茅台牵手道真 描绘满山锦绣

←福星村麻饼产业部分产品。
陈超 摄

茅台集团帮扶道真自治县大磏镇文家坝村发展养蜂产业，森林蜜受欢迎。
陈超 摄

黔北深山，曾因群山阻隔而璞玉深藏，如今在；仡乡道真，却凭产业“链”接迸发新生机。

自2015年起，茅台集团以十年精诚，在遵义市道真仡佬族苗族自治县开启了一场从外部“输血”到内生“造血”的深刻转型。这不仅是资金与项目的抵达，更是市场理念的嵌入、科技力量的浇筑和万千农心的凝聚。

日前，我们走进道真田间地头、工厂民宿、山水之间，用脚步丈量这场深山变革：沉睡的资源被精准的产业链激活，传统农事在智慧的科技链中蜕变，分散的农户借共赢的利益链融入市场。

这里的故事，是“绿水青山”就是“金山银山”的实践缩影，田间地头承载的不再只是农产品的价值，更是村民脸上舒展的笑容、村里账本上跳动的数字、仡乡发展中迸发的自信。

一场由内而外的振兴之变，正在黔北深山释放无限可能。

深山茶蜜“借链”闯天下

李勋 徐思雨

黔北群山深处，一缕曾被遗忘的甜蜜清香，正在“借链”闯天下。

在遵义市道真自治县上玉工业园区的现代化厂房里，恒温融蜜罐如熔金翻滚，全自动茶机正以每秒数袋的节奏，将来自苍茫茶山的青翠封入方寸茶包。

这里，是库迪咖啡5000万元真金白银砸下的西南腹地“味觉引擎”——库迪供应链（贵州）有限公司。它一头连着苍翠的万亩茶园与千余户蜂农守护的生态宝库；另一头，则牵动遍布全国的1.8万家库迪门店和超1万家终端便利店。

当打上“道真产”标签的糖浆和茶包穿越千山万水，出现在都市白领的早餐桌上、融入网红茶咖的风味中——一个关于味道改变命运、资本唤醒资源的深山产业传奇正在上演。

群山秘宝“深闺藏”，缘何叩响商业巨头心门？

“就凭这一口天然！”道真，藏在大娄山褶皱里的这颗生态明珠，坐拥万亩生态茶园、流淌着年产千吨优质百花蜜的清泉。然而，“璞玉深藏”曾是现实桎梏。

“顶好的夏秋茶，过去我们当‘废料’卖！价格？不值钱！”茶农冉后方的叹息道出万千农户的无奈。曾经，道真的蜂蜜、茶叶深陷“有资源无市场、有品质无品牌”的尴尬。蜂蜜难寻稳定销路，茶叶附加值极低——生态的馈赠，未能变成鼓胀的腰包。

谁来打通大山与世界的“任督二脉”？

2015年起，茅台集团聚力帮扶道真，不搞“大水漫灌”，拒绝“一投了之”。数亿元资金之外，更精耕十年——陆续选派50多名精锐干部驻村，踏破深谷寻路。

道真本地人黄树珍，这位茅台经销商化身当地产业突围的“编外尖兵”。看到乡亲背井离乡打工的酸楚，她凭一股子“硬闯”的韧劲苦寻多年：“一定要带大家在家门口致富！”即便一次次考察无果，也未曾磨灭她的心火。

去年春，是决定性的一杯！茅台集团驻道真帮扶工作队和黄树珍一道揣着几瓶晶莹的道真蜂蜜和几包鲜嫩的道真茶叶，直闯库迪总裁办公室，“来自仡佬山乡的生态珍宝，请品尝。”当蜂蜜的甘甜和茶叶的清香在舌尖化开，“唇齿留香”的瞬间点燃了合作的火花。

就是这一杯山里滋味，牵动了双方合作。这不仅是商业嗅觉，更是茅台集团深度践行省委、省政府大抓产业、大抓项目、大抓招商、大抓经营主体的生动实践——靠真心、凭实策、引实效，为深山架起通向财富的金桥！

库迪落户，山里的生产方式迎来巨变；科技重塑，让天赋异禀加速变现。4700平方米库迪工厂，成为了道真传统农事嬗变的“风暴眼”：

茶车间，曾被视为鸡肋的夏秋茶，经全流程自动化“整形”——精准筛分、智能拼配、急速密封，华丽变身为标准化“茉莉翠芽”。仅凭“边角料”回收技术，能让道真茶农每亩地额外增收上千元。

蜜工厂，恒温融蜜罐翻滚着金色的财富流，三级净化低吼作业，真空浓缩器如猛兽吞吐。这条年“消化”6000吨蜂蜜的智能线，正以每小时4000瓶的速度，将山野气息封入方寸玻璃罐。

而农户摇身一变，成为产业链上“主人翁”。“公司+合作社+农户”新链条，把农民紧密联结在现代农业产业链上。

上坝乡新田坝村民胡桥生的父亲曾是打理30多箱蜂的“蜂王”。年岁增长让管护力不从心，蜂箱锐减至7箱，散卖蜂蜜仅够糊口。

如今胡桥生穿上库迪工装，月入6000元的稳定工资让他倍感踏实。更让他心动的是，库迪即将推广的智慧养蜂新技术省时省力，加上公司订单兜底，他已盘算着让老爷子重操旧业：“他那一身本事加上新技术，还能当‘蜂王’！”

库迪供应链（贵州）有限公司厂长邱兴伟说，随着公司与中国农科院合作打造的智能蜂场项目下一步铺开，通过现代技术实现远程监控、蜜源预警、病害防控等，原本“靠天吃饭”的养蜂模式将被彻底颠覆。

从“输血”到“造血”，茅台集团驻道真帮扶工作队队长张玉羊目光灼灼：“库迪项目生根，是茅台帮扶道真实现产业转型、自我‘造血’的真正拐点！”

茅台十余年如一日的情谊，构筑起托举巨变的坚实根基。它撬动的不仅是资本与资源，更是科技赋能、市场意识、和万千农户对美好生活的向往。

机器轰鸣，封装的不只是蜜糖茶香，更是深山的沉寂希望。当道真蜜滴入都市拿铁，当翠芽幽香飘遍万千门店，这不止是产业迁移，而是一场在舌尖完成的乡村变革——它打通了“绿水青山”奔向“金山银山”的通道，书写了资本下沉、科技赋能、农企融合的中国式乡村现代化新篇章，更让世界品尝到黔北至纯滋味：“道真味道，未来无限可能！”

俯瞰道真自治县大磏镇文家坝村，智慧蜂箱散落山野。在茅台集团帮扶下，当地依托生态发展蜜蜂养殖，以甜蜜产业助力乡村振兴。
陈超 摄

麻饼里走出的村集体经济

管云

福星村藏在黔北道真自治县大磏镇的群山里。去年5月，茅台驻村干部陈鼎第一次走进这个村子时，麻糖麻饼厂刚建成不久，机器还没转过。

这座崭新的厂房是全村最像样的资产，但村集体经营性收入几乎为零。

福星村不是没有好东西。麻饼是这里最核心的特色，红薯熬糖、大米炸花、芝麻铺面，熬糖必须用发芽的稻谷，制成的麻饼味道纯正、口感酥脆、营养丰富，是实实在在的原生态绿色农产品。

但好东西藏在山里，走不出去。

陈鼎前后跑了十几二十趟，挨家挨户找老师傅谈。63岁的王代友做了三十多年麻饼，手艺是祖上传下来的。“一开始不信任，觉得我是外乡人。”陈鼎一边帮村民办实事，一边靠茅台帮扶的影响，慢慢攒下口碑。最终，63岁的王代友师傅松了口。

去年年底，工厂终于试运行。麻饼是“冬季限定”产品——天气一热，红薯糖就融化，粘连、流糖、不成型。全力生产一个冬季，产量达到4吨。

但问题接踵而至。原来的麻饼，一斤一大包，易吸潮、易软化。陈鼎通过茅台技术开发公司工业设计中心的支持，重新设计，改成独立小包装，一块一封，干净卫生、方便携带。

换了独立包装，又牵扯出一个效率问题。3人从早8点干到晚10点，一天仅能包装70件。“去年正值生产旺季，没有时间试错，必须先人工包装赶工期。”自动化设备探索放到今年，资金有限，容错率低，必须选稳、试稳再采购。

福星村副主任李谊说，独立包装推向市场后口碑明显更好。但红薯糖高温融化的问题始终无法解决，夏天不生产。“我们坚持用红薯糖，不换蔗糖，保证正宗口感。”这既是门槛，也是特色。

目前，麻饼销售以团拜会、单位采购、熟人经济为主，市场还没完全打开。去年，麻饼厂试营业纯利润约2万元。虽然不多，但这是福星村集体经济从零到一的突破。

陈鼎心里有了自己的盘算，满产一个季度需要至少10名工人，每人务工收入可达9000元，还能带动本村收购红薯、大米，增加村民种植收入；能吸纳用工，每人每天一百块；如果能拿下商标和生产许可，打开线上渠道，产业链还能再拉长。

“平时自己在家中也做点来吃，我制作麻饼有10余年经验了，自从村里建好厂房后，离家近，我就选择来这里上班，工资按照月薪算。”工作人员李树容说：“我觉得还是可以，上班挣钱的同时，也把传统手艺保存下来了。”

王代友会抽空到厂里，给大伙儿讲解制作方法。“希望借着这个厂子，把手艺教给更多人，带出更多徒弟。”陈鼎他们正在帮老师傅申报市级非遗代表性传承人，麻饼已是县级非遗，申报需要纪录片、工艺流程、传承谱系，材料正在一点点凑齐。

陈鼎的下一步计划也逐渐清晰：完成设备改造，上线自动化包装；拿下商标、生产许可等资质，启动直播电商；巩固老师傅团队，培养年轻传承人；统一品质标准，走中高端路线，拓展礼品市场。

麻饼虽小，但它是福星村集体经济突围的唯一抓手。陈鼎说：“资金有限，容错率低，每一步都必须走稳。”

凌霄河畔，关于“留客”的破题

马烈 刘显玉 徐思雨

道真河口镇三坝村的春日，十几个村民蹲在凌霄河边上，平整草地，栽下新苗。

“一天100元，从4月干到8月，能忙活4个月。”陈雄说，眼下一天要雇三四十个人——都在为5月的漂流做准备。旺季还没来，但三坝村已经醒了。

凌霄河发源于大沙河自然保护区，河水清澈，两岸峡谷险峻。早些年，这汪好水藏在山里，除了偶尔有驴友来探路，很少有人专程跑来。2022年，县里启动了凌霄河漂流旅游项目，全长11公里多的河道被梳理出来。

但项目有了，配套跟不上。去年开漂时，村里只有4家民宿，一天撑死接待两三千人。大多数人漂完就走，像凌霄河的水，哗啦一阵就过去了。

即便如此，去年7月到10月，凌霄河景区累计接待游客近10万人次，其中漂流游客接近1.9万人次，比前年翻了一倍多；漂流收入211万元，同比增长171%。这份成绩单让村里人既惊喜又遗憾——要是能把人留住，该多好。

今年，贵州省政府工作报告明确提出“立足资源禀赋，大力发展特色文化旅游”。茅台文旅公司的驻村干部陈雄与村委会一道，开始思考如何将三坝村的生态优势、文化优势转化为实实在在的发展优势。

茅台集团投入178万元，在漂流起点临河的空地上开建11个太空舱，面朝凌霄河，推窗即景。虽眼下还是平地，但今年5月便能投入使用。

与此同时，在休闲漂的终点处，凌霄河卢家坝露营地的建设同步推进。卢家坝露营地毗邻凌霄河漂流下半程终点，营区内风光旖旎，河水清澈，水流平缓，麻柳葱郁成林。村委会统一设立摊位，租给村民一个季度800元，村民在边上开设小卖部、小吃店等，一天也能进账好几百元。

住宿也在扩容。今年村里新增了4家民宿，卢家小院是最早开业的一家。老板卢琼刚从卖菜到种西瓜，后来掏出40多万元盖起这栋楼，15间客房正对着漂流终点。去年夏天周末几乎爆满，年轻人和家庭游客涌进来，“每年能净赚几万元”。这些实实在在的收益，让更多村民看到了旅游带来的改变。

陈雄从茅台文旅公司争取到10万元，沿村道立起一排排路灯，又在漂流终点设立“油菜花观景打卡点”。

灯亮了，路好走了，拍照也美了。三坝村有了越来越多的人气。

现在天气好时，有人会留下来露营，有人会带着孩子玩桨板，还有人专门从重庆开车过来体验水上CS。十里河畔，星空下摆开烧烤架和帐篷。

但三坝村不能只火一个夏天。漂流是季节生意，春天怎么办？村里种了几百亩油菜花，其中一百多亩专门留着观光，收入归村集体。春天看花，夏天漂流，文旅消费的季节便拉“长”了。今年村里还要做夜间文章——通过篝火晚会、夜间篮球赛等夜间经济活动，丰富夜游体验。陈雄还积极对接茅台文旅旗下旅行社，将三坝村纳入贵州旅游精品线路，借助品牌渠道扩大客源，形成“漂流带民宿、民宿带旅游、旅游带富民”的循环。

凌霄河边，河水依然是凉的，但河岸上的人，已经忙开了。

一位茅台人的驻村“三问”

马烈 徐思雨

四月初的道真自治县洛龙镇洛龙村，田垄上新播的红薯种刚刚入土。茅台驻洛龙村担任驻村第一书记的张静站在磨盘山薯业有限公司的苕粉厂门前，心里装着的却是秋天的事。

去年五月底从北京茅台贸易有限责任公司来到洛龙村，还不到一年。三个关键问题，勾勒出她与这个村庄共同探索的轨迹。

第一个问题，急切而具体：帮扶成果如何守住？

洛龙村有800多亩红薯，年产量400万斤。村里做苕粉有些年头了，纯天然、无添加，前任驻村书记罗伟还带着村民拿过遵义市科技进步奖。茅台前前后后投了100多万元，参与建设2200平方米的苕粉厂。这是过去帮扶留下的“家底”。

张静到任后，没有急着动手。她先走遍村里的田间地头、农户家中，全面梳理苕粉产业发展现状，细致摸清产业发展优势与薄弱环节。

看着看着她发现了问题：厂子以前总在春夏两季开工。可春夏正是道真的雨季，空气潮湿，苕粉晾不干，就容易发霉变质。

张静蹲在厂房里思索良久。红薯秋季采收，需及时加工成淀粉以便存放，可加工苕粉为何非要赶在雨季？秋天雨水少、日照足，正是晾晒苕粉的好时候，明明有这样的自然规律，为何不顺应而为？

顺着这个思路，第二个问题就冒出来了：光守住厂房和设备没用，村集体产业到底该怎么做强？

张静蹲在厂房里思索良久后，重新制定生产计划：将苕粉加工集中在秋季，趁天高气爽时晾晒。去年11月，厂子用储存的干淀粉试产5000斤，她全程盯岗把控工序——恪守茅台“质量是生命之魂”的规矩。产出的苕粉比以往更透亮筋道。厂里优先招录8名本地村民，每人日薪100元；首批苕粉由茅台全额采购，4万多元销售额全部归入村集体，筑牢了洛龙村产业根基。

可张静心里明白，茅台帮扶是基础，但总不能永远靠茅台内部消化。这个产业要活，必须自己走进市场。

第三个问题由此而来：特色品牌如何擦亮？

洛龙苕粉是好东西，可山外的人不知道。其实村里早些年就注册了“傩珑”商标，包装也升级过，就差一个窗口。随着当地交通条件的不断改善，张静抓住机遇对接多方资源：联动本地直播平台搭建线上渠道，以共赢模式让收益反哺村集体；依托茅台子公司资源，借企业活动、定向采购拓展线下市场，打通产销通道，让苕粉走出大山。订单从各处飞来，她说：“明年肯定要扩产。”

村民是最直接的受益者。湾子组的邓小兵算过一笔账：“我家每年采收红薯近1万斤，预计苕粉成品全部卖完可增加收入3万元左右。”种植大户霍文炳也细算过，3亩红薯按亩产六七千斤算，收入能上万元。村民在苕粉厂务工四个月就能增收1.2万多元，实现了农闲增收两不误。

洛龙村党支部书记宋洪俊看在眼里，满是感激：“我们开始产供销一体发展，既保证了本地特色，又能提高经济发展。”他说，茅台带着市场化思维来帮扶，把产业留在村里，村民收入涨了，生活水平也实实在在提高了。

从“怎么守”到“怎么强”再到“怎么亮”，驻村书记的三问，每一问都是直击产业发展的关键。不是简单的给钱给物，而是严控质量、找准节奏，再对接直播平台、链接经销商、打开市场。从种植到加工，从品控到销售，一条完整的产业链在洛龙村扎下了根。

“科技蜂箱”让甜蜜更智慧

管云

暮春时节，道真仡佬族苗族自治县大磏镇文家坝村，十余亩桂花林外，金黄菜花田铺向远方，蜜蜂穿梭采撷。这是今年第一波菜花蜜，但村党总支书记庞先林说，基地主打产品是10月漫山百花盛开时产出的百花蜜，菜花蜜附加值不高，暂不采收。

虽距采收还有数月，科技蜂箱的成效已十分显著。庞先林算了笔账：5个科技蜂箱与5个普通蜂箱对比，前者单次平均产蜜8.7斤，比后者高出3.1斤，增幅达55.4%，“多出来的收益，扣掉成本都是实打实的”。

这在几年前难以想象。过去，村民养蜂全凭老经验，蜂桶挂在屋檐下，蜜蜂来去随缘，收成全看天意。如今，桂花林下的养蜂场景早已不同：鹅黄、靛蓝、豆绿的蜂箱错落排列，每个箱体顶部的太阳能板吸收阳光，箱口防敌口只容蜜蜂进出，能阻挡马蜂等天敌；箱体内外的微型摄像头全天候监控，传感器和自动饲喂盘可实时统计温度、蜜蜂活动频率，蜜蜂仿佛住上了“智能公寓”。

这种转变，源于茅台集团的精准帮扶。文家坝村地处贵州大沙河自然保护区边缘，蜜源丰富，村民世代有养蜂习俗，但过去养殖零散、技术空白，产量极低。2022年，茅台集团出资48.2万元，帮助村集体建设标准化养蜂基地，还为建档立卡农户免费提供技术服务和部分蜂箱。

帮扶力度持续加码：2024年，贵州茅台重庆经销商联谊会捐赠14.85万元购置114个新型科技蜂箱，2025年4月完成投放；同年，茅台支持村集体以197万元入股，与企业合作开发蜂蜜刺梨饮品，推动蜂蜜从初级农产品向高附加值商品转型；2025年，茅台再投一百余万元，用于道真中华蜜蜂产业提质升级，涵盖技术培训、产品检验和新基地建设。

资金持续注入，养殖、加工、销售一体化的蜂蜜产业链逐步成形，产业模式也迎来重塑：散户散养变为基地规模化养殖，未经检测上市变为第三方20项指标全检测，农户单打独斗变为集体统一销售，单一原蜜升级为品牌化运作。

目前，基地共有182个蜂箱，其中科技蜂箱114个、普通蜂箱68个，2025年产量1200斤，2026年预计达1500斤。产品形成梯度：中高端蜂蜜每斤约200元，中端刺梨蜂蜜条每盒60元，还有5至10元的平价蜂蜜水，覆盖不同消费群体。

“我们与相关企业合作，借助专业供应链实现标准化灌装和品质管控，让原蜜变成商品。”茅台派驻驻村第一书记韦成宝说，2025年采收的1200斤蜂蜜，今年一季度已售出1000斤，实现快产快销。

帮扶的棋局早已延伸至深山之外。2025年，茅台帮扶工作队联合当地经销商引进库迪咖啡建设蜂蜜加工厂，预计年营业收入过亿元，可带动数千人就业，为道真蜂蜜提供稳定大客户。

惠民始终是这场变革的底色。截至目前，蜂蜜产业带动村集体经济增收30余万元，提供2个固定就业岗位、十余个临时就业岗位，直接带动近20户家庭稳定就业。庞先林表示，茅台不仅解决了村里缺资金、缺思路、缺销路的难题，还带动村民发展农家乐、乡村民宿，激活了乡村旅游。

科技蜂箱的摄像头还支持游客线上“领养”，未来可实时查看酿蜜全过程；村里打造的养蜂体验馆，对接重庆避暑游客，提供现场采蜜、认养体验，实现科普与旅游结合。“我们要把蜂蜜产业做成村支柱产业，成为村民增收的‘甜蜜引擎’。”韦成宝说。

从文家坝村的“蜜事”不难看出，从经验养蜂到数据管理，从提桶散卖到接入专业供应链，正是茅台集团帮扶道真实现自我造血的生动缩影。

“小屏幕”连通山外大市场

管云

上午9点半，道真自治县平模镇平模社区的场坝边，人声渐渐聚拢。一个简单的可调节手机支架立在中间，上面夹着的手机镜头，正对准一张摆满农货的方桌。

主播冯净凑在镜头前，用带着黔北口音的普通话，热情地介绍着手中的糍粑：“这个是我们本地糯米做的，烤着吃、炸着吃，蘸黄豆面，香得很！”

他的身后，是忙着分拣、打包的镇村干部，和几位提着竹篮、背篓，满脸期待望着手机的农户。

镜头之外的“后台”，一位戴着眼镜、神情专注的女性正飞速在登记本上记录订单。她，就是这场“周二周四线上集市”助农直播的负责人，茅台派驻平模社区的第一书记赵漫漫。

“村里年轻人多外出，留守老人、妇女务农看娃无额外收入，而在外的老乡想念家乡味，却无靠谱购买渠道。”去年6月来道真帮扶，赵漫漫就想到了做助农直播。

直播间里，主播冯净正在介绍今天的土鸡蛋。他是平模经济发展办公室干部，本地人，农村长大。第一次直播时，他刚说两三句话背上就出汗了，“好在有网友互动，慢慢就放松了”。

那时候团队只有三个人——赵漫漫、镇党委副书记李向莉，还有冯净。没有一个人做过直播。为了学习，他们曾清晨6点半出发，赶往另一个乡镇“取经”，结果只学了个皮毛，关键的资质上传还得靠自己打电话、查资料，一点点“啃”下来。

为了攒够粉丝，她们每天直播，去农户家、蔬菜基地、水果基地，甚至直播去山上挖红薯。“我们觉得，这份‘糙’劲儿，恰恰是最打动人的地方。”赵漫漫回忆。

3月24日那场直播让赵漫漫印象最深，只有3个工作人员，平均在线100个人，卖了200单，从早上播到下午一两点，打包、送货忙到晚上10点。“累是真的累，但看到货卖出去了，就觉得值。”

农户李辉位住在街上，家里做糍粑、麦粑、黄豆面等。最开始，赵漫漫通知大家可以来直播卖货。“我们就想着试试，没想到真的能卖出去。”现在只要周二、周四有空，他就会把东西拿来。在直播点一天，能卖四五十斤。

村民龙柳仙背来了鸡蛋、豌豆米、糯米海椒。平时没时间赶场，有空就来线上集市。“一场下来能卖100多块，挺好的嘞，基本上带来的东西都能卖掉。”

赵漫漫对产品品质要求很严，农户拿来产品，先登记再检查，不合规的就让背回去。冯净是第二道关，“有没有变质，一尝就知道”。

粉丝大多是在外务工的道真老乡。赵漫漫说，一开始包装没经验，新鲜蔬菜寄出去会发黄，粉丝从来不会轻易给差评，反而主动提建议，告诉他们用泡沫箱加冰袋。有个粉丝收到野葱发现叶子有点黄，赵漫漫想补偿货款，对方却说不用，“我就是想尝尝家乡的味道”，还特意叮嘱“一定要把钱结给农户”。那一刻赵漫漫觉得，这份认可比什么都重要。

直播全程不赚差价，产品价格大部分和集市一致。赵漫漫心里有个账本，从去年11月19日开播到今年3月底，线上销售额6万多元，加线下代卖总销售额7万多元。

几个月的时间，这个“线上集市”已悄然步入正轨。团队从3人扩展到6人左右的固定小组，账号粉丝超过3400人。销售额从单场几十元，稳定到平均两三千元，若有腊肉等“硬货”，能达到五六千元。

更重要的是，一个涵盖几十户农户的“助农微信群”已经建立，大家习惯了“周二周四，线上集市”的节奏，甚至会根据粉丝“许愿”来准备产品。

如今，赵漫漫走在村里，招呼声变成了“赵书记，下次直播啥时候？”对她而言，这种被需要的感觉，甚至比在企业完成一个技术项目更让人“安心、舒服”。

上坝土家族乡食用菌园一角。陈超 摄

游客在道真自治县河口镇三坝村凌霄河漂流。茅台集团帮助三坝村发展农文旅，串起漂流、民宿、旅游富民闭环。（道真自治县河口镇政府供图）

道真自治县平模镇平模社区线上集市展播农特产品。 陈超 摄

平模镇平模社区村民在食用菌园采摘菌菇。 陈超 摄

文家坝村蜂农正查看蜂箱。陈超 摄

本版责编：胡卡妮 熊瑛 张元斌 张卫东
版式设计：王银艳 黄艳