

据新华社北京4月27日电(记者何晓 王雨萧)国家统计局27日发布的数据显示,1至3月份,全国规模以上工业企业实现利润总额16960.4亿元,同比增长15.5%。

数据显示,装备制造业支撑作用明显。一季度,规模以上装备制造业利润同比增长21.0%,拉动全部规模以上工业企业利润增长6.8个百分点。从行业看,一季度,电子行业受生产较好、价格回升等因素带动,行业利润增长124.5%,是支撑装备制造业

利润快速增长的主要力量;铁路船舶航空航天行业利润增长16.7%,较1至2月份加快5.3个百分点。

高技术制造业利润快速增长。一季度,规模以上高技术制造业利润同比增长47.4%,拉动全部规模以上工业企业利润增长7.9个百分点。从行业看,人工智能、半导体相关产业快速发展,带动光纤制造、光电子器件制造、显示器件制造行业利润分别增长336.8%、43.0%、36.3%;智能化产品需求增加,智能无人飞行器制造、其他智能消费设备制造行

业利润分别增长53.8%、67.3%;绿色制造业效益改善,环境监测专用仪器仪表制造、锂离子电池制造行业利润分别增长100.0%、25.0%。

原材料制造业利润保持两位数增长。一季度,规模以上原材料制造业利润同比增长77.9%,继续保持高速增长态势。从行业看,战略性新兴产业快速发展带动,有色行业利润增长116.7%。石油加工行业扭亏为盈,实现利润总额229.4亿元,化工行业利润增长54.5%。

聚链融通 共赢未来

信阳优品·荣电集团产业链供应链供需对接活动举行

本报讯(记者 李宇 李海)4月27日,信阳优品·荣电集团产业链供应链供需对接活动在罗山县先进制造业开发区举行。市委书记张宏伟,市委副书记、代市长卢希望出席启动仪式。省国资委党委委员、副主任李照松,市领导于海忠、李新伟参加。

卢希望在致辞中说,近年来,我市牢记“两个更好”殷殷嘱托,聚焦省委省政府“1+2+4+N”目标任务体系,围绕构建“六新两品”重点产业链群,持续做强链主企业,推动主导产业能级跃升,初步形成链式闭环、集群联动的良好产业生态。希望通过此次活动,推动信阳小家电零部件生产制造企业融入荣电供应链,助力中小企业拓市场、强链条、增价值。

仪式上,罗山县、荣电集团负责同志分别作了县情和企业推介,供应链和集采企业代表作了发言,与会代表走进荣电集团(信阳)3U生态产业园展厅巡展,详细了解产品性能、市场销售及上下游产业链等情况。

据了解,荣电集团深耕家电领域,拥有丰富的产品品类、强大的供应链整合及个性化定制能力,是国内领先的智能化、生态化企业,落户

罗山县的荣电3U生态产业园是集品牌、渠道、技术、数据、服务于一体的综合性产业赋能平台。

启动仪式结束后,与会企业商会代表还参加了荣电集团供应链企业招商引资推介、“职在信阳”专场招聘等系列交流活动,面对面深入交流磋商,精准对接发展需求,携手探寻互利共赢新路径。



本报讯(记者 周涛)4月27日,“匠心承古今·非遗润茶乡——信阳市非物质文化遗产成果展”在信阳博物馆开幕。此次展览由信阳市文化广电和旅游局主办,信阳博物馆、信阳市文化馆(信阳市非物质文化遗产保护中心)承办,各县(区)文化广电和旅游局协办,旨在全面展示信阳市非物质文化遗产系统性保护的丰硕成果,推动非遗融入当代生活。展览将持续至8月2日,为公众呈现一场底蕴深厚、精彩纷呈的文化盛宴。

据悉,截至目前,全市已拥有国家级非遗代表性项目4项、省级43项、市级270项,形成了层次分明、体系完整的保护格局。此次展览是对10余年来信阳非遗保护工作的一次集中检阅与生动呈现。

展览位于信阳博物馆三楼,围绕非遗十大门类,精心设置了“匠心造物·传统技艺”“妙艺生花·传统美术”“仁心济世·传统医药”等7个主题板块。通过图文展板、实物陈列、音像资料及场景还原等多种形式,系统展示了信阳毛尖茶制作技艺、光山花鼓戏、罗山皮影戏、商城叶雕、息县银器制作等代表性项目的独特魅力与精湛技艺,让观众得以近距离感受非遗背后蕴含的文化根脉与匠心精神。

开幕当日,现场还同步举办了丰富多彩的非遗展演与互动体验活动以及“非遗焕新购物月”市集活动。据了解,两项活动时间为4月27日至5月5日。其中,非遗展演与互动体验活动期间,信阳民歌、罗山皮影戏、光山花鼓戏等地道表演轮番登场,非遗传承人现场展示并传授技艺,观众可亲手尝试,深度体验非遗的乐趣;“非遗焕新购物月”市集活动则汇集了各类非遗作品、衍生品及文创产品,营造了“见人见物见生活”的沉浸式文化消费场景。

此次展览系统呈现了信阳非遗保护的阶段性成果,致力于推动非遗在当代的活态传承,促进传统与现代的连接。展览使珍贵的非遗项目从保护名录走向公共空间,通过互动体验展现其当代价值,为地方文化的传承与发展提供了持续助力。广大市民及游客可前往信阳博物馆参观展览,领略豫南地区深厚的历史文化积淀及其在当下的传承与创新。

匠心承古今 非遗润茶乡

信阳市非物质文化遗产成果展启幕

春日来信 茶乡有约 ——喜迎第34届信阳茶文化节

合作共赢:信阳茶的“山”与“海”

信阳茶产业高质量发展观察

□本报记者 邹乐

山海有约,茶香无界。一杯毛尖,从大别山的云雾间长出,在长三角的茶桌上升腾,于国际展会的灯光下飘香。

当第34届信阳茶文化节如约而至,整座城市都在回答一个问题:一片茶叶,如何翻越群山、联通山海,从地域特产成长为开放共赢的产业符号?

信阳茶绵延千年文脉,历经岁月淬炼享誉中外。从1915年巴拿马万国博览会摘金,到如今品牌价值达132.05亿元,成为中国最具品牌溢价能力的茶叶公用品牌之一,信阳毛尖早已不是“守着茶山卖好茶”的传统农产品,而是以山为基,向海而行,在区域协作、跨界创新、全球拓市的开放格局里,走出一条以合作破局、以共赢致远的特色之路。

一弦茶韵牵苏信

大别山的茶,最懂“山”的厚

重;长三角的城,最懂“海”的广阔。长久以来,信阳茶不缺品质内涵,缺的是走出大山、对接大市场的稳定通道。如今,一条以苏信合作为骨干、以全国市场为网络的产销协作链,正在把“深山好茶”与“都市需求”紧密相连。

万亩茶园里,鲜叶清晨带露采摘,中午进入标准化车间,傍晚便可搭上直达江苏的冷链专线。次日,这些带着大别山气息的毛尖,就出现在南京、苏州、无锡等城市的商超货架上和品牌门店里。信阳坚守生态种植、筑牢源头品控根基,江苏发挥渠道优势、激活市场运营效能,两地以“信阳基地+苏州市场”的务实协作模式,精准破解信阳茶“省内强、省外弱”的发展难题。

不止于渠道互通,更是标准共建、品牌共推、市场共融的深度绑定。苏信双方协同推进茶园备案、产品分级、包装规范,建立区块链溯源体系,实现茶叶从茶园到茶杯全程可查可控;信阳市供销社在苏州建成大别山(信阳)名优农产品体验馆,设立信阳毛尖专属展区,两地50余家茶企现场签署产销协

议,让信阳毛尖在长三角市场真正做到“看得见、信得过、卖得好”。

第34届信阳茶文化节把这种协作推向高潮。全国采购商组团而来,头部茶企同台亮相,专业市场精准对接,线上直播间同步开播。信阳不再只是“产茶地”,而是全国茶产业的协作枢纽。曾经“藏在深山人未识”的毛尖,如今正以开放姿态,在更大的市场格局里实现价值跃升。

信阳茶用最朴素的道理证明:好产品,一定要走出好路子;好产业,一定要搭上好平台。

一叶新生万象兴

如果说产销协作是“走出去”,那么跨界融合就是“强起来”。信阳茶最动人的变化,不在茶园,而在思维:不再只卖一片叶子,而是经营一种生活。

过去,茶农靠春茶一季吃饭,夏秋茶资源利用率低;现在,信阳提出把整棵茶树“吃干榨净”。春茶做高端毛尖,夏秋茶制红茶,茶树花开开发日化用品,茶多酚延伸健康食品,茶啤酒、茶冰激凌、茶酸

奶、茶面膜接连出圈,一杯茶变成了可饮、可食、可玩、可体验的全链条产品。

文新茶村的万亩茶海里,游客排队买毛尖冰激凌;茶庄园里,精酿啤酒亮相国际消博会,拿下海外订单;街头门店中,毛尖鲜奶茶成为年轻人的日常。老茶客喝的是底蕴,年轻人喝的是潮流,信阳茶用跨界创新成功开拓新一代消费市场。

更亮眼的是茶旅融合。

茶园变公园,茶区变景区,茶山变打卡地。登茶山、采新茶、看炒茶、品茶宴、住茶宿,一条“茶+文旅+康养+研学”的新业态迅速成型。曾经“春来采茶、秋来闲着”的乡村,如今一年四季客流不断、人气不减。茶旅带来的收入,远超茶叶本身;茶乡带来的口碑,也让品牌更有温度。

(下转第二版)



扫码看详情

茶海飞歌处 山水正和鸣

——2026年全国“四季村歌”示范活动(信阳)侧记

□本报记者 周涛 文/图

春深四月,豫南大地一片新绿。车行浉河区茶乡,只见漫山遍野的茶树层层叠叠,如碧波般从山脚涌向天际。就在这片北纬32°的传奇茶海之中,一场以山水为幕、以田园为台的盛会,正将新时代的村歌唱给青山绿水,唱给奋进在乡村振兴之路上的万千乡村。

4月25日,以“唱响大别山 放歌新时代”为主题的2026年全国“四季村歌”示范活动,在浉河区文新茶村拉开帷幕。这里没有钢筋水泥的封闭场馆,舞台依着茶山的自然坡度搭建,观众席便是连绵的茶垄。晨雾尚未散尽,茶尖挂着晶莹的露珠,《请到信阳来》的欢快旋律已然响起,仿佛一声嘹亮的呼唤,唤醒了沉睡的群山,也拉开了这场“大地欢歌”的序幕。

“人间最美四月天,村歌唱响大别山。茶韵依依春风暖,品山品水品毛尖。”主持人的开场白,道出了这场歌会的独特气质。当信阳本土的《车水碾秧歌》那高亢质



2026年全国“四季村歌”示范活动演出现场。

朴的号子响起时,仿佛能看见先民在田间劳作的汗水;当湖北红安《红安永远红》的激昂旋律穿越时空而来,大别山“28年红旗不

倒”的峥嵘岁月便与今日的满目青翠交相辉映。来自内蒙古草原的悠扬长调《乌赫尔图辉腾》,与皖西茶园的清新小调《锄茶棵》在

此相遇,一北一南,一辽阔一婉转,却在同一片蓝天下诉说着人们对土地共同的爱恋与眷恋。

(下转第二版)

茶是茶,又不止于茶

□李浩

今年,信阳的茶山悄然开启了“隐藏副本”。社交平台上,亲子采茶、非遗制茶体验、茶山赏花打卡……一条条短视频走红网络,评论区满是“人间值得”“空气都是甜的”的留言。

信阳毛尖靠茶旅融合再次出圈,这并不仅仅是流量的狂欢,背后是一场产业逻辑的重构。对信阳而言,茶是茶,亦非仅是茶。这看似矛盾的表达,恰是我市茶产业高质量发展发展的双重路径。

“茶是茶”的坚守,在于深耕品类与品质的本体价值。面对多元化的消费趋势,我市在做优信阳毛尖、信阳红茶的基础上,还拓展了黑茶、白茶、乌龙茶、黄金茶、花茶、眉茶等茶类。与此同时,品牌建设同步提速,培育了国家级农业产业化重点龙头企业4家、省级龙头企业44家、

中国茶行业重点企业12家。

而“茶不是茶”的突围,则在于打破边界。在新式茶饮浪潮中,信阳茶企创新推出茶啤酒、鲜奶茶、毛尖酸奶、毛尖热干面、毛尖冰激凌、抹茶面条、毛尖面包等跨界产品。这些尝试,都是基于对年轻消费心理的精准洞察:以轻茶感、低负担、高颜值、强社交属性,让不常喝纯茶的群体也能轻松接纳春日茶香,为茶风味的大众化传播开辟了新路径。

当茶产业从“规模扩张”转向“价值提升”,信阳的选择不是非此即彼,而是“既要又要”——既要守住一片叶子的纯粹,也要释放它的无限可能。茶是茶,所以根深;茶不是茶,所以叶茂。

