

省贸促会（省博览局）

链接全球资源 服务开放发展

兰荣江

2025年，是“十四五”收官之年，也是贵州经贸与会展事业极为不平凡的一年。

这一年，黔桂—东盟经贸合作交流暨产业考察活动在贵阳举行，第十五届马中企业家大会与第三届亚洲女企业家大会首落贵州，第十四届中国（贵州）国际酒类博览会圆满举办……会展聚势、经贸赋能，为全省高质量发展交出了一份亮眼答卷。

这一年，省贸促会（省博览局）坚守“链接全球资源、服务开放发展”核心职能，以重大会展为纽带，以双向投资为抓手，以精准服务为保障，在“引进来”与“走出去”的双向发力中，推动全省开放型经济高质量发展迈上新台阶，为“十四五”画上圆满句号。



第三十一届中国兰州投资贸易洽谈会贵州展区现场。【省贸促会（省博览局）供图】

重大会展接连举办 开放平台能级跃升

2025年的贵州，成为国际会展的重要目的地与对外展示的交流窗口。第十四届中国（贵州）国际酒类博览会以“汇全球佳酿 促开放合作”为主题，聚焦经贸合作、产业发展、行业交流、文化赋能、消费促进等多个维度举办30余场各类活动，吸引29个国家的使领馆官员、行业翘楚、商协会及组织负责人和国际知名酒庄（酒庄）代表参会，展览展示总面积92万平方米，参展企业1014家，展示境内外酒品2万余款，累计进馆观展人数27.98万人次，酒博会国际化、专业化、市场化进一步提升，重大开放平台功能作用更加凸显。

国际高端会议首次落户黔中，为我省链接全球资源注入强劲动能。

第十五届马中企业家大会与第三届亚洲女企业家大会相继在黔举办，吸引150余位境外嘉宾、250余家国内外企业代表及近400名亚洲女性商业领袖齐聚，通过贸易投资对接、产业考察等系列活动，推动经贸合作从“面状交流”向“点状精准对接”深化，显著提升贵州在国际工商界的知名度与话语权。

与此同时，省贸促会（省博览局）高标准完成2025年生态文明贵阳国际论坛议程筹备，以线上线下融合展陈方式，生动展现贵州生态文明建设成果。精心打造2025年日本大阪世博会中国馆“贵州活动周”，吸引50余家企业的美酒、好茶等亮相，3天内举办12场经贸文旅活动，以“多彩贵州 绿色未来”为主题，在境外奏响贵州开放强音，实现了省级层面首次参与境外世博会的重大突破。

在产业链供应链合作领域，我省积极融入国家战略，扎实做好中国供应链促进博览会参展参会工作。第三届链博会上，16家贵州优势企业集体亮相，达成现场成交额及意向金额3900余万元，对接93个意向合作项目，“链接贵州”推介洽谈会成功举办，助力贵州企业深度嵌入全球产业链供应链；第四届链博会贵州推介会暨签约仪式上，省大数据产业集团、贵州翰凯斯智能技术有限公司等12家企业及单位签署参展意向，为后续合作奠定坚实基础。

经贸拓展双向发力 合作空间持续延伸

“走出去”与“引进来”双向并举，贵州经贸合作空间持续拓宽。省贸促会（省博览局）深入贯

彻中国贸促会“千团出海”行动部署，组织经贸团组赴越南、埃塞俄比亚、埃及、白俄罗斯、格鲁吉亚等国家，举办4场经贸交流活动，拜访50余家商协会及企业，精准对接合作需求。同时，积极搭建境内外对接桥梁，组织日中经济协会代表团赴贵阳、遵义考察，扎实推进中国—瑞士、中国—澳大利亚商务理事会地方联络办公室工作，推动双边经贸交流走深走实。

以展促贸成效显著，特色产业出海步伐加快。通过组织企业参加第二十届中国西部国际博览会、2025泰中合作博览会等境内外展会，帮助企业达成现场成交及意向订单2600余万元。在重点产品出口方面，成功推动氟化氢等产品出海从福建福清调整为广西北部湾港，运距缩短一半，每年可为企业节约物流成本约6000万元；促成10万袋贵州刺梨汁首次批量报关出口马来西亚，实现特色农产品出海重大突

破，为“黔货出山”增添新动能。

这些成果与我省“十四五”期间外贸结构持续优化的态势高度契合，全省货物进出口总额从2020年的546.5亿元增长至2024年的858.6亿元，年均增长11.96%，与195个国家（地区）建立经贸往来，共建“一带一路”国家进出口年均增长23.4%，东盟连续3年成为贵州第一大贸易伙伴。

服务体系不断完善 保障能力持续增强

商事法律服务与贸易投资促进双轮驱动，保障体系日益完善，为企业发展保驾护航。全省贸促系统全年累计签发原产地证书、商事证明书等各类证书3400余份，涉及金额约39亿元，通过线上指导、线下培训、“一对一”现场讲解等多元方式，提升市（州）贸促会出证认证服务水平。

首次面向全省企业举办商事法律培训班，吸引83家企业140余名代表参加。创新设立“法律服务日”，构建“法律服务日+日常服务”双轨联动模式，发布经贸预警34期，推送服务信息80余次，采集外贸形势调研样本290余家（次），成为企业出海的可靠“指南针”。

针对企业发展需求，省贸促会（省博览局）持续强化能力建设，组织10期“2025年对外经贸大讲堂”系列线上培训，覆盖全省贸促系统及外贸企业，全年参训人数达3000余人，有效提升企业国际化经营能力。

在博览事务推进方面，积极配合发改等部门落实生产性服务业加快发展政策，推动会展业与“六大产业基地”建设深度融合，成功引进2025中国贵州太阳能与光伏及风力发电技术装备展览会等专题展会首次落地。省会展行业综合信息服务平台全年发布行业信息4700余条，组织相关单位参加2025国际会展活动产业链大会，持续促进会展行业交流合作，为全省会展业高质量发展注入活力。

从“十四五”的砥砺前行到“十五五”的扬帆起航，我省正以会展为桥、开放为翼，在中国式现代化建设征程中书写内陆开放新答卷。省贸促会（省博览局）负责人表示，站在“十五五”开局的新起点，贵州正以更加开放的姿态拥抱世界。省贸促会（省博览局）将持续发挥桥梁纽带作用，深化会展平台建设，拓展经贸合作空间，完善服务保障体系，为我省“十五五”时期打造内陆开放型经济新高地、实现高质量发展持续贡献贸促（博览）力量。

从“论头卖”到“论克卖” 看黄牛产业变化

——贵州黄牛集团以改革促发展路径探索

梁圣

种业攻坚

从依赖引种到自主育种

肉牛种业是产业发展的“芯片”，长期以来是我省肉牛产业发展的短板。贵州黄牛集团瞄准这一产业核心环节，展开了一场从依赖引种到自主育种的种业攻坚。

1月初，黔西甘棠第一核心育种场，工作人员对安格斯纯血母牛进行了健康监测。这里已成功获批贵州省级安格斯牛核心育种场、国家级布鲁氏菌病（非免疫）净化场，正积极推进安格斯国家肉牛核心育种场建设申报。这一转变的意义远超技术层面，它标志着贵州肉牛产业开始掌握发展的主动权。

贵州黄牛产业集团有限责任公司肉牛种质创新中心邱远介绍：“过去对安格斯牛的选育是利用进口优质冻精进行输配，通常一代需耗时至少2年。现在，通过基因育种芯片、胚胎移植等高新生物技术，产犊之后便可直接对牛犊进行优选，极大缩短了育种周期。”

自主育种不仅关乎肉牛产业核心种源质量和自给率，更是价值链攀升的关键。这一点在黔西甘棠第一核心育种场得到印证，贵州黄牛集团培育的贵州改良品种“和安F1代”，出栏体重比以往高出100公斤，养殖成本每头节约300元至400元，出栏利润提高600元。这组数据揭示了种业创新带来的实质性价值提升。

为了解决农户“买不到好牛”的问题，贵州黄牛集团还在全省多个地区推进建立起“牛超市”，提供优质的安格斯等良种牛源，将前沿育种成果快速转化为农户手中的生产力。贵州黄牛集团联合贵州大学动物科学学院共建“肉牛胚胎生物工程联合实验室”，同时通过与贵州大学、贵州省农科院等科研机构合作，加强良种选育和疫病综合防控技术推广，为联农带农提供了坚实的种源和技术保障。自主育种的突破，让我省肉牛产业发展迈入了“种源自主可控”的新阶段。

全产业链

从“卖活牛”到“卖牛肉”的转变

在安顺市关岭自治县现代农业产业园内，凌晨4点的屠宰车间亮如白昼，一条覆盖养殖、屠宰、深加工的全产业链屠宰场正加速运转。该屠宰场是贵州黄牛产业集团重点打造的全省首个配备无菌化分割车间的现代化屠宰场，在这里每天近50头牛经过控温排酸、速冻锁鲜

在巍峨的乌蒙高原，毕节市黔西市数万农户投身养牛事业，肉牛规模、规范养殖居全省前列；在蜿蜒的湄江河畔，黔东南州施秉县肉牛产业蓬勃发展，成为当地乡村振兴的强劲引擎；而在千里之外的粤港澳大湾区，贵州牛肉正以更奋进的“闯劲”打开广阔的消费市场……

从传统牧养向“全链”变革进军，从农户散养到抱团作战转型，这场深刻的产业升级背后，是贵州农发集团下属贵州黄牛产业集团有限责任公司立足贵州、面向全国的战略规划。

肉牛产业是省委、省政府重点发展的特色优势产业，近年来贵州黄牛集团以打造“全国一流肉牛企业”为战略目标，布局“良种繁育、饲料生产、标准育肥、科技服务、屠宰加工、市场营销”六大关键“战场”，带动贵州多地的肉牛产业实现了从无到有、从弱到强的转变，构建起贵州肉牛全产业链生态体系，推动贵州肉牛产业向高质量发展跃升，将千家万户的牧养生计与千变万化的广阔市场紧密串联，成为百姓增收、乡村振兴的新引擎。



后，24小时内即可抵达商超、餐饮门店、机关企事业单位食堂等。

“我们构建的不单是一条生产线，更是一套完整的肉牛生产体系。”贵州黄牛产业集团屠宰加工有限公司总经理王吉锋说，通过整合各个环节，屠宰场已具备了完整的屠宰、排酸、分割、包装、冷链加工生产能力，成为连接牧场与市场的关键枢纽。目前通过精细化分割，“精品牛肉”可增值30%，产品直供盒装鲜生、海底捞等企业。同时，在加工端开发卤牛肉、牛肉丸等精深加工产品，持续提升产品附加值。

通过自营和合营的方式，贵州黄牛集团在省内外部屠宰加工场，获ISO9001质量管理体系认证，ISO22000食品安全管理体系、危害分

析与关键控制点体系（HACCP）等权威认证。

为了让消费者买得放心、吃得安心，贵州黄牛集团大力推进数字化转型。依托“黔牛云”数智养殖平台，对牛只从出生、养殖、屠宰到加工销售的全过程进行数字化管理，实现了“一牛一码”的全程追溯，确保每一块牛肉都来源清晰、品质过硬。产业链整合创造了更高的价值，实现了“卖活牛”到“卖牛肉”的转变。

联农带农

将分散的养殖户纳入现代化产业链条

“以前，农户卖牛要看牛贩子脸色，价格被压得很低；现在和黄牛集团合作，我们只管把牛



↑ 精品牛肉成品。

← 贵州黄牛集团屠宰加工有限公司关岭屠宰场分割牛肉场景。【贵州农发集团供图】

养好，不用担心销路。”在毕节市赫章县朱明镇，养殖户有着深刻的体会。自贵州黄牛集团在毕节、安顺等地建立“企业+合作社+农户”模式以来，越来越多的农户加入到养殖队伍中鼓足了腰包。

产业发展的最终目标是惠及百姓。贵州黄牛集团通过创新构建“1+N+X”全产业链生态体系，将分散的养殖户纳入现代化产业链条，探索出了一条“转化养殖模式、强化联农带农”的乡村振兴新路径。

技术的赋能同样深刻。通过“黔牛云”和“黔牛帮”平台，贵州黄牛集团为分散养殖户提供数字化管理服务，从“经验养牛”向“数据养牛”转变，同时在多地开展“肉牛养殖专题

培训班”活动，帮助养殖户掌握先进的养殖技术和管理经验。

生态循环则体现了另一种智慧。贵州黄牛集团创新利用赤水河沿岸丰富的酱酒糟、酒曲和高粱秸秆作为补充饲料，既降低了养殖成本，又保护了生态环境；大力推行“粮改饲”和秸秆回收利用，大量收购农户的全株玉米和玉米秸秆作为青贮饲料。昔日被焚烧的废弃物，变成农户增收的香饽饽。

目前，贵州黄牛集团在省内外拥有50个自营及合作牛场，5万余头存栏牛只，4个屠宰场，累计带动1466万农户，2430个中小企业、合作社。

市场拓展

打造“贵州黄牛-中国和牛”的品牌之路

有了优质的产品，如何让“贵州黄牛”走出大山、走向全国？贵州黄牛集团打出了一套漂亮的“品牌组合拳”：

——确立“贵州黄牛-中国和牛”的品牌战略定位；

——抢占中高端商超，系列产品成功进驻盒马鲜生、大润发等全国知名连锁超市，设立专柜档口，直供机关企事业单位团餐；

——在贵阳、广州、上海等地开设“贵州黄牛体验馆”和餐饮门店；

——拓展线上蓝海，开展电商直播、入驻淘宝“贵州出山”专区，与美团等平台签署战略合作协议；

——紧盯粤港澳大湾区和长三角市场，实施“黔牛奔粤”战略；

这套组合拳效果显著。2025年1月，在广东省广州市举行经销商答谢会，贵州黄牛集团与上海天萃食品公司、厦门驰得宝公司等6家企业签订合作协议，涉及牛只38万头、金额5.7亿元，实现新年市场“开门红”；2025年举办粤港澳大湾区“风从山中来”“粤黔协作 黔菜广进”产销对接暨招商引投资活动等9次展销推介活动，成功承办全国第三届肉牛种业大会。

市场给出了有力回应。贵州黄牛集团的牛肉及牛肉制品入驻知名商超门店300多家，连锁餐饮门店2000余家，直供机关企事业单位团餐100多家；2025年11月贵州黄牛集团与美团签署战略合作协议，2025年12月3日正式通过美团开启牛肉销售，截至目前每日超过1万单。瞄准华南、华东、西南等重点区域，2025年贵州黄牛集团稳定1000万元以上大客户25家，销售活牛59208头、牛肉1278.55吨，实现营收超10亿元。自集团成立以来，累计实现营业收入约50亿元。

通过全产业链生态体系的构建，贵州黄牛集团不仅筑牢了产业根基，更让贵州牛肉跨越山水、走向全国。这背后，是千家万户的小生产对接千变万化的大市场生动实践，更是贵州肉牛产业迈向广阔天地踏出的稳健步伐。

本版责编：胡卡妮 康琪 张元斌 樊天鹏 版式设计：陈倩