

贵州产业锚定全球需求，从“卖产品”向“卖适配、卖精品、卖服务”跃升。贵州长江汽车针对海外市场定制车型，今年首批订单驶向哥伦比亚，剑指新兴市场新能源商用车赛道；毕节可乐猪肉、脱水南瓜条等农产品凭生态品质“圈粉”海内外，从深山走向12国餐桌；黔东南州依托冷水资源发展生态渔业，一季度鲜活水产品出口破千万元，24小时即可端上东南亚消费者餐桌……

产自贵州的好货，如今正出山出海，稳步迈向全球大市场。

→织金农耀农业开发有限公司南瓜条装车出口。

王晨辉 摄



# 贵州好货 出山出海

## 汽车定制出海，剑指新兴市场

贵州日报天眼新闻记者 江婷婷

4月21日，长江汽车2台新能源轻卡及2台厢式明窗版从上海港报关装船，发往哥伦比亚。这是贵州长江汽车今年继出口塔吉克斯坦、巴西后的又一批海外订单。

“这批车是根据哥伦比亚客户需求做的针对性适配。”贵州长江汽车运营总监金亮告诉记者，团队为当地市场定制了英文版车机系统，新增了全车脚踏，并适配了适应哥伦比亚电网的充电器。

这样的“量体裁衣”并非偶然。贵州长江汽车主攻纯电动货车，今年将目光投向了东南亚和南美。

“这两个市场与贵州地理气候相似——山地丘陵多、高温高湿，我们此前积累的适配技术可以直接复用。”金亮说。

目前，长江汽车一款VAN类右舵车型在新加坡的认证正在推动中，预计6月完成认证；在老挝、阿根廷、智利等国家已交付样车，客户正在进行属地认证。2026年全年出口目标锁定2000台以上。

金亮介绍，“团队花了6到8个月的时间完成右舵车型的适配和测试，东南亚山地多、雨季长，我们在散热系统、底盘悬架、电池温控和耐腐蚀涂装上都做了针对性强化。”

定制化的底气，来自对质量的严苛把控。在企业的质检中心，一辆即将出口的新能源货车要经过层层“关卡”。电池安全、续航实测、防水防尘等，还要通过高温、高寒、高海拔“三高”测试，以及能耗、制动、承载、高压安全、电磁兼容等多项指标检测。

2025年，贵州长江汽车累计产销整车15万余辆，营收16.3亿元，同比增幅达83.1%，但海外业务贡献尚不足1%。“去年主要是铺垫，今年才是发力之年。”金亮表示，2026年出口占比将提升至15%左右。

谈及“破冰”经验，金亮用一句话概括：“主动按海外客户的路径、法规、使用习惯修改产品。”右舵布局、高温优化、载重定制等这些看似繁琐的改动，正是打开新兴市场的敲门砖。

提及长江汽车未来目标时，金亮表示：“我们想成为新兴市场值得信赖的新能源商用车方案提供商，从‘卖产品’转向‘卖适配、卖服务、卖生态’。”

长江汽车生产车间。贵州日报天眼新闻记者 江婷婷 摄



## 山货圈粉海外，远销十二国餐桌

贵州日报天眼新闻记者 吴传娟

“刚忙完北京400万元的订单，香港的首批货又要装车了，车间里的工人连轴转，还是赶不上订单的节奏！”近日，毕节市赫章县农特产品开发有限公司的生产车间内，腊肉香气弥漫，负责人常玉指着忙碌的生产线，脸上满是欣喜。

凭借一款可乐猪肉强势“圈粉”，不仅站稳内地市场，更成功叩开香港市场大门，书写了毕节农特产品“出山出海”的鲜活故事。

“目前公司可乐猪肉系列产品订单已突破600万元，今年总销售额突破2000万元没问题。”常玉说，公司正在拓展东南亚市场。

与此同时，在百里之外的织金县现代农业产业园，农耀农业开发有限公司的车间里同样一片火热。一个个圆润饱满的深山南瓜，经过清洗、切片、脱水等工序，变身符合国际标准的脱水南瓜条，打包发往韩国。2025年，企业累计出口额达5000万元，其中南瓜系列产品出口1208万元，全年营收突破1.38亿元。

“今年和韩国签订了价值6500万美元的订单，除南瓜条外，还增加了速冻南瓜，速冻南瓜的生产线也即将启动，要做到每个月都有货发往海外。”公司负责人曾爱生说。

近年来，毕节市各类特色农产品凭借原生态品质与浓郁乡土特色，线上线下订单不断、远销各地，一缕缕乡土风味穿透万层云霄，惊艳万千食客味蕾。

2025年，毕节农产品出口呈现“新品突破、老品扩容”的良好态势，刺梨汁、党参、黄芪等10余种特色农产品首次走出国门，出口品类不断丰富；苹果、香菇、鲜鸡蛋、南瓜条等21种成熟品出口总量超1万吨、货值超1亿元，产品远销韩国、越南、泰国等12个国家，国际市场认可度稳步提升。其中，苹果、鲜食用菌、鸡蛋三类产品出口量稳居全省第一。

从“出山”稳根基，到“出海”拓市场，毕节正以全产业链思维推动农产品从“卖原品”向“售精品”转变，让更多乌蒙好货既走得深，更站得稳全球市场，在生态更优、产业更强、农民更富的道路上稳步前行。



赫章县农特产品开发有限公司腊肉加工车间。贵州日报天眼新闻记者 王星 摄

## 鲜鱼逐浪出海，二十四小时直达东南亚

贵州日报天眼新闻记者 冯倩

近日，黔西南州的生态养殖基地生产的鲜活鳊鱼、黑鱼，经贵阳海关所属兴义海关监管后，输往海外市场，最快24小时就能端上泰国、越南等国消费者的餐桌。

今年一季度，黔西南州已累计出口各类鲜活水产品308吨，总货值突破1000万元，涵盖鳊鱼、黑鱼、草鱼、鲫鱼等多个品类。

黔西南州依托中国科学院水生生物研究所等科研机构技术支撑，打造“生态优势赋能+科技创新驱动”的特色渔业体系，先后实现鳊鱼、鲫鱼、草鱼、黑鱼出口零的突破，淡水生态水产成为贵州外贸增长的新亮点。

“鲜活水产品出口，时效就是生命线，鲜度就是竞争力。”贵州黔方有渔水产科技有限公司负责人说，海关开通专属“绿色通道”，预约查验、即检即放，实现查验“零延时”、出证“零等待”，不仅最大程度保住了鱼的鲜活度，还降低了运营成本，企业开拓海外市场的底气更足了。

针对鲜活水产运输要求高、保鲜难度大、中小外贸企业出口经验不足等痛点，兴义海关指派业务骨干提供全流程定制化指导，帮扶企业建立健全自检自控体系，紧盯鱼苗引进、疫病防控、有毒有害物质检测等关键环节，严守出口产品质量安全底线。

此外，海关构建“资质保障+风险管控+快速通关”一体化监管服务体系，充分发挥贵州双龙保税物流中心(B型)“出口直通”优势，开辟鲜活水产专属“绿色通道”，落实“提前申报、预约作业、即检即放”便利化举措，全力压缩通关时长，保障出口鲜活以最佳状态交付海外市场。

海关工作人员对出境水生动物开展现场查验。(贵阳海关供图)



“一圈、两圈……这一盘要绕将近1700圈。”4月29日，在贵安新区高端装备制造产业园，魏明宇紧盯绕盘机，200毫米的高纯铝丝在精密装置引导下，一圈圈紧密缠绕，最终成为一盘85公斤的标准产品。这样的场景，每天都在贵州兴汇新材料有限公司的车间里重复。班组长周锦逸告诉记者，11名工人每班可绕制约160盘成品，“绕好一盘大概6分钟”。

很少有人知道，这家看似“专一做铝丝”的企业，正在主动完成一场从单一产品到多元布局的转型。

兴汇新材料2024年7月落户贵安，母公司是山东广汇新型材料科技股份有限公司。作为宁德时代的上游配套企业，公司最初主营业务是高纯铝丝。

“我们一开始就是冲着为宁德时代配套来的。”负责人郭新民说，但市场变化比预期来得快，单一产品的风险逐渐显现。

不等不靠，主动求变。2025年12月，兴汇新材料果断新增铝焊丝设备，采用最新工艺，总产能设计达每年3000吨，主要生产4系铝合金焊丝，产品涵盖ER4043等多种牌号。如今，公司已形成高纯铝丝、铝焊丝及电池结构件三大产品线。

铝焊丝业务已站稳脚跟，稳定供应宁德、宜宾、贵阳的3家汽车行业客户。而电池结构件，则是企业瞄准的“下一个增长点”。

“电池顶盖由6部分组成，需经过冲压、注塑、超声波焊接等多道工序，软连接是动力电池内部连接的关键部件。”综合办公室主任杨飞说，“如果量产，预计年营收可达5亿元。”

郭新民算了笔账：厂房房租、物业费、电费、物流费，一年支出超100万元。但也有惊喜——企业使用的线盘，由同在贵安经开区的贵州西南中创科技有限公司供应，“大大降低了物流成本”。这种园区内部的供应链协同，成为企业落户以来最直观的获得感之一。

2025年，兴汇新材料营业收入近7100万元，远超预期的5000万元。目前，公司常用产线4条，日产量约5吨，新开的2条产线正在安装调试。郭新民说，2026年规划了重点方向：设备智能化改造、加大研发投入、深化产业链协同、拓展海外市场。

从一根铝丝起步，到多元产品矩阵，再到出口海外，这家主动求变的企业，在贵安经开区闯出了一条属于自己的新“铝”途。

## 一根铝丝的新「铝」途

贵州日报天眼新闻记者 赵文韵

## 贵州一季度普惠小微贷款 融资成本持续下降

本报讯（记者 申川）4月28日，记者从中国人民银行贵州省分行2026年第二季度新闻发布会上获悉，2026年一季度，贵州信贷投放保持较快增长，融资结构持续优化。截至3月末，全省工业贷款和新型工业化贷款余额分别达5831.8亿元、4777.7亿元，同比分别增长12.2%、13.1%；制造业和基础设施相关行业中长期贷款余额分别为2145.3亿元、1564.06亿元，同比分别增长7.5%、4.2%，增速均持续高于同期各项贷款增长水平。

普惠小微贷款持续增加，融资成本持续下降。一季度末，全省普惠小微贷款余额5383.1亿元，较年初增加108.5亿元，同比增长3.7%，高于同期各项贷款增速0.6个百分点。

具体看，单户授信1000万元以下的小微企业贷款余额2598.6亿元，较年初增加77.4亿元，同比增长7.5%；单户授信1000万元以下的个体工商户和小微企业主经营性贷款余额2784.5亿元，较年初增加31.1亿元，同比增长0.4%。

从贷款成本看，一季度，全省新发放普惠小微贷款加权平均利率同比下降0.36个百分点，融资成本持续下降。

绿色产业领域贷款持续增加。一季度末，全省绿色贷款余额9056.8亿元，较年初增加200.1亿元。其中，基础设施绿色升级贷款、生态保护修复和利用贷款余额分别为4354.6亿元、2449.4亿元，合计占绿色贷款总量的75.1%，信贷资金持续助力全省绿色交通、新型城镇化建设以及生态环境建设。

## 辣椒企业 巧用大数据观气象

本报讯（记者 鲁毅）近日，六盘水美味园食品有限公司总经理王优向记者展示了一组数据：2025年，企业遭遇4次极端天气，发酵环节质量事故损失为0元，而2022年夏季，一场高温曾让企业直接损失246万元。

这场改变源于大数据与实体产业的深度融合。2022年的高温天气，让依赖传统发酵工艺的美味园吃了大亏——车间师傅们“眼观手摸”的调控方式跟不上温度波动的速度，导致发酵失败，损失高达246万元。企业痛定思痛，联合高校历时18个月构建起“发酵工艺知识图谱”，在发酵环节部署物联网传感器，实时采集温度、pH值等8大维度数据，将老师傅积攒几十年的隐性经验转化为量化规则，让“绝活”变成可计算、可传承的数据资产。

如今，一套AI天气联动系统对接国家气象中心权威数据，同时结合车间内部微气候监测，构建涵盖12项指标的气候数据库。系统可提前72小时预测极端天气对发酵车间的影响，预警准确率95.8%。一旦系统“嗅”到风险，智能决策平台便自动调取最优解决方案，在10秒内下达调控指令。同时，该平台集成了1200余组工艺参数，运用数字孪生技术实时映射发酵状态，实现生产全流程动态优化。

“大数据让工厂变得更加智慧。”王优介绍，2025年，企业产品合格率从2022年的89.3%跃升至99.7%，批次间风味差异率下降82%。如今，美味园已建成5G智慧辣椒工厂，成功入选工业和信息化部5G工厂名录，产品远销美国、德国、韩国等十多个国家。

## 数据宝揽获 2026数创大会两项殊荣

本报讯（记者 李娜）近日，贵州数据宝网络科技有限公司受邀出席2026第三届数据要素创新发展大会，并在大会上一举斩获两项重磅荣誉，同时达成多项跨领域合作共识。

大会现场发布的《2026数据要素创新发展报告》框架中，数据宝“为数据资源方提供数据要素全链路服务”经专家严格评审，成功入选典型案例。该模式已服务于云南白药、贵州高速、某市热力集团等众多行业龙头企业，其普适性与标杆价值获得权威认可，为数据要素服务规模化落地提供了重要示范。

同时，数据宝在数据资产金融化领域的前沿探索再获殊荣——由其提供核心模式与技术支持的“数据资产证券化（ABS）创新模式”荣获大会“2026数据要素·典型示范项目”。该模式开创了“数据+担保+证券”跨行业协同路径，精准破解了国有及大型企业盘活海量数据资产、拓宽融资渠道的迫切需求，为数据要素实现“资源—资产—资本”跃迁构建了关键金融基础设施。项目市场反响热烈，年内预计发行规模达200亿元。

## 全员“养龙虾” 一家贵州茶企的AI突围

贵州日报天眼新闻记者 李娜

曹志富原本是贵州柏春神鹤茶场的厨师，最拿手的是颠勺和切菜。最近，他转岗做起了销售。

不久前，他接到对接某企业80人团建活动的任务。对方要求十分具体，要方案、要报价、要流程，一连串需求像炒菜时的热油，噼里啪啦溅过来。没有任何销售经验的曹志富盯着电脑屏幕，一个字都做不出来。

在神鹤茶场企业AIES架构师、首席AI顾问赵子英的建议下，曹志富第一次尝试了茶场为每位员工配备的“神鹤Claw龙虾”全员AI助理。

他将客户要求“喂”给这只“小龙虾”，短短几分钟，一份结构完整、数据清晰的方案便出现在屏幕上，活动流程、人员组织、预算报价等内容一目了然。在此基础上稍作修改，他又向AI追问了两轮细节。最终，在AI帮助下，一个符合公司产品定价、服务范围、品牌调性的完整方案随即生成。

当天上午，方案便发到了客户手中。客户回复干脆利落：“就按这个方案干。”曹志富所在的神鹤茶场拥有1097亩标准化生态茶园，是中海湾国家皇室专

供茶、米兰世博会参展品牌，2023年获中国茶品牌“金芽奖”。2025年开始启动企业数字化建设，今年3月，“神鹤AIES企业进化系统”搭建完成并启动试运行，于4月3日在2026神鹤茶场春茶开采季暨多元战略合作启动会上正式发布。

“在‘养龙虾’成为一股时尚热潮时，我的企业也养了两只‘神鹤Claw龙虾’。”神鹤茶场董事长龚芮介绍，一只“大内总管”，负责内部管理、沟通协调与流程推进；一只“兵部尚书”，负责对外服务、客户接待与销售转化。

普通AI大多“一问一答、答完即忘”，缺乏延续性。“我们的‘神鹤Claw龙虾’有记忆，它记得你昨天问过什么、企业上个月制定过什么政策，下一次回答时，它就

不再是从零开始。”赵子英说，同时，它还会主动抓取各平台最新信息，实现自我更新、持续成长。最重要的是，通过整个AI矩阵实现企业认知的全员协同。

技术再强，用不上也是白搭。神鹤茶场从保安到厨师的每位员工都养上“龙虾”，人人都靠“龙虾”干活。与此同时，神鹤茶场不再需要庞大的对接与渠道维护团队。AI能够自主完成标准化推广、内容复制与服务分发，让合作模式更轻盈、服务效率大幅提升。

系统发布近一个月，茶场接待了30多场研学活动，龚芮感叹：“以前从来没有这么密集过。”

AI拉平了能力差距。过去高端客户来访，只有销售总监敢出面对接；复杂的团

建方案，只有市场部的“老员工”才会撰写。而现在，赵子英说：“任何一名员工，只要会提问，AI就能帮他完成高质量的工作。”

在龚芮看来，AI更抹平了地域鸿沟：“贵州茶企想做品牌很难，渠道、人才、资金都不占优势，但AI不分地域，只要企业智库完善，就能以一线城市的标准服务客户。”她认为，神鹤茶场在AI赋能企业落地方面不输一线城市。

“神鹤茶场能靠AI尝到甜头，贵州那些长在山好水里的刺梨、辣椒、猕猴桃，没理由不行！”龚芮表示，“独行快，众行远，一家企业的成功不算什么，能带着家乡的好产品一起出圈，让更多人了解贵州特产，认可贵州品牌，才是真的赢。”