

黔菜“圈粉”的背后——

为“贵”字号贴上健康标签

贵州日报天眼新闻记者 刘锐

旅游“井喷”带火黔菜。牛肉现切、活鱼现杀、锅底现炒……更有免费蔬菜无限供应，“谁懂这口贵州菜的含金量啊”成为许多来黔游客的感慨。

黔菜“圈粉”，不仅因为好吃，更缘于其“绿色”“干净”的底色。这正是贵州坚持生态优先，大力发展绿色农业所取得的“战果”。

随着农文旅融合不断深化，贵州优美的自然风光和良好的生态环境深入人心。贵州将农产品与健康、绿色、安全紧密结合，积极引导生产及经营主体开展绿色食品、有机产品、地理标志产品及名特优新农产品认证，打造品牌，夯实产业基础。

生态底蕴滋养“干净”味道

绿色，是贵州茶的底色，是贵州茶园的根本。

在贵阳市百花湖畔云雾缭绕的群山之间，贵州柏春神鹤茶场的工人们精心管护茶园。这片坚持“零化肥、零农药、零除草剂、零生长激素”已达二十多年的茶园，是贵州茶人坚守“干净茶”理念的缩影。

贵州茶的竞争优势源于生态，成于品质。通过绿色化、标准化生产，保障每一片茶叶的安全与健康，用心守护“贵州绿茶”这块金字招牌。“我们茶园的绿色防控技术还推广到了海外。”在

2025生态文明贵阳国际论坛上，贵州大学教授张利博分享道，“斯里兰卡的茶园采用我们的方法，有效提升了茶叶的品质和产量。”

初秋时节稻花香。这几天，黔东南州三穗县台烈镇绞秆村的百亩生态稻田正在开田捕鱼。村民挥锄挖开田埂，田水顺流而下。随着水位下降，肥美的稻田活鱼翻腾跳跃，银光闪烁之间，洋溢着一片丰收的喜悦。

好山好水出好鱼。“稻+鱼”生态种养模式，完美诠释了贵州“一水两用、一田双收”的生态渔业画卷，也为农户开辟了绿色增收的新路径。

将生态优势转化为经济优势，一批具有贵州地方特色的农产品品牌正崭露头角，在带动农民增收的同时，更促进了农业产业升级和贸易消费提升。

标准引领提升“贵”字号品质

自然禀赋是起点，而非终点。只有将生态优势转化为标准化的生产体系和可追溯的品质控制，才能实现从“特产”到“名品”的跃升。

清晨，黄贵华起床后的第一件事，就是打开手机上的肉牛智慧云平台，查看牛群状况。他是遵义市凤冈县花坪街道东山村家庭农场主。“现在不管在哪，我都能通过手机掌握每一头牛的动态。”他说。

凤冈县依托大数据平台，应用5G+AI+DE技术，为肉牛建立精准的健康监测与预警系统，智慧化养殖服务覆盖了从饲养到销售的全流程。

标准化生产是提升农产品品质的关键。贵州积极推动农业特色产业标准化建设，通过土地流转、托管等方式整合闲置土地，构建绿色化、专业化生产体系。

铜仁市玉屏自治县供销合作社创新采用“供销合作社+农机合作社+基地+农户”模式，推行“玉米+蔬菜”“水稻+蔬菜”等轮作模式，并制定从田间管理到采摘加工的全流程标准。这一模式不仅让土地产生了更大效益，还通过标准化管理提升了农产品品质。

立足资源禀赋，当前的贵州聚焦品种、品质、品牌和标准化生产，重点发展肉牛、茶叶、辣椒三大产业，巩固中药材、食用菌、刺梨、油茶、竹等优势产业，同时挖掘酸汤、苦荞等特色产业潜力，开发新茶饮产品，持续提升“贵”字号农产品的品质。

健康标签让黔货出山更顺畅

贵州着力打造一批高品质、有口碑的农业“金字招牌”，让绿色优质农产品既“产得出、产得优”，也“卖得出、卖得好”。

8月28日，上海陆家嘴金融中心，

酸香浮动。省农业农村厅携刺梨汁、关岭黄牛、大方天麻等特色农产品，在此举办招商推介会。

天然、优质，是贵州农产品“出山”的核心竞争力之一。中国金融信息中心餐饮部经理黄莉品尝了刺梨汁等后点赞：“贵州农特产品绿色健康，非常契合现代餐饮的消费需求和饮食习惯。”

现场，贵州卓豪食品有限公司带来的辣椒油、火锅底料等吸引了众多客商关注。该公司华东区域负责人夏昌友在推介时说，优良的生态环境是贵州辣椒高品质的有力保障。卓豪食品以优质辣椒为原料，坚持陶坛发酵工艺，致力于打造发酵型辣椒领军品牌，传承中国味道、时间风味，并坚持零添加的健康理念，“这与当下市场追求天然、优质、绿色产品的趋势高度契合。”

“高山慢养”的关岭黄牛，“维C之王”刺梨、“开胃密码”酸汤……这些源自山野的农产品，在都市消费场景中，是备受追捧的“健康符号”。当前，农业品牌竞争的主战场已从“田间地头”前移到“消费者心智”。唯有抢占消费者心中的“专属位置”，才是制胜关键。贵州特色农产品不断巩固优质优价的品牌形象，以健康标签为新动能，畅通黔货出山渠道，持续提升市场认可度和竞争力。

小型农机显身手



近年来，毕节市黔西市持续完善农业生产基础设施，全面落实农机购买补贴等惠民政策，加大农机、农技等实用技术培训力度，加快推动山地农业走向现代化。

图为9月17日，黔西市洪水镇村民驾驶小型收割机收割稻谷。史开心 摄（影像贵州）

产业规模全国第七

“黔菌”年产值超百亿元

本报讯（记者 邓钺洁）9月13日上午，2025红托竹荪产业发展大会暨“黔菌”产销对接会在贵阳开幕。

红托竹荪是贵州特色农业优势品种。大会以“科技赋能·生态共生——构建红托竹荪产业链振兴之路”为主题，汇聚了来自全国食用菌领域的专家学者、企业代表及种植大户，探讨红托竹荪产业高质量发展路径。

近年来，贵州建立专班推进机制，聚焦菌种研发与资源保

护，已收集资源22万份，认定地方特色品种13个，改建菌材林基地超100万亩，菌渣综合利用率超90%，产业规模也从全国第十四跃居第七，增速全国第一。去年产量729万吨、产值106亿元。

省农业农村厅相关负责人表示，当前正加快构建从研发、生产到加工销售的全产业链体系，推动红托竹荪等食用菌产业提质增效，让“小蘑菇”成长为富民增收的“大产业”。

发力品种改良和技术创新

贵州成为全国魔芋主产区

本报讯（记者 张云开）

“贵州魔芋产业将通过全产业链布局冲刺百亿元规模！”日前，谈及贵州魔芋产业前景时，省农科院生物技术研究所魔芋研究室主任丁海兵的话语满是豪情。

贵州是西南地区魔芋主产区，通过发力品种改良、技术创新，相关技术水平达到全国领先。经过近20年科技攻关，贵州率先在全国突破花魔芋规模化集中连片种植技术，集成“魔芋主要病虫害多环节全流程原点监测高效防控技术”“生态控草技术”，将魔芋种植成功率从30%提升到60%。同时，省农科院生物技术研究所魔芋研究室科研团队妙招频出：提出破解魔芋

连作障碍的技术措施，用根际微生物技术破解连作障碍；指导研发的“空气能”烘干机让每吨干片烘干成本从3000元降低至1000元；创新开展的“玉米-魔芋宽带窄行套种”方式，大幅提高了土地利用效率，在保障粮食安全的同时，亩产突破万元……

当前，贵州魔芋种植面积256万亩，有300余家加工企业，全产业链产值突破28亿元，带动10万农户增收，种植面积位居全国第三，成为了全国魔芋主产区。“魔芋是一个100%加工率的农产品，产业链条长。随着魔芋产品不断开发，还有很大的市场空间。”丁海兵说。

“三穗鸭”打入长三角市场

本报讯（记者 梁圣）日前，贵州省农发集团新合联公司首批三穗鸭产品成功打入长三角市场。

贵州省农发集团新合联公司自成立以来，按照“以销定产、以产促销”思路，通过“公司+市场+农户”模式，整合三穗县优质鸭产业资源，聚力打造标准化、品牌化的农产品供应链。

为确保三穗鸭产品品质，省农发集团新合联公司严格遵循《地理标志产品·三

亿元保险护航“岑巩稻种”

本报讯（记者 杨小友）记者从中国人民财产保险股份有限公司黔东南分公司获悉，近3年，该公司累计为岑巩县652万亩制种田提供1亿元以上保险，累计支付赔款816.88万元。

据介绍，当遭遇暴雨、冰雹、干旱、大风等灾害，该公司就是灾后恢复“先锋队”，查勘人员第一时间奔赴田间，核实受灾面积，用“耘智保”APP现场拍照定损，联合农业专家制定补救方案，帮种植户把损失降到最低。理赔上简化流程，依托“耘智保”APP实现“线上报案、线上定损、线上赔付”。

人保财险黔东南分公司相关负责人表示，将继续把服务送到制种农户的心坎里，在“保、防、救、赔”每一个环节做得更实、更细，用保险力量护航岑巩水稻制种产业行稳致远。

连作障碍的技术措施，用根际微生物技术破解连作障碍；指导研发的“空气能”烘干机让每吨干片烘干成本从3000元降低至1000元；创新开展的“玉米-魔芋宽带窄行套种”方式，大幅提高了土地利用效率，在保障粮食安全的同时，亩产突破万元……

当前，贵州魔芋种植面积256万亩，有300余家加工企业，全产业链产值突破28亿元，带动10万农户增收，种植面积位居全国第三，成为了全国魔芋主产区。“魔芋是一个100%加工率的农产品，产业链条长。随着魔芋产品不断开发，还有很大的市场空间。”丁海兵说。

从“黔货出山”到“全国共享”

——贵州邮政“919农品节”助力乡村全面振兴书写共富新篇

罗国莉



（本文图片由贵州邮政提供）

享受田间到舌尖的极致新鲜。

在黔西南州兴义市，邮政电商数据反哺生产端，姜农们组建合作社并引入深加工线，将论“堆”卖的鲜姜升级为姜粉、姜糖等高附加值产品，利润提升几倍。在六盘水市猕猴桃种植基地，果农们喜笑颜开，为即将到来的贵州邮政“919农品节”做好充足准备。如今，当地猕猴桃已形成从种植、加工到销售的全产业链条，成为独具地域特色的系列产品。

我们的目标是让农民钱袋子更鼓、市民菜篮子更丰。”中国邮政贵州分公司电商部相关负责人表示，“贵州邮政‘919农品节’不仅是连接贵州深山到全国市民餐桌的纽带，更是农业现代化的试验田。”

“919”IP持续破圈 构建立体化营销模式

面对消费升级与市场激战，今年贵州邮政“919农品节”以“乡”约出发、“邮”味到家为主题，构建立体化营销模式。

为提升活动影响力，贵州邮政创新打造“双平台直播+社区拼团+邮政农产品进企业”立体化营销模式。其中，直播带货：联合地方政府

府、农户开展原产地直播，展示农产品种植、加工全过程，增强消费者信任度；社区拼团：依托邮乐小店社群，推出拼团优惠活动，让优质农产品以实惠价格直达社区；企业定制：开展邮政农产品进企业、进网点行动，为企业单位提供定制化福利采购方案。

相关数据显示，该活动已吸引超百万消费者参与，助力千家万户农产品对接全国大市场。

全民共舞 多元联动点燃新引擎

贵州邮政“919农品节”正成为多元主体参与的乡村全面振兴共同体——新农人们不断崛起，如遵义市湄潭县茶农李娜，就在邮政培训下从赶集卖茶转型为直播达人，并通过全国采购商群直连国内多地茶企。

近日，黔南州都匀市墨冲镇沙寨村的栗林又到了一年丰收季，全村各处的山沟与山坡上，栗农们忙碌的身影随处可见。栗农老文高兴地表示，“现在的板栗都是农户自己种的，去年邮政‘919农品节’帮了我们大忙，让我们种植的板栗销路不愁，且寄递费也比较便宜，得

到客户的一致好评。今年我们也积极参与这个活动，还通过邮政培训学会了直播，相信会卖出更多板栗。”

为激活基层网络，贵州邮政的村邮站长深入各自负责的行政村，将服务触角延伸到“最后一公里”。而在全国资源的汇聚下，该活动被纳入商务部“全国消费促进月”，并通过抖音“山货头条”投入专项流量扶持，形成央地协同、平台联动的助农矩阵。

“四流合一” 邮政“国家队”破解三难问题

作为服务乡村全面振兴“国家队”，贵州邮政以商流、物流、资金流、信息流“四流合一”精准破题，以“919农品节”为支点，撬动农村电商高质量发展。

围绕新型农业经营主体发展需求，贵州邮政开展农产品基地建设，基于邮乐购站点推进工业品下行，扎实推进销售难问题。同时，积极搭建邮政为农服务体系，大力发展普惠金融，开展普遍授信，有效破解融资难问题。全力建设县乡村三级物流体系，推进“邮快合作”和“客货邮”融合发展，切实破解运输难问题。

今年，贵州邮政又进一步强化各板块协同作业，推出专项物流保障方案，深耕农村金融市场，通过提供产销对接、仓储物流、普惠金融、小额信贷等全链条农村综合服务体系，助农增收。

共富篇章 丰收与共享的双向奔赴

2025年9月19日，贵州邮政“919农品节”将迎来第9次启航。从“黔货出山”到“全国共享”，这场盛会已超越商业本身，成为观察中国县域数字化转型的窗口。“它不仅是购物节，更是数字经济赋能乡村全面振兴的生动实践。”中国邮政贵州分公司相关负责人的表态掷地有声。

在毕节市赫章县核桃园，江应文把最后一批核桃装进循环周转箱；在遵义市湄潭县茶园，李娜对着镜头举起新采的茶青——屏幕两端，农民的笑脸与消费者的期待，正通过邮政编写的绿色供应链紧紧相连，共同书写着“农民主利、消费者获益、邮政客货、政府获益”的共富新篇章。这场“黔”来的盛宴，正在为农业农村现代化提供鲜活的“邮政方案”。