

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 刘悦

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,贵州柏春神鹊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。

贵州茶的竞争力源于生态,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年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皎颇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+AICDE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,黔西市洪溪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 邓诚洁) 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——构建红托竹荪全产业链振兴之路”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2.2万份,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72.9万吨、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有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有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-魔芋宽带薪行套种”方式,大幅提高了土地利用效率,在保障粮食安全的同时,亩产值突破万元……

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

乌蒙山脉秋意浓,电商浪潮正翻涌。9月16日,毕节市赫章县罗州镇高山村,村民江应文的400多株核桃树硕果累累,他正踩着竹梯采摘早熟核桃。

“去年‘919’,我家的核桃通过邮政直播间和邮乐网卖了不少,增收几万块钱。今年嫁接的品种更好,邮政要全国主推。”江应文笑容的背后,是贵州邮政“919农品节”这一全国邮政系统规模最大、助农成效最显著的电商IP的又一次启航。不远处,中国邮政的绿色货车整装待发,即将载着这种山间“金果果”奔向全国餐桌。

300多公里外的遵义市湄潭茶园,“90后”茶农李娜正调试直播设备。她的明前茶订单已排到10月中旬,“‘919’那天,我要带全国网友云采‘干净黔茶’。”李娜激动地表示。

这些跃动着希望的场景,共同指向一场即将席卷全国的电商盛事——2025贵州邮政“919农品节”。

8年深耕 从爆款制造到产业造血

自2017年以来,中国邮政已连续8年组织开展邮政“919”系列活动,并从单一促销活动升级为全国性助农惠民品牌,形成了邮政特色农村电商发展模式,打响邮政服务乡村振兴的品牌形象,帮助越来越多优质农产品走出乡村、走向全国。

今年邮政“919农品节”焕新出发,贵州邮政以中国农民丰收节为契机,通过“邮政直播+社区拼团+邮乐小店”多渠道营销矩阵,聚焦原产原味原产地,补贴重点产业基地的农产品,打造“万单爆款”商品,助力贵州百香果、猕猴桃、茶叶、刺梨、辣椒等特色农产品直通全国大市场。活动将分三个阶段,其中,预热期为8月1日至8月15日,热卖期为8月16日至9月30日,续热期为10月1日至10月15日。以“9”为标志,结合启动仪式和农民丰收节,设定8月9日、8月19日、8月29日、9月9日、9月19日、9月23日、9月29日和10月9日为点爆日,不断制造爆点,深化邮政特有的“919”记忆符号。现在,消费者可通过邮乐网一键选购全国优质农产品,



享受田间到舌尖的极致新鲜。

在黔东南州兴义市,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门负责人表示,“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、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,推出拼团享优惠活动,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



↑“919农品节”期间,邮政开展邮政农产品进网点活动。

←邮政网点面向周边社区开展拼团服务。

↓邮乐网帮助农户销售板栗。



(本文图片由贵州邮政提供)

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

为激活基层网络,贵州邮政的村邮站站长们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“山货上头条”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”,贵州邮政以商旅、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,扎实解决销售难问题。同时,积极搭建邮政为农金融服务体系,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表示的表态掷地有声。

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,正通过邮政编织的绿色供应链紧紧相连,共书写着“农民获利、消费者获益、邮政获客、政府获赞”的共富新篇。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”。