



在黔东南州从江县洛香镇上皮林村,农机手驾驶收割机收割水稻。
吴兴科 摄 (影像贵州)

田畴之上 时和岁稔

——全省农业农村系统以丰收开新局用实干促振兴

邓钺洁

黔东南州黎平县的梯田里,层层叠叠的稻浪顺着山势蜿蜒而上,如大地指纹,镌刻着农耕文明千年的智慧;遵义市仁怀市各乡镇,水稻与高粱交错成熟,一畦金黄、一野绯红,丰收的喜悦已先醉人;刺梨、猕猴桃、八月瓜、黄桃等地标性水果也从树上到餐桌,丰富着整个秋季的餐桌;村民的房前屋后,晾晒着五谷的斑斓,政府广场变身“晒谷场”的干群温情……贵州各地庆丰收的一帧帧画面,不仅定格了颗粒归仓的喜悦,更生动勾勒出山地贵州的乡村

振兴新图景。

截至目前,全省861万亩油菜、155万亩小麦已收获完毕,预计夏收粮油面积、产量略增。据农情调度,已累计完成粮食面积4280万亩,油料面积9348万亩,分别占国家下达任务的102.9%、102.5%,夏粮总产和亩产连续三年增长。今年以来,按照“稳面积、提单产”工作思路,扎实抓好春耕春播和夏收夏管各项工作,各地全力推动粮油稳产增产。粮食丰收的背后,是高标准农田建设的支撑;是科技强农、现代化农

业助力的结果;是政策兜底、乡村治理等方面的成效。

贵州这个全国唯一没有平原支撑的山地省,不仅能追赶平原地区的粮食亩产,还硬是把1258万座山头的制约变成优势,因地制宜发展种类丰富的农特产业。近年来,贵州持续培育都匀毛尖、遵义朝天椒、关岭黄牛、修文猕猴桃、麻江蓝莓、雷山银球茶、黔北麻羊、三穗鸭、兴仁薏仁米、威宁苦荞、织金竹荪、遵义红茶、赤水金钗石斛等14个全国农业品牌精品,培育400多家企业600个产品取得绿色食

品认证,打造一批在全国有影响力的“贵”字号绿色品牌。89个优质农产品通过“圳品”认证,走上粤港澳大湾区千家万户的餐桌,贵州蔬菜成为岭南餐桌上的清爽担当。粤港澳大湾区市场,每5枚鸡蛋就有1枚来自贵州。全球市场,每消费5杯抹茶就有一杯产自贵州铜仁,带动数以万计的农民工就业增收……

把超难模式变成“超有特色”,贵州不再是落后的代名词,贵州农村也不再是“回不去的家乡”,而是“令人向往的诗和远方”。



“村超”赛场上的直播带货。 邓钺洁 摄

『四良融合』唱响丰收协奏曲

邓钺洁

“晒秋”映红火,稻谷满仓黄。走进黔东南州长顺县长寨街道付家院村、摆所镇松港村、广顺镇马路社区等水稻主产区,满目皆是金黄。一台台收割机在层层梯田中有序穿梭、轰鸣作业,机器驶过,饱满的稻谷精准入仓,秸秆均匀还田,全程高效自动化。目前,全县11.85万亩水稻已全面进入集中收割期。

在黔西南州兴义市的高产田里,专家组现场实收实测的数据从对讲机里传出——“加权平均亩产920.82公斤,远超过目标超量。”人群中爆发出欢呼。村民李廷香望着满地黄澄澄的玉米棒子,笑得合不拢嘴:“今年玉米长得多,看到就高兴。”

这一句“高兴”,背后是贵州在喀斯特山地上演的一场静水深流的变革。从“九山半水半分田”的先天不足,到良种、良法、良机、良田“四良融合”的系统突围;从农技干部在田间地头“揭榜挂帅”的脚印,到崖州湾国家实验室里农作物“芯片”跳动的数据,贵州正以“单产提升”为笔,在群山之间书写粮食安全的新答卷。

种子是农业的“芯片”。而在省内的试验田里,一批本土良种正在改写纪录——“油研2020”含油量超过52%,真正实现了“一碗菜籽半碗油”;“黔芋9号”马铃薯亩产超3300公斤,比传统品种翻了近一倍;“康农玉8009”年推广超千万亩,在西南山区的玉米地里稳稳扎下根……

良种还需良法配。随着一场场“揭榜挂帅”行动在黔贵大地展开,先进的技术精准落实到田间。水稻“两增一调”高产栽培技术、玉米“一增五改”栽培技术、贵州冬油菜化肥农药减施优化栽培技术、生猪高效健康繁育技术、马铃薯“两增一防”栽培技术、贵州辣椒轻简化绿色高效栽培技术、黔茶1号“一二三”管理模式快速成园集成技术、贵州山地玉米种肥同施减肥高效技术、水稻钵苗机插高产高效栽培技术和山区鲟鱼流水优质生态养殖技术……一项项技术创新让农业彻底有了技术保障。从“专家产量”到“大田产量”,贵州农技人正在用自己的双脚,丈量着“良法到田”的最后一步。

良机上山,铁牛在坡地上跳起“芭蕾”。曾几何时,大型农机进不了山,人工犁地播种一人一天顶多千一亩。毕节市黔西市金碧镇折坤村的杨平流转了70亩坡耕地,最头疼的就是请不到人。直到他遇见黔西市富胜农机合作社的小型玉米播种机——机身小、底盘低、转弯灵活,一天轻松播种20亩,效率是人工的20倍。更让他惊喜的是,机械播种让密度从每亩3000株提高到4000株,亩产从八九百斤蹿到了1200多斤。

“以前是地‘捆绑’人,现在是人‘拿捏’地。”“山地农机就是要适用于山地。”省农业农村厅相关负责人表示,接下来,我省还将改良和引进更多惠及山地乡村的机械,解放农民的双手。从“无机可用”到“好机适用”,黔山之间的轰鸣声,正重新定义着山地的可能性。

良田筑基,“望天田”变“高产田”。建好良田就是铺好群众的耕作路、致富路。近年来,贵州深化“635”工作机制,积极发动群众参与项目规划设计、质量监督、建后管护等全过程管理,形成“政府主导、群众主体、社会参与”的良好局面。通过建立村民监督小组,实时跟踪项目进展,确保工程质量,为粮食丰产增产提供了重要支撑。

从崖州湾的实验室到乌蒙山的坡耕地,从“揭榜挂帅”的农技干部到操作铁牛的新农人,贵州的粮食安全故事,写在每一粒饱满的种子里,写在每一道深深浅浅的田垄上。截至9月初,全省粮食面积已超国家任务2.9%,油菜、小麦收获完毕,夏收粮油面积产量略增。而那条“力争单产增长2%”的曲线,正在无数双手的托举下,稳稳上扬。



铜仁市印江自治县缠溪镇方家岭村,村民将刚采回来的辣椒进行分拣晾晒。王东 摄 (影像贵州)

一颗刺梨的身价之变

潘佳本

金秋的黔东南州贵定县,茶山青翠,刺梨金黄。“把茶叶和刺梨装在一起,一天能做1000多个,能挣近两百元。”9月19日,贵定县昌明镇桐荡村村民罗宗群坐在凤凰茶业的生产车间里,熟练地掏空一颗刺梨鲜果,将红茶填进去。

“夏秋茶以前没人要,刺梨也不好卖,现在变成了好东西。”罗宗群说,“没想到这两样东西凑到一起,竟让大伙儿多了条挣钱的路子。”

过去,贵定的茶和刺梨各走各的路。春茶价高供不应求,占全年产量六成以上的夏秋茶却因口感偏湿长期滞销;刺梨鲜果保鲜期极短,精深加工滞后,“丰产”常常变成“丰收”。一山两样好物,各自为战,资源闲置。

破局的钥匙,藏在一次“黄金联姻”里。凤凰茶业总经理冯建萍是贵定老茶人,2017年,她率先提出把刺梨和红茶结合起来,带着团队一次次试验,攻克刺梨掏空定型、茶青精准填充、低温恒温烘焙及风味平衡等难题,摸索出茶与刺梨融合的最佳配比与烘焙曲线。

标准化工艺中和了夏秋红茶涩感与刺梨酸味,既保留红茶的醇厚回甘,又锁住刺梨的果香与营养,夏秋茶和刺梨鲜果长期低端滞销的局面,由此改观。

“开发一款新产品一定要从健康环节入手,还有口感,要在色、香、味、形上争取完美结合。”冯建萍介绍,从第一枚刺梨红茶问世至今,产品从最初的切片拼配,到去籽去刺,再到保留刺梨的原生态形态,如今已迭代到改用珠形茶填充,每一步,都围绕口感与形态反复调整。

工艺走通了,价值账才算得清。冯建萍算了一笔账:生产2000斤刺梨红茶,需消耗750余斤干茶和约15000斤刺梨。若分开卖,干茶和刺梨原汁加起来产值不过10万元;融合加工后,刺梨红茶总产值跃升至15万元。一颗刺梨的身价,就此翻了上去。

如今,贵定刺梨红茶已形成完整成熟的产销体系,产品不仅畅销国内各大中城市,还成功远销德国等海外市场,走出贵州、走向全国、迈向国际。2025年,贵定刺梨红茶产值达1.5亿元,产量396万斤,带动务工群众5000余人。

截至2025年底,全省省级以上农业龙头企业达1078家,农产品加工转化率从2020年的51%提升至70%。茶叶、辣椒、刺梨、薏仁等种植规模全国第一,刺梨从山间野果发展为综合产值超百亿元的富民产业。大方天麻、遵义朝天椒、都匀毛尖、关岭黄牛等14个“贵字号”区域公用品牌入选全国农业品牌精品培育名录。

田畴之上,时和岁稔。贵州立足山地资源禀赋,把“特”字做深、把链条拉长,让越来越多的“土特产”变成群众增收的“金元宝”,刺梨红茶泡出的,正是乡村全面振兴的新滋味。



工人加工刺梨红茶。 乔启明 摄 (影像贵州)

直播间打通农产品出山路

刘绍波

“这里大多数都是咱们榕江各个乡镇的地道山货,剩下少量是‘村超’联名款。”黔东南州榕江县“村超”赛场边的土特产店里,网络达人“西瓜妹”熊竹青指着货架介绍。

顺着她手指的方向望去,腌鱼、干竹笋、罗汉果等当地农产品在货架上码得整整齐齐,墙边还挂着一排苗绣蜡染的布包,眼下正值百香果上市,店里堆成了小山,熊竹青一边麻利地分拣装箱,一边说:“百香果是我们榕江的主打农产品之一,目前正是成熟上市的时候。”话音未落,快递小哥又开着三轮车来到店门口,把打包好的百香果一箱一箱搬走——这些百香果将要从这里销往全国各地。

这家“村超”球场边的小店,是榕江“村超”流量变销量的缩影。三年前,熊竹青还只是球场边免费送西瓜的果农,一边送西瓜,一边直播球赛攒人气、攒粉丝。如今,像她一样把“手机变成新农具、直播变成新农活”的主播,在榕江有上万个。球场的热度,正顺着网线流进果园、流进小店、流进千家万户。

下午4点,直播间开播。熊竹青举起一颗刚下藤的百香果对着镜头,徒手剥开,露出金黄的果肉,报出产地、甜度和发货时间。靠着这一场场直播,她的账号曾做到月销百万元,单场直播最高销售额突破12万元。店铺背后,她创办的小型手工坊里,20余名妇女正埋头分拣、缝绣片,乡亲们的农货还能免费入驻她的“百家店”。2025年,她卖出300万斤西瓜,带动286户脱贫户人均增收2200元。“我是榕江人,对榕江的美食美景太熟悉了,就是想让更多人爱上这里。”熊竹青说。

“月寨嬢嬢团”也是靠着“村超”流量火起来的榕江本土账号之一,去年,她们的直播间销售额近90万元,钱分到各家各户;今年百香果上市以来,她们已经帮村里卖了5000多单。“光是9月17日一天,我们就卖出了600多单,近3000斤。”“月寨嬢嬢团”成员张爱珍说。

“村超”出圈以来,截至2025年底,榕江累计接待游客超2600万人次,实现旅游综合收入超296亿元;全县开通新媒体账号228万个,带动农产品线上线下销售额达23.07亿元。

一部手机,一头连着赛场,一头连着大山。从“西瓜妹”的土特产店,到“月寨嬢嬢团”的农家直播间,“村超”的流量没有止步于热闹,而是沉淀成产业、订单和鼓起来的钱包。农文旅融合、县域经济壮大,正藏在这一声声吆喝、一单单快递、一个个热气腾腾的直播间里。



毕节市金沙县籽粒玉米试验示范项目测产现场。 邓钺洁 摄