

“六马”为中国凉都夏日经济注入活力 “跑”出强劲消费潮

贵州日报天眼新闻记者 桂榕

74018人！这是2025年“六马”的报名数据，不仅刷新了“六马”十年来的纪录，更以16.8%的同比增幅，将中国凉都的独特魅力具象化为一场全民奔跑的盛宴。

数字的背后，是“六马”十年间从区域性赛事成长为具有全国影响力IP的生动注脚。比赛道更长的，是“六马”为城市拉动的消费链、产业链——体育赛事正成为六盘水经济社会发展的新引擎。

数据显示，2024“六马”赛事前后，六盘水配套开展“六马”暨避暑季系列促消费活动，配套发放满减消费券，累计带动消费3700余万元。

“只要能中签，费用不是问题！”来自黑龙江的跑者路长明道出了数万人的心声。今年“六马”最终将迎来32万名选手踏上赛道，从8000人的全马到新增的10公里项目，再到承载欢笑的大众欢乐跑，赛事扩容背后是汹涌的消费热情：数百元的专业跑鞋、上千元的运动手表、跨省交通与数日食宿……

“六马”如同一块巨大的磁石，吸引着而来的是强劲的消费热潮。交通

费、酒店预订费、餐饮费……每一个环节都在为凉都的夏日经济注入强劲的活力。

这股热力，精准地浇灌着本土产业的生长土壤。2024年，“六马”期间，“刺力王”展区日均咨询量超2000人，累计接待试饮12万余人次，实现销售280余万元。“今年，我们准备了上万份试饮装，目标不仅是现场销售，更要让‘凉都刺梨’的名片随着跑者回家。”贵州刺力王生物科技有限公司副总经理景瑞雪告诉记者。

舌尖上的“凉都味道”是亮点。六盘水为即将踏上“六马”赛道的跑者们准备了一份“舌尖上的期待”——32万名参赛者将获得“满10减10”的羊肉粉消费券，2万名全马、半马选手额外获得“满40减40”的烙锅消费券。

参赛者使用消费券后，只需花1至2元就可以品尝六盘水地道的羊肉粉。”运荷城羊肉粉负责人王佳鑫告诉记者，已有省外客商通过赛事接触，希望加盟，在省外开设运荷城羊肉粉门店。

马拉松的聚光灯，让这些昔日深巷

中的风味，一跃站上全国性舞台，转化为真金白银的品牌价值与潜在订单。

产业链的涟漪持续扩散。为赛事提供补给的本土食品加工厂订单激增；代工生产“六马十年”纪念T恤的服装企业生产线满负荷运转；甚至周边猕猴桃、蜂糖李种植户也盼着赛事带来的关注能转化为更好的销路……一条以赛事为引擎、串联起“特色种植+深加工+文旅推广”的产业链条愈发清晰。

“六马”的魅力，更在于其对六盘水城市IP的重塑。从报名数据看，除了贵州本地跑友踊跃参与，来自贵州省外的报名人数达34400人，更有236位港澳台及国际选手慕名前来，齐聚凉都，奔赴这一场属于盛夏的奔跑盛会。

今年，“六马”首次纳入“多彩贵州马拉松超级联赛”，赛道巧妙串联起钟山大道、凉都体育中心、荷城等城市地标，将19度的清凉夏日与满目翠绿直接呈现在跑者眼前。

“气候是核心竞争力，‘六马’就是凉都最生动的体验式广告。”六盘水市文体广电旅游局党组成员王波介绍。

这份广告效应正延伸至赛后。多家旅行社反馈，超过三成外地跑友计划赛后携家人深度参与“畅游凉都”景区景点打卡活动，游览瀑布源布依风情景区、乌蒙大草原、妥乐村古银杏景区、野玉海度假区等景区，“跑马+避暑游”的套餐咨询量显著上升。

数据显示，2024“六马”期间，六盘水接待过夜游客97557人次，与去年同期相比增长286%。“今年，我们预测‘六马’期间，六盘水接待过夜游客的人次还会有所提升。”王波告诉记者。

一场几小时的奔跑，正牵引出多日的深度停留与消费。

十年“六马”，丈量的不仅是赛道，更是一座资源型城市的转型轨迹。从“江南煤都”到“中国凉都”，从工业城市到旅游新城，六盘水借力一个个奔跑的脚步，拉动着消费、升级着产业、刷新着形象。

当数万名跑者在7月20日迎着晨光冲出起点，他们踏响的，不仅是个人的挑战鼓点，更是六盘水奔向未来的铿锵足音——以奔跑定义城市，以赛事驱动新生。

黔进先锋·贵在行动

赠送锦旗与续任申请同步进行

一场温暖的「双向奔赴」
贵州日报天眼新闻记者 蒲艳梅

近日，黔南州罗甸县罗悃镇纳闹村上演了一场温暖人心的“双向奔赴”。419户村民瞒着驻村第一书记杨军，推选代表驱车200多公里，将绣着“满怀感恩再留人 任期两载乡亲念”的锦旗送到了贵州省高级人民法院。而杨军也悄悄准备着惊喜——他早已向单位递交报告，申请继续驻村。

杨军是贵州省高级人民法院法官学院副院长，2023年3月，他响应号召，从机关投身到纳闹村担任第一书记。

初到村里，为尽快熟悉情况，杨军把走村入户当作“第一课”。为方便召开院坝会倾听民意，他准备了上百个塑料凳，每天骑着三轮车，拖着凳子满村转。

每到一处寨子，便把村民召集过来围坐拉家常。3个月里，5本“民情日记”密密麻麻记满了群众的各种诉求，“发展产业”“缺乏资金”成为高频词。

走访老党员梁登峰时，老人拉着他的手语重心长地说：“杨书记，你担子不轻呀！”杨军坚定回答：“只要迈开步子，没有过不去的坎。”

此后，他把心思全放在产业发展上，组织村民代表到安龙县、瓮安县、播州区学习考察，详细了解黑木耳、药用银杏树、茶叶等产业发展前景。然而，群众会上大家却像泄了气的皮球，担心村里没资金、没技术、没经验，照搬产业会水土不服。

既然远水难解近渴，杨军便带着大家在县内找榜样。很快，50公里外的木引镇木引村进入视线。木引村通过“龙头企业+合作社+大户+农户”模式，与周边村庄抱团发展，打造了5000余亩蜂糖李基地，荣获2023年全国第十二批“一村一品”示范村镇（蜂糖李）称号，利益联结500户村民，户均分红1000元以上。

木引村的红火，激发了村民们的干劲：“木引村行，纳闹村也行！”

杨军找到“娘家”，协调到省农业农村厅100万元产业资金，招引负责运营木引村蜂糖李种植基地的企业，在纳闹村发展蜂糖李种植基地。2023年12月，纳闹村的山坡上栽下了1280亩蜂糖李，成活率达95%。

“村里终于有了像样的产业。”看着漫山郁郁葱葱的蜂糖李，杨军喜上眉梢，心里也有了新规划：“做大做强蜂糖李产业，因地制宜发展新产业，千方百计让村民的腰包鼓起来。”

(上接第一版)

“推动贵州江山-瓮福新材料及电子化学品项目招引落地，既是瓮安县、贵州磷化集团、南通江山股份三方发展所需，又是高效优质服务促进招商的结果，还是龙头企业带动招引的典范。”严振说。

“过去卖1吨黄磷亏2000元，现在，在成本原有的基础上直降三成。”贵州胜泓新材料科技有限公司综合行政总监朱江告诉记者，3月底，110kV变电站的建成投用，使电价每度降了3分钱，峰谷生产策略更让吨电耗成本直降2000元左右。

2024年，胜泓新材料黄磷产量



7月11日，贵阳市南明区嘉安月嫂科技有限公司的职业培训教员正在指导学员们制作月子餐餐后甜点。该公司是一家专注于月嫂、育婴护理、养老护理、整理收纳等10余项培训业务与服务为一体的综合型家政服务企业。截至目前，已累计培训月嫂、育婴师、家政服务员等各类人员10万余人，服务派遣涉及浙江、上海等多个省市，有效助力群众就业。

赵松 摄

广播天天响，心里就踏实 喇叭声编织起防汛救灾“有声防线”

贵州日报天眼新闻记者 黄军

“当时洪水来得太突然，断电断网后，整座县城像被按下了‘静音键’，心慌得不行。直到应急广播车的喇叭声穿透夜色，一句句‘请居民尽快转移到安全地带’‘救援物资正在配送’，才让悬着的心落了下来。”回忆起6月下旬的洪灾，黔东南州榕江县城镇居民赵永雄仍心有余悸，正是这穿透风雨的广播声，让他和数万群众在危难中找到了希望的方向。

今年汛期，贵州通过夯实基础、健全机制、快速响应等举措，将应急广播终端化作“安全哨”，用一声声紧急播报筑起“有声防线”。从偏远山村的“大喇叭”到城区的应急广播车，这些遍布城乡的音频节点，共同编织起守护人民生命财产安全的“有声防线”。

“广播天天响，心里就踏实！”六盘水市水城区阿戛镇温泉村村民阳艳指着村活动室的应急广播说，“听到广播说要下大雨，我赶紧把屋后的沟渠清

理了。这喇叭一响，该注意啥、该做啥，都清清楚楚，是我们老百姓的‘定心丸’。”

为筑牢应急广播的高效运转根基，省广电局成立了工作专班，统筹推进全省工作，明确应急广播须实现“连起来”“响起来”“用起来”“管起来”的目标，并深入市、县督导调研，对问题形成清单，推动责任落实。市、县相关部门指导开展终端和线路巡检维护，提升汛期终端在线率。

“通过应急广播系统，可以在第一时间将气象灾害预警信息传播到全省各个角落，包括偏远山区和农村地区，这大大提高了气象预警信息的覆盖面和时效性，为畅通气象信息传播‘最后一公里’提供了有力支撑。”省气象局应急与减灾处副处长戚泽伟对此深有感触，在许多民族聚居区，应急广播还创新采用了“普通话+方言”的播报方式，成为了打通预警

当前，工业对瓮安县地区生产总值增长贡献率在60%左右。今年前五月，瓮安县完成规模工业总产值652亿元，规模工业增加值增速34.4%，位列黔南州前列。根据规划，到2030年，瓮安新能源电池材料的产值目标是220亿，工业对全县地区生产总值增长的贡献将达到65%。

如今，瓮安县68家规上工业企业组成三条战略纵队：以磷酸铁、磷酸铁锂为主导产品的正极材料集群，进一步招引做大；以江山-瓮福产业园为枢纽的磷系新材料方阵，在市场竞争中获得草甘膦、有机磷化工产品全球定价权；以金正大、芭田为代表的循环经济梯队，将固废资源转化率提升至85%以上。

县委、县政府主要负责人双组长坐

镇，月度高层会解决要素保障，部门当场回应卡点。

瓮福黄磷项目主体提前46天封顶，江山草甘膦项目提前30天封顶，贵州雅灰的三代半磷酸铁锂电池材料正从自动化生产线鱼贯而出，贵州胜泓威43亿元布局的磷酸铁项目已现轮廓……

采访时，许多企业负责人表示，应把握好全产业链集群效应的宝贵机遇，不断壮大自身在电池材料产业的领先优势。

瓮安狠抓“富矿精开”的定力昭示：

资源型城市的涅槃，既需要在风口

逐利，也需要将每一寸矿藏锻造在技术高地的追求之中。

本报讯 (记者 沈长志) 7月9日，记者走进安顺高新区夏云工业园固达电线电缆(集团)有限公司的生产车间，工人们正有条不紊地生产着企业自主研发的光伏电缆——固达PV1-F光伏电缆。

“这款产品采用国际领先辐照交联技术，辐照后的绝缘层

和护套层具备防紫外线、防辐射、耐油等特性，使用寿命不

低于40年。”固达电缆技术总工吕发忠介绍，固达电缆积极加大新产品研发投入，全力在新能源赛道上抢跑。

“我们新建了32万平方米的大型新能源线缆车间，完成了

22条新能源产品生产线的建设与投产。今年以来，公司已承

接新疆、西藏、内蒙古等地超10亿元新能源电线电缆生产订

单，占公司总销售额的68%。”固达电缆相关负责人说。

与固达电缆相邻的贵州安众成电线电缆有限公司，是园区内第四家入驻的电线电缆企业。该企业深耕电力电缆与固定布

电线领域，凭借过硬品质打造的“拳头产品”赢得了市场的广泛认可。“在园区集群发展，能够吸引更多客户群体，还能通

过资源共享、协同创新实现抱团发展。”贵州安众成电线电缆

有限公司生产厂长刘艮东表示。

贵州国塑科技管业有限公司同样将产业布局在安顺高新区夏云工业园。在公司自主研发的无水石膏六棱结构壁管生产线上，厂长李军正仔细查看生产进度。“这是我们今

年3月新建成投产的新品生产线，共设有5条，总投资超过

700万元。目前，新品已经接到的订单已超1700多万元。”李

军说，公司不仅拥有41项专利，还荣获了“国家绿色工厂”

及专精特新“小巨人”企业称号。

目前，安顺高新区夏云工业园已成功集聚固达电缆、贵州

国塑等13家电线电缆企业和22家管道制造企业，电线电缆和

管道制造产业已然成为安顺高新区最为活跃的产业集群。2024

年，“一线一管”企业实现总产值28亿余元。

“园区将持续优化营商环境，持续擦亮‘贵人服务’品

牌，切实当好企业发展的‘店小二’。”安顺高新区相关负责

人表示，未来将不断完善“高端装备制造、新型建材、特色

轻工+数字经济（绿色算力）”的产业链条，不断提升产业集群

的核心竞争力，为推动区域高质量发展注入源源不断的

新动能。

【一线一管】串起超二十八亿元产值

18名专家驻黔三周

北京积水潭医院2025年度国家巡回医疗贵阳启动

本报讯 (记者 胡家林) 7月7日，北京积水潭医院2025年度国家巡回医疗工作启动会在贵阳召开。这是该院第二次在贵州开展巡回医疗工作，旨在推动优质医疗资源下沉，落实国家分级诊疗制度，提升受援地区医务人员技术水平，提高医院管理能力等，提升人民群众看病就医获得感。

今年，这支由18名队员组成的国家巡回医疗队，将依托国家骨科医学中心和国家区域医疗中心，对我省罗

甸、龙里、福泉三家县级医院实施精准帮扶，专家们将驻扎基层医院三周。

启动会上，北京积水潭医院贵州医院院长李忠哲介绍，医院提前三个月就开始推进巡回医疗筹备工作，从140多家专科联盟医院中精选了三家基础好、配合度高的县级医院，并对接基层医院需求，针对性选派脊柱、创伤、内分泌、心内、护理等方面的专业人才，确保精准帮扶。核心目标是培养带不走的本地专业队伍，致力实现“小病不出县、大病不出省”。

当下，正是辣椒成熟上市的时节，黔西南州兴义市丰都街道种植的1000亩辣椒迎来了采收季，田间地头、分拣中心一派繁忙，呈现出产销两旺的喜人景象。

丰都街道1000亩辣椒由贵州九庆农业发展有限公司和黔西南州丰庆农业有限公司共同推广种植，采用“公司+基地+种植大户+农户”的订单农业模式，实现企业与农户利益深度联结，保障椒农“种得出、卖得好、收益稳”。

走进丰都街道普子村村民李明明家的辣椒地，黔西南州丰庆农业有限公司技术人员陈东学正在为李明明讲解头茬辣椒采收后的管护要点。

“我试种了15亩左右，公司提供苗和技术指导，还包回收，所以没有后顾之忧。”李明明对此非常满意，种植大户夏刚红在丰都街道江岸村建起了300亩辣椒种植基地，10余名工人穿梭其间，正忙着采摘、装袋、搬运。

在普子村蔬菜分拣配送中心，椒农正将一袋袋新鲜采摘的辣椒运送到称重、记录、装车等工作有序进行，物流车整装待发。“我们的辣椒在种植之前就和粤港澳大湾区、重庆，以及遵义等地的客户签订了采购协议，销路不愁。”贵州九庆农业发展有限公司负责人孙明贵表示，如果完成订单后还有剩余的部分，我们也会负责收购，加工成剁椒和泡椒通过网络进行销售，确保农民种无忧、销不愁。

方几个小时。但他每次都很攒劲，甚至还会带着老伴一起拍。”王贤说。

虽然辛苦，老方却乐在其中。“以前，我每次要背10斤油桃走山路、赶火车，才能把油桃拉到周边城市卖。后来，路修到家门口，我就摆摊在路边卖。现在，村里修了冷库，高也得试一试。”

经过几个月的尝试，视频号也积累了一定数量的粉丝，不少人通过视频和直播发送的定位，来到树舍社区采摘油桃。在团队帮助下，老方还注册了“宝哥油桃”商标，快递公司也将站点设置在他家门口。

中午1点，果园林荫处，方小宝和付成刚并排坐下。随着直播开始，两人迅速进入状态。老方穿着朴素，说着方言。付成刚穿得板正，一口流利的普通话，形成了一定的听觉和视觉反差。

“要的就是这个效果。老方能引起人们对于乡土文化的情感共鸣；付支书介绍产品，能让外地朋友听得懂。”负责掌镜的镇政府工作人员王贤说。

“拍摄团队集思广益，力求做好每一个细节。老方也不闲着，为了内容丰富，也会学着拍摄一些热门话题。“有时候一个舞蹈动作，可能折腾老