫谨榕报道：消费是经济增长的重要引擎。作为经济大省，广东在消费领域也体现出经济大省要挑大梁的使命担当。近日，羊城晚报记者从国家税务总局广东省税务局获悉，广东税收大数据显示，2025年以来，广东消费领域呈现规模大、动能强、韧性足、潜力深的特点。

——规模大。经营主体是经济运行的“细胞”，从经营主体看，截至2025年年底，广东消费行业涉税经营主体超500万户，经营主体规模庞大。从营业收入看，2025年广东消费行业营业收入突破十万亿元，消费营收规模优势显著。营业收入、经营主体数量均位居全国前列。

——动能强。从商品消费结构看，广东计算机软件及辅助设备、家用电器、通信设备等升级类商品零售规模持续壮大，今年前8个月销售收入同比分别增长29.2%、18.1%和15.2%，居民消费结构提质增效。此外，餐饮业销售收入同比增长14.1%，“食在广东”金字招牌享誉海内外。

——韧性足。从商品消费增速看，2025年，广东商品消费行业销售收入同比增长3.6%，在消费市场整体承压的背景下展现出较强的韧性，反映居民消费内生动力较强。

——潜力深。从县域消费潜能看，随着广东“百千万工程”的深入推进，县域经济实力、居民收入水平不断提升，县域商业体系加快完善，县域消费潜能逐步释放。今年前8个月，广东县域商品消费行业销售收入同比增长6.3%，比全省平均水平快5.8个百分点，增长势头良好。

此外，服务消费领域发展活力持续迸发。今年前8个月，广东服务消费行业销售收入同比增长5.9%，其中信息、交通、健康和养老同比分别增长19.2%、15.9%和14%，广东数字经济、枢纽经济和银发经济的强大动能，推动居民服务消费日趋智能化、便捷化、健康化。

消费扩容升级离不开供需适配持续优化。广东凭借扎实的制造业根基、紧密衔接的上下游产业链，有力支撑旺盛的终端消费需求。今年前8个月，广东智能设备制造行业销售收入同比增长5%。其中，智能无人飞行器、服务消费机器人制造分别增长44.4%和17.8%，“广东优品”对“广东消费”支撑作用更强，为全国乃至全球消费市场提供了充裕优质的货源。

链接

广东省社科院助理研究员、广东省城市管理研究会副会长谷雨：

广东消费进入高质量转型新阶段

消费是经济增长的重要引擎。围绕数据背后的消费信号，羊城晚报专访广东省社科院助理研究员、广东省城市管理研究会副会长谷雨。在他看来，广东消费已全面进入“结构升级主导、供需双向赋能、全域梯度释放”的高质量转型新阶段，未来增量空间将更多来自结构优化、场景扩容和产销互促。

羊城晚报：您如何看待这份税收数据背后释放出的消费信号？

谷雨：税收数据从一个侧面体现了广东消费市场的真实活跃度，释放了四大关键信号。第一，消费基本盘稳固。全省零售、餐饮、大宗消费相关税收持续正增长，说明居民消费行为、市场主体经营活动是持续性修复、常态化回暖。

第二，消费升级替代成为增长核心引擎。机动车、家电电子、综合零售等税收高增长，印证广东消费正在从基础刚需型消费，逐步转向智能型、绿色型、品质型、体验型升级消费，消费结构迭代速度加快。

第三，本土产业供给与内需市场的联动性增强。消费品制造端、零售端、流通端税收同步向好，说明广东是本土产业供给有效承接本地消费升级需求，形成“广东制造支撑广东消费、广东消费反哺广东产业”的内生循环。

第四，消费增长呈现多极分层、梯度释放格局。珠三角高端消费、县域下沉消费、大湾区跨境入境消费同步发力，新旧动能切换平稳，区域韧性、业态韧性、市场主体韧性同步凸显。

羊城晚报：税收数据显示，广东升级类商品消费表现突出。如何看待广东商品消费升级的路径？本地制造业的供给配套，对本地消费市场起到怎样的支撑作用？

谷雨：广东商品消费升级呈现“政策撬动、迭代需求、本土供给同步匹配”的进阶路径，需求升级、产品升级、产业升级同频共振。

本土完善的制造业是广东消费升级的核心底气与独有优势。首先，全链条产业配套能够快速响应消费迭代需求，实现“消费需求出新、本土产品秒跟”。其次，庞大的产业集群形成全梯度供给体系，高端、中端、普惠级产品全覆盖，适配广东多层次、多群体、多区域的消费结构。最后，强大制造基底支撑产销闭环成型，商圈首发、产业带直播、工厂体验店、前店后厂模式，让新品可在本地快速试销、快速验证、快速迭代，大幅激活新型消费活力。

● 开栏语

今年是中国工农红军长征胜利90周年。1934年10月，中共中央、中革军委率领中央红军主力8.6万多人，踏上战略转移的漫漫征程，开始了世界历史上前所未有的壮举。长征中许多感人的故事被写进中小学课本，在一代代中国人心中留下了深刻的印记。即日起，羊城晚报推出“课本里的长征”融媒体系列报道，带您一起重温课本里的烽火岁月，感悟永不褪色的长征精神。

秋到瑞金。沙洲坝，红井旁，人头攒动。金黄的稻田边，传来了前来研学的孩子们的朗朗读书声：“瑞金城外有个村子叫沙洲坝，毛主席在江西领导革命的时候，在那儿住过……”沙洲坝的这口井，是中央苏区时期毛泽东为解决当地吃水难问题，带领战士和乡亲们挖下的。九十余载过去了，井水依然清甜。井边石碑上，“吃水不忘挖井人，时刻想念毛主席”的字迹，历经风雨，依旧醒目。

井水藏着为民初心

10月中旬，江西瑞金红井革命旧址群内，秋日暖阳洒在毛泽东同志旧居门前的大樟树上，将树冠上缀着的红五星照得透亮。

旧居门前不远处，就是那口出现在小学语文课本《吃水不忘挖井人》里的红井。

红井旁，游人如织。江西省瑞金市委党史办干部钟燕林正讲述红井的故事。

对于红井，43岁的钟燕林有着别样的情愫：幼时，他从课本中读到红井的故事，骄傲又自豪，周末骑自行车到离家10公里外的沙洲坝参观红井；毕业后，他站上三尺讲台，把课本里的红井故事讲给学生们听；再后来，他成为党史工作者，开始挖掘红井之外的红色故事。

红井的故事要从1933年4月讲起，彼时，毛主席随中央政府机关来到沙洲坝工作。沙洲坝地处干旱地带，当地流传着一首民谣：“沙洲坝，沙洲坝，没有水来洗手帕，三天无雨地开盆，天一下雨土搬家。”群众只能从周边池塘取脏水喝。

“当时，毛主席通过走访调查，发现当地群众用水困难，提议在村里打一口井，但却遭到本地几位老人的反对。”钟燕林讲述道，原来，沙洲坝村民迷信风水，担心挖井会得罪“旱龙王”。后来，经过毛主席的耐心劝解，村民最终接受了打井的提议。1933年9月，在毛主席的带领下，干部和群众一起挖了这口水井。此后，中央

各机关和沙洲坝群众掀起了一股开挖水井的热潮，沙洲坝人民结束了饮用脏塘水的历史。

1934年，中央红军主力长征后，国民党反动派多次强行填埋这口井。“敌人白天埋井，沙洲坝乡亲们晚上又偷偷挖开，反复几次，护井取得了胜利。”钟燕林介绍，新中国成立后，沙洲坝群众修缮了这口水井，正式取名“红井”，并在井旁立碑：“吃水不忘挖井人，时刻想念毛主席。”

后来，《吃水不忘挖井人》的故事被收录进小学语文课本，在一代代中国人的脑海里留下难以磨灭的红色记忆。“这口井，见证了中国共产党一心为民的执政初心，是共产党人的‘初心井’，也是老百姓的‘幸福井’。”钟燕林感慨道。

红井旁的薪火接力

“瑞金的沙洲坝那口红井，毛主席就是那当年的挖井人。多么清澈，多么甘甜，滋养着我们幸福成长……”红井旁，一位头发花白的老者，正站在游客中间哼唱自编的歌曲《瑞金的红井水》。

他叫杨小春，也是红军后代。他的爷爷杨衍寿1932年参加红军，1934年踏上长征路，牺牲于湘江战役。“我的父亲叫杨大毛，名字是毛主席亲自取的。父亲一生感念党恩，从20世纪50年代起，他就在红井旁免费为前来参观的游客讲解红井和苏区的故事。”杨小春的老家就在红井旁，他是喝着红井水、听着红军故事长大的，对红军有着特别深的感情。

2019年，退休后的杨小春返回家乡，接过父亲的接力棒，成为红井的守护人、沙洲坝的义务红色讲解员。他发自内心地想把家乡的红色故事讲给更多人听。“希望通过我的讲述，让更多年轻人铭记革命先辈，珍惜当下幸福生活。”杨小春还把自己对红军的感情写进《瑞金的红井水》的歌词里，唱给他接待的游客们听。

多少次讲红军故事、接待了多少



“红孩子讲解员”为前来研学 的学生讲述红井的故事

游客，杨小春已记不清。唯独一封小学生来信，令他印象最深。

今年8月，他收到了一封来自天津市和平区岳阳道小学孩子们的来信。孩子们在信里表达了对这位红井守护人的敬意：“您今年已经60多岁了，还一直默默守护神圣的红井，不求回报，坚持义务为大家讲解红色故事……”谈及这封珍贵的信件，杨小春眼里泛着光，这封信也鼓舞着他继续将红色故事讲下去。

更令杨小春欣慰的是，如今，在瑞金的各大红色旧址和景区里，活跃着一群“红孩子讲解员”，孩子们利用课余时间 为游客和研学团队提供义务讲解。

九十余载岁月流金，从白发苍苍的红军后代到戴着红领巾的学生，井旁讲故事的人换了一代又一代，而“吃水不忘挖井人”的故事，从未间断。

红色土地悄然焕新

红色故事代代传承，瑞金这片红色土地也在悄然焕新。

“我们每天都要接待十多批次游客，为他们讲述红井的故事，和他们一起品尝甘甜的红井水。”从事讲解工作十年，红井旧址讲解员杨璐感受到的最大变化是：全国各地来红井研学的孩子们更多了，世界各地到红井参观

历史可感、人物可亲、精神可触。

如何把21天讲成一部5集纪录片？《突围21天》选择让这段历史变得立体而鲜活——在影像里，历史不再只是教科书上的时间与地名，而是一场看得见、听得见的突围。观众跟随镜头走过粤北的21天，也走近了那一代人的信念与抉择。

《突围21天》最动人的，是那些跨越时空的重逢。跟随谭雨仁、彭显伦、曾雍雅等革命先辈后人的足迹，纪录片把宏大的历史，落回到一个个具体的人身上。90多年前，开国少

的游客也更多了。说话间，一个20余人的外国游客团闯入视野。其中，帽子上印着五角星和“为人民服务”字样的安贝德卡格外引人注目。

安贝德卡来自印度，是三大洲社会研究所传播部主任。在来到瑞金之前，他已经阅读了很多关于长征的资料和文献。但真正踏上这片红土地，他的内心还是受到了巨大冲击。“此次参访，我印象最深的就是，中国对革命遗址的保护非常好，让红色记忆得以存续，进而激励后代。”安贝德卡说。

对此，钟燕林感同身受。“90多年过去了，红色印记已深深镌刻在这片土地上，红色血脉也在每一个瑞金人身上流淌。传承红色基因，我们责无旁贷。”钟燕林介绍，近年来，瑞金红色赋能发展的态势愈发强劲，很多老百姓都吃上了“旅游饭”，有效助力乡村振兴。

这个变化的背后，是瑞金交通配套设施的建设。自去年9月赣州瑞金机场通航以来，已开通6条国内重点航线——北京、上海、广州、遵义、成都、南京，有效打通红色旅游出行闭环，大幅提升游客出行便捷度。

数据显示，在今年国庆假期，瑞金累计接待游客100.09万人次，外地游客占比82%。红都瑞金，已经成为国内红色旅游热门目的地。

将彭显伦率部经过故乡附近，却没能回家看一眼；90多年后，他的女儿彭汇生循着父亲的足迹走来，竟意外遇见了当年收下父亲一件旧毛衣的乡亲后代。那一刻，90年仿佛只是一瞬——当年那句没来得及说出口的牵挂，终于有了回响。

片中还将镜头对准那些常被历史一笔带过的普通人：为红军带路的向导、筹集物资的乡亲、冒死救护伤员的百姓。他们没有留下姓名，却支撑着红军走过了最艰难的路。正是这些具体而微的人与事，让“军民鱼

粤产纪录片《突围21天》开播

羊城晚报讯 记者艾修煜报道：2026年是中国工农红军长征胜利90周年。由广东广播电视台策划制作、广东卫视频道承制的5集历史纪录片《突围21天》，于10月19日在广东卫视、爱奇艺同步开播，连续5天播出。

1934年10月，中央红军从江西于都出发，踏上漫漫征途。从1934年10月25日进入广东南雄，到11月14日离开乐昌，红军在粤北的群山间跋涉了21天，突破国民党军设置的第二、第三道封锁线，为

长征初期打开了西进通道。这是长征画卷上相对少为人知的一项，也是一段被深深镌刻在岭南大地上的红色记忆。《突围21天》要讲的，正是这段跋涉——它把镜头对准长征在广东的21天，让久藏于史料中的粤北故事，第一次走到观众眼前。

《突围21天》全片共5集，以“21天”为叙事支点：一条线索是谈判桌上的统战智慧；一条线索是群山间的军事突围。双线交织、层层推进，配合实地寻访、人物口述与创新的影像表达，用故事化、场景化、情感化的方式，让

讲述岭南大地上的长征故事