



信息多一点

全省已筹集开工 保障性租赁住房 11.05 万套

本报讯 (记者 陈露) 记者从省住房和城乡建设厅了解到, 2021年以来, 全省共筹集开工保障性租赁住房11.05万套。截至2025年11月底, 已竣工7.07万套, 正在出租使用5万套, 有效解决了新市民、青年人和引进人才等群体的住房困难问题。

松桃经济开发区一家玩具企业生产车间。李焜 摄

一年卖出三亿多元 安顺烤小肠闯出大市场

本报讯 (记者 王怡) 1月20日夜, 安顺市西秀区顺街街市人头涌动。淡淡炊烟中, 一粒粒烤小肠在铁丝网上滋滋作响, 混合着油脂香、辣椒香、独特焦香味萦绕鼻尖。这是当地最具辨识度的气息——安顺烤小肠。

谁也没想到, 这个起源于安顺市西秀区大西桥镇九溪村的小吃已从家庭作坊“升级”到标准化生产, 成为撬动区域经济发展的一个新引擎。

目前, 大西桥镇烤小肠规模以上企业有18家, 个体及经销商300余家, 日产量稳定在40吨左右, 年销售额超3亿元, 产品已销往北京、上海、广东、浙江、四川等国内市场, 并获得了来自柬埔寨等地的海外订单。

大西桥镇第一家办理烤小肠生产经营许可的是贵州安顺勇跃食品有限公司, 总经理马亮勇就是九溪村人。“九溪村民杀年猪的时候, 会切下一些小肠, 洗干净后用柴火烤着吃, 招待亲戚朋友。”马亮勇说, 后来九溪烤小肠逐渐有了名气。

2025年5月, 在大西桥镇党委、政府牵头下, 当地成立了烤小肠行业协会。协会以“规范产业、提质增效、抱团发展”为宗旨, 制定品质管控体系, 建立原料检测、批次检测、产品溯源“三重保障”机制, 推动了产业从“小作坊”向“大集群”升级。

“除了生产工人, 我们还有120多人常年在外面跑销售, 能干的销售员一年有20多万元收入。”马亮勇介绍, 现在, 大西桥镇烤小肠从业人员有1500余人。

当前, 大西桥镇正积极引导烤小肠行业协会申报“省级非物质文化遗产代表性项目”与“国家地理标志产品”, 以及加强烤小肠品牌建设。同时还因势利导, 规划建设“屯堡特色食品产业园”, 延伸仓储物流产业链, 实现生产、仓储、配送一体化运营。

2025年同比上涨0.5%

贵阳CPI温和回升

本报讯 (记者 王怡) 记者从国家统计局贵阳调查队获悉, 2025年, 贵阳市居民消费价格指数(CPI)同比上涨0.5%。其中, 食品价格上涨0.1%, 非食品价格上涨0.5%; 消费品价格上涨0.2%, 服务价格上涨0.9%。扣除食品和能源价格的核心CPI同比上涨1.0%。

从整体上看, 去年随着中央、省市各项提振消费政策措施陆续出台, 消费市场回暖, 叠加贵阳“六爽”旅游火爆带动文旅服务价格上涨, CPI整体呈现温和回升态势, 各月同比较上年同期均有所上涨, 全年各月CPI同比指数运行在1001至1009之间。

贵州特色水果

产业技术体系启动

本报讯 (记者 刘绍波) 贵州特色水果产业技术体系启动会日前在贵阳召开。来自省农业农村厅、贵州大学、省内各科研院所的专家学者及水果主产区农业部门、企业的负责人参会。

贵州独特的地形与气候, 孕育了贵州水果独有的品质与风味。近年来, 贵州猕猴桃、蜂糖李、苹果、蓝莓等一批水果“出圈”“出彩”, 成为我省农业经济的一大支柱产业。但与其他水果大省相比, 我省水果产业仍存短板, 包括基础设施建设滞后、人力成本高、科技支撑有待加强、品质标准不一、品牌溢价不足、产业链不完善等问题。“亟须通过加强体系建设来推动水果产业高质量发展。”会上, 国家柑橘产业技术体系猕猴桃植保技术岗位专家, 省特色水果产业技术体系首席科学家、贵州大学农学院教授龙友华详细介绍了我省特色水果产业技术体系建设的思路及行动方案。

龙友华介绍, 未来3年, 体系将优先聚焦猕猴桃、蜂糖李、蓝莓、苹果四大产业提质增效, 应急攻关主要树种产业技术问题; 发力建设产后处理与加工增值体系, 绿色生态栽培体系和现代种业创新体系; 与行业协会融合, 深入分析“贵果”区域品牌提升路径, 探索“果园+文旅”“果园+康养”等新业态模式。同时, 突破2到3个品类种质创新, 集成3到5套绿色技术规程; 示范推广区单产提升10%, 优果率达85%, 助力打造1到2个全国性品牌, 打造1到2个科技型企; 建成三级服务网络, 培养100人以上骨干队伍, 构建大数据平台雏形。

责任编辑: 肖勇 刘杰 版式设计: 查雨施 张睿

5年前租房还很容易, 如今情况大不相同——

松桃经开区为何“一房难求”

贵州日报天眼新闻记者 鲁毅

近日, 在位于铜仁市的贵州松桃经济开发区, 记者听说周边“一房难求”, 心生好奇: 难在何处? 因何而难? 难题有解了吗? 遂进行了一番探访。

房源紧俏

“帮我留意, 周边任何房源都可以。”前段时间, 贵州德元玩具精造科技有限公司总经理黄培德如此拜托中介的信息发了一条又一条。他的工厂刚在松桃经济开发区投产, 急需为自已和技术骨干安个“家”。然而, 回复几乎一致: “黄总, 手上真的没有, 一腾出来立刻通知你。”

为同样的事情发愁的, 还有贵州耀辉玩具科技有限责任公司总经理朱学成。他在经济开发区周边找了个遍, 最终只能去远些的城边找。

对松桃经济开发区第一家玩具企业贵州乐嘉文创科技有限公司来说, 2021年刚入驻时这样的租房需求唾手可得。那时, 园区周边安置房的空房率很高。如今, 情况彻底翻转。

租房市场的紧俏, 是一道简单的算术题。随着乐嘉文创、巧积玩具、德元精造等18家玩具生产企业扎堆入驻, 这个“无中生有”的产业集群, 犹如一块巨大的磁石, 吸纳了8000多人就业。

产业工人、管理人员、配套商户的涌入, 迅速填满了园区员工宿舍和周边的空闲房间。过去冷清街道如今商铺林立, 人流如织。房租更是水涨船高。

“现在不是人挑房, 是房挑人。”一位房产中介说, 一处房源挂出, 当天就会有好几

拨人来看。

磁吸效应

在这里, 租房难像一面镜子, 照见的不是资源的紧缺, 而是一个产业带来的活力。企业“择木而栖”。而这根“良木”的养成, 源于一场对营商“土壤”的主动改良。

2021年, 当主营塑胶玩具的贵州乐嘉文创科技有限公司决定从广东东莞迁出时, 西南腹地的松桃并非唯一选项。最终让企业下定决心, 是被称为“松桃速度”的承诺与实践。

从签约到第一件产品下线, 仅仅43天。这被压缩的时间背后, 是松桃经济开发区“企业之家”提供的全流程代办服务, 是规范涉企检查、让企业静心生产的制度保障。

“就像有客人远道而来, 主人提前就准备好了一个随时可以生火开灶的厨房。”贵州乐嘉文创科技有限公司总经理邵建龙这样比喻。

这个备好的“厨房”, 让乐嘉文创迅速从试水“迁徙”转为安心“深耕”, 产值在数年间从千万元级跃升到了亿元级, 并成为吸引同类企业的“头雁”。

单一龙头企业的落户, 只是开端。真正的产业“扎根”, 需要让产业链在本地“转起来”。

过去, 一颗塑胶粒的“旅程”充满奔波, 在广东注塑, 去浙江电镀, 再到江苏喷涂, 物流与时间成本居高不下。松桃的破题之法是进行精准的产业链“填空”。松桃县委、县政府围绕乐嘉文创等龙头企业, 按图

索骥, 精准招商。

模具研发、注塑成型、喷涂移印、精密包装……家家配套企业相继引入。以贵州德元玩具精造科技有限公司为例, 它能生产上千种配件, 彻底解决了下游企业的“零件焦虑”。

如今, 无需离开园区, 从一粒塑胶粒开始便能走完从原料到精品玩具的全部旅程。这种深度的本地化配套, 构成了松桃玩具产业最坚实的竞争壁垒, 也让链上企业安心扎下根来。

政府解题

其实, “一房难求”现象一冒头, 松桃经济开发区管理委员会就着手“解题”了。当黄培德、朱学成等企业负责人为租房奔走时, 这一困难也被走访企业的松桃经济开发区工作人员知悉。

“企业招来的人安不了‘家’, 这关系到企业的信心, 必须管。”开发区企业服务中心迅速将“工作人员住宿难”列为专项服务议题。

很快, 通过调整存量、新建增量, 累计筹集2200余套公租房, 优先照顾重点企业的产业工人和管理技术人才。同时, 企业服务中心工作人员化身“租房顾问”, 利用对本地社区的了解, 广泛收集更远范围内但通勤方便的房源信息, 为有需要的人员寻找合适的住所。

从“系统规划”到“个案协调”, 松桃用心应对。

“我们正加速推进新一轮保障性租赁住房的规划建设, 并将其与产业园区的发展规划紧密绑定。”松桃经济开发区企业服务中

心负责人介绍, 开发区还计划在园区周边配套建设更完善的居住社区, 内含宿舍、家庭公寓及商业设施, 打造一个“职住平衡、功能复合”的产业新城。

政府的快速响应和长远布局让企业感受到“雪中送炭”的温暖和“并肩前行”的决心。“房子最后是开发区同志帮忙找到的。”黄培德说, “通过这件事, 我感觉到在这里投资创业, 遇到困难不会是孤军奋战, 背后还有力量在支持。”

安居乐业

产业“扎根”, 人口“归巢”。松桃玩具产业集群最具生命力的创造, 在于它打破了工业园的空间围堵, 形成了“园区总部+乡镇微工厂”的辐射模式。这把解决就业的“钥匙”, 直接送到了群众的家门口。

走进贵州乐嘉文创科技有限公司在多个乡镇布局的13个微工厂和松桃巧积玩具有限公司设立的7个生产点, 机器欢鸣, 生产有序。数千名原本要远赴他乡的务工人员, 经过培训, 成了在家门口就业的产业工人。

“一个月挣4000多元, 又能照顾老人小孩, 比出去打工舒心多了。”在普贤微工厂上班的杨大姐说, 这份“稳得住”的收入, 让她心里踏实。

为让园区工作人员安居乐业, 松桃经济开发区还开办了“四点半课堂”和“爱心食堂”, 让务工父母不再为孩子放学后的照看问题发愁。

在这里, 从车间到家庭, 从就业到安居, 民生链条与产业链条同频共振。这也是“一房难求”背后深层、温暖的逻辑。

把贵州味道送上全国餐桌

“万家供销·贵品优供”线上线下都攒劲

贵州日报天眼新闻记者 杨小友

新年伊始, 省供销社印发《关于做好2026年一季度全省供销系统经济工作实现“开门红”的若干措施》, 提出要推进“万家供销·贵品优供”平台建设及运营, 激活产销对接平台, 畅通城乡双向流动通道。

“万家供销·贵品优供”是省供销社打造的公共品牌, 于2025年8月6日在深圳深港·会客厅发布。发布会上, 省供销社管理集团

团就与广东省供销集团、优合集团等粤港澳大湾区企业签订战略合作协议, 在冷链物流、渠道拓展、数字供销等领域深度合作, 护航“贵品优供”稳定供应粤港澳大湾区市场。

为做大做强这一品牌, 省供销社密集开展了一系列活动。2025年9月, 携近百种农产品入驻北京竞园农产品, 借平台四大扶持政策助“万家供销·贵品优供”开拓京津冀市场; 同

年10月, 协办2025年全国农产品产销大会(南部片区), 专题推介“万家供销·贵品优供”品牌, 并与中农集团签约; 同年11月, 优化品牌线上小程序、抖音店铺, 探索社区新零售模式; 同年12月, 参加2025脱贫地区农副产品产销对接活动, 品牌展示馆入驻粤港澳大湾区农产品供应基地……

“我们全力以赴在平台搭建、产品甄

选、渠道拓展上下功夫。”省供销社管理集团总经理李锐介绍, 品牌发布以来, 依托供销社优势, 打通线上线下农产品流通渠道, 联动系统内农产品经营企业, 成功构建起了一张产销协同、顺畅高效的经营服务网络, 将贵州山珍美味送到了全国餐桌。

现在, “万家供销·贵品优供”品牌已在广东、北京等地设立直供专区, 同时对接全国性电商平台与“832平台”, 线下“供销大集”与线上直播专场有序开展。

省供销社相关负责人表示, 将依托“万家供销·贵品优供”公共品牌, 整合地理标志产品、区域公用品牌及供销社老字号, 在各市(州)设地域特色专场, 构建“母品牌统一、子品牌多元”的格局, 推动我省优质农产品迈向全国市场。

公益广告: 山水养刺梨 VC护健康。刺梨富含多种人体必需的营养成分和改善机体功能的药效物质, 比如它的维生素C含量很高, 还富含黄酮、三萜等物质, 兼顾保健和药用价值。