

多家境外贵州商会来黔觅商机 推动更多“贵品”走向世界

贵州日报天眼新闻记者 冯倩

“贵州藏着那么多宝贝，太值得带出去了。”在刚刚结束2025年贵商发展大会之后，美国、日本、阿联酋、俄罗斯、莫桑比克等多个国家或地区贵州商会代表走进贵州一码进出口有限公司，共商白酒、刺梨、抹茶、辣椒等贵州特色农产品出海路径，为“贵品出海”搭建合作桥梁。

刺梨含有高维及其他健康营养价值，辣椒制品香味独特，抹茶及其他茶制品、酱酒产品也广受好评……交流会上，各方围绕不同国别市场策略、文化差异与政策壁垒等展开探讨，对贵州系列产品出海都表现出浓厚兴趣。

“贵州农特产品在美国一定会有很好的消费市场。”在看到“码游贵州”数字平台跳动的数据背后，不停显示刺梨汁、苗绣、白酒出口

订单信息，美国贵州商会副会长舒萍感叹：“离家30余年，却不知贵州早已发生翻天覆地的变化，看着品种多样的农特产品俏销海外，才发现贵州离世界是越来越近了。”

今年，在日本大阪世博会上，日本贵州总商会与一码贵州签订了战略合作协议，将贵州茶出口到日本。

日本贵州总商会会长刘锦说：“京都的茶道爱好者品尝湄潭翠芽时都连连称赞，每次大家问我这是产自中国哪里的茶，我都自豪地回答，贵州。”

中东阿联酋贵州商会会长徐洁满怀信心地说：“我已经把贵州酒出口到中东，签约了十几家酒企，如今，不少华人圈在喝，连本地王室

成员也开始收藏，大家纷纷表示贵州酒不仅品质好，还有故事，值得慢慢品，未来一定能在世界的高端市场占有一席之地。”

当谈到贵州独特的维生素C之王——刺梨，境外商会代表们纷纷表示，刺梨是大自然给贵州的“礼物”。

俄罗斯贵州总商会秘书长龙双富对刺梨出口充满信心，在他看来，西伯利亚的冬天漫长寒冷，当地人对高维生素、高能量的食品需求旺盛，而刺梨、天麻、杜仲这些贵州特产，恰恰契合他们的健康理念。

“我已经联系了几家莫斯科的高端超市，他们对‘中国贵州’这个品牌非常感兴趣，未来的餐桌上，会有更多俄罗斯家庭因一杯刺梨酒

而记住贵州。”龙双富说。

看着灯光下闪烁出温润光泽的贵州银饰，莫桑比克贵州商会秘书长王红表示，“这完全可以登上国际时尚舞台。”

“在莫桑比克，人们对天然、有机、有故事的产品越来越青睐，贵州的生态优势具有很强竞争力。”王红介绍，目前在非洲已经建好了贵州农特产品物流园海外仓，未来更多贵州好物可以通过莫桑比克分销到周边国家。

此次交流进一步强化了“专业服务商商会”的合作模式。一码贵州总经理王小海表示，各境外贵州商会作为连接海内外的重要纽带，其对当地市场与政策的理解，将为黔货出海提供关键支持，助力更多贵州优势优质产品走向海外市场。

■ 项目一线

贵平高速 主线实现全线贯通

本报讯（记者 刘力维）11月10日，由贵州交投集团投资建设的G7522贵阳至北海高速公路贵阳至平塘（黔桂界）段主线实现全线贯通，为项目全力冲刺年内建成目标奠定坚实基础。截至目前，贵平高速项目总体形象进度达96.3%。

贵平高速起于乌当羊昌，终点于黔桂省界云阳关，顺接在建天峨至北海高速公路，路线全长174018公里，设计速度100公里/小时，设枢纽互通5处，落地互通13处，互通连接线66公里，全线桥隧占路线总长的50.7%。

项目建成后，将形成贵阳至北部湾的高标准、大容量、高效的南北纵向运输大通道。同时与羊昌至长顺段（贵阳西环）和都匀高云雾至长顺段（贵阳南环）共同组成贵阳市的外环高速布局。对完善全省高速公路网络，加快黔中城市群加快发展和黔中经济区建设、支撑区域工业化和新型城镇化进程具有重要意义。

花滩子水库 完成年度投资目标超九成

本报讯（记者 向莉君）近段时间，铜仁市思南县花滩子水库工程建设现场一片火热，施工人员精神饱满，正以分秒必争的干劲冲刺全年目标。当前，该工程已累计完成投资7.46亿元，为2025年度目标任务的93.25%。

为营造“比学赶超”的浓厚建设氛围，确保工程如期推进，花滩子公司联合中国铁工投资花滩子项目EPC总包部创新工作机制，启动“决战四季度，大干保目标”劳动竞赛，由EPC总包部设置奖励办法，构建起“比产值、比安全、比质量、保节点”四维考评体系，有效激发参建单位积极性。今年以来，参建团队克服9月份、10月份的两次洪水影响，按期推进项目建设，当前该工程建设已进入大坝混凝土浇筑阶段，累计浇筑高度已达10米左右。

花滩子水库工程是国家150项重大水利工程之一，建成后将有效解决思南县中心城区和周边农村33.73万人，以及思南县省级工业园区、塘头坝子等501万亩连片灌区的生产生活用水问题。

板上发电 板下种植

初冬时节的威宁大地寒意渐浓，但位于毕节市威宁县双龙镇高山村的国家电投集团贵州金元威宁能源股份有限公司仙水窝农业光伏电站里却透着勃勃生机。

“板上发电、板下种植”的立体模式，让这片曾经闲置的山地实现一地两用。光伏板下种植的荞麦颗粒饱满，蔬菜、牧草长势良好，为周边群众增收带来了新希望。

威宁素有“阳光之城”和“高原风谷”的美誉。截至目前累计建成光伏项目41个，总装机容量达250.3万千瓦，累计发电169.09亿千瓦时，装机规模和发电量均稳居全省第一。

罗喜贵 摄（影像贵州）



雅友新材扎根“亚洲磷仓”尽享原料采购优势 打造世界级新能源电池材料供应商

贵州日报天眼新闻记者 牟绍莉

雅友新材副总经理杨代红说。这份信心，不仅源于区域产业布局的利好，更来自企业精心构建的成本优势。

“上下游互补、产业链共生，生产所需的磷酸一胺、液氨、七水硫酸亚铁等重要原料，在300公里范围内就能全部配齐，物流成本大幅降低。”杨代红说，除了原料采购的地理优势，先进工艺的加持更让成本“再降一步”，能减少10%左右。

在企业生产车间，两条自动化生产线正以饱满的状态高速运转，除了投料和包装环节需要人工参与，其余工序均实现无人干预。

“我们采用先进的设备保障连续稳定生

产，全过程无需过多人工管控，工作效率大幅提升。”杨代红说，智能化、数字化、节能、绿色环保是企业始终坚守的发展目标，也正是这些优势，让产品在激烈的市场竞争中更具底气。

企业的生机勃勃，与持续加大的研发力度密切相关。“2024年研发费用超2400万元，今年预计投入将超5000万元。”杨代红说，公司总部组建了200多人的科研团队，专攻核心技术研发；在本地也成立了8人的研发小组，负责常规工艺改进。从生产工艺优化到产品迭代升级，研发力量贯穿生产全流程，为企业注入源源不断的动力。

高额研发投入结出丰硕成果，产品和工

艺实现重大突破。雅友新材在湿法段新增原料优化举措，让产品性能更稳定；从去年底启动3代产品向4代产品的过渡，今年年初4代产品就已成功批量投向市场；针对新一代磷酸铁生产需求，关键设备也完成调整升级，为产能提升奠定坚实基础。

通过技术改造，雅友新材的产能提升了20%，现在单日产能达360吨，今年9月份，更是创下1.1万吨的月产能新高。“按照当前发展态势，今年产值预计超过11亿元，同比增长约50%，公司正以十足的干劲，全力保障生产，向着‘世界级供应商’的目标稳步迈进。”杨代红兴奋地说。

（上接第一版）
特色产业让山地聚宝盆点绿成金
贵州的山地特色农业，正在经历一场从“土疙瘩”到“金元宝”的华丽蜕变。

10月，一场“贵”字号农产品的风味盛宴在天津登陆，第二十二届中国国际农产品交易会上，来自贵州的30家本土优质品牌商家携120余种商品集中参展，“维C之王”刺梨、“高山慢养”的关岭牛、“开胃密码”酸汤、“干净”的贵州绿茶，在交易会上大放光彩。

“贵”字号出山的持续发力，为贵州特色农产品打开了更多市场，新兴的电商渠道，将此转化为实实在在的销售佳绩。就在不久前，六盘水“和美乡村·数商兴农”农村电商村播活动落幕，80余名直播达人接力推介，累计直播超200小时，带动农产品销售突破500万元。这场“云端”盛会，让“贵”字号出山入海的步伐迈得更快、更远。

为了让这样的“热效应”持续发酵，建立更坚实的体系支撑，10月，京东集团与贵州农发集团签署战略合作协议，共同推

动“贵品出山”，增强贵州农产品

品牌影响力与市场竞争力。贵州农发集团党委委员、副总经理邓荣光表示：“我们与京东将展开深度合作，逐步构建出‘营销、配送、智慧农业、电商培训’的产业发展支撑体系，助力‘贵品出山’，不断提升贵州农产品的品牌影响力和市场竞争力。”

从不断挖掘自身优势，在土特产上做精做强，到农业特色优势产业“接二连三”，嫁接“云端”。近年来，贵州农业特色产业蓬勃发展，大方天麻、遵义朝天椒、关岭黄牛等14个“贵州字号”区域公用品牌入选全国农业品牌精品。全省辣椒、刺梨、李子、天麻、薏仁、太子参种植规模全国第一，茶叶、中药材、猕猴桃全国前三，夏秋蔬菜产业发展成为全国重要主产区。

从展会亮相到电商破局，从企业联手到产业深耕，一批批“贵”字号农产品以优质优品不断赢得市场认可，一步步构建出助农增收的牢固模式。特色农业不仅成为“两江”上游重要的生态屏障，更化身为富民增收的“绿色银行”，为贵州的农业现代化与乡村全面振

兴注入源源不断的新动能。

和美乡村铺展让乡愁可寄可触

今年9月底，花江峡谷大桥的正式通车，如一道飞虹横跨天际，将曾经两个多小时的蜿蜒路程，缩短为两分钟。这一刻，不仅是交通的跨越，更是无数人生活轨迹的改写。

在贞丰县平街乡花江村，村民梁再芳的农家乐炊烟袅袅。天桥通了，游客一天比一天多，生意忙不过来，还有外国人来呢。”她笑着说。桥下的小村庄，因一座桥而焕发新生——路通了，财也通了，思想通了，一切都通了。

对于世代居住于此的人们来说，这座桥不仅是交通的便利，更是通往未来的桥梁。家住安顺市关岭自治县花江镇五里村的何品九赶上了这波热度，依托电商将家乡的蜂糖李树苗卖向了全国，她说：“花江峡谷大桥通车后，我们村的发展机遇更多了。”

纵观全省，发展的机遇多面开花，贵州学习运用“千万工程”经验，以如椽巨笔描绘“四在农家·和美乡村”锦绣图景，乡村不再是落后的代名词，而是让人留恋的诗情栖居地。

一场农村人居环境的深刻革命正在铺展。以“四在农家·和美乡村”为载体，贵州全省实施“两清两改两治理”和卫生家庭建设行动，逐步构建出“营销、配送、智慧农业、电商培训”的产业发展支撑体系，助力“贵品出山”，不断提升贵州农产品的品牌影响力和市场竞争力。”

“贵品出山”的持续发力，为贵州特色农产品打开了更多市场，新兴的电商渠道，将此转化为实实在在的销售佳绩。就在不久前，六盘水“和美乡村·数商兴农”农村电商村播活动落幕，80余名直播达人接力推介，累计直播超200小时，带动农产品销售突破500万元。这场“云端”盛会，让“贵”字号出山入海的步伐迈得更快、更远。

从展会亮相到电商破局，从企业联手到产业深耕，一批批“贵”字号农产品以优质优品不断赢得市场认可，一步步构建出助农增收的牢固模式。特色农业不仅成为“两江”上游重要的生态屏障，更化身为富民增收的“绿色银行”，为贵州的农业现代化与乡村全面振

兴注入源源不断的新动能。

（上接第一版）

向“美”而行，城市蝶变书写人居新典范。“一核三心多组团”格局下，42万户居民告别棚户陋巷，150万人迎来崭新家园。地铁织线成网，日均运送旅客70万人次，重要节假日更突破百万大关。人才用脚步投票，年均新增常住人口20万，最佳人才发展生态城市实至名归。这座“千园之城”正以99%的空气质量优良率和55%的森林覆盖率，诠释着“自然城市”的生态担当。

向“精”而行，乡土沃野孕育振兴新希望。现代山地农业结出硕果，农业“芯片”动能澎湃，主要农作物综合机械化率达63%。农产品加工总产值突破千亿元大关，加工转化率提升18个百分点，从“黔货出山”到“品牌强农”，田间地头正升腾起更多可能。

向“新”而行，文旅融合绽放多彩新魅力。45家A级景区串珠成链，青云市集年接待游客突破2000万人次大关。“路边音乐会”唱响“爱乐之城”，“六爽”魅力吸引八方来客。旅游总收入较2020年增长37.9%，“最佳避暑旅游城市”“大美之城”等殊荣接踵而至。当咖啡香飘过花江峡谷大桥，当非遗文创走进现代生活，“爽爽贵阳”正成为更多人向往的诗和远方。

向“实”而行，民生温度标注幸福新刻度。城乡居民收入年均分别增长5.8%和7.9%，腰包更鼓，日子更红火。“一圈两场三改”让幸福在家门口升级，297万个托位数缓解“带娃焦虑”，1351万个新学位托举明天。4个国家区域医疗中心落