黔东南网络零售体系加速成型——

让更多人接得住镜头前的生意

本报记者　吴运镇

11月5日，黔东南州凯里中凯通物流云仓基地，一箱箱黔野草本沐足包、草本养发洗发水按规格码垛。中凯通是今年4月新设的云仓，与台江云仓分属不同运营主体，主要做跨县域归集的活。贵州中凯通物流有限公司总经理万文波说，中凯通云仓与台江电商云仓合起来，日均分拣1.6万至2万件包裹，月均发件量稳定在50万件左右。

过去，爆单发不出、零散寄运费高，是山地电商的两道坎。变化从仓储归集开始：以凯里州级枢纽仓为中心，台江、黎平、榕江、从江等11个县级节点仓统仓共配、分仓备货、就近发货，跨县域调度货源、订单和运力，提升县域节点发货效率、降低物流成本。

万文波说，商家自己发货，单件快递成本要10多元；送进云仓后，叠加快递补助，综合成本可降至2元左右，省内1天到，省外3至5天到。

云仓把“后台的事”接了过去，镜头前的人只管把货讲好。榕江主播“西瓜妹”熊竹青，2023年“村超”出圈时就在赛场边卖瓜边直播。流量来了，她与十里八乡的农户长期合作、按市场价收购，自家土特产店里95%都是榕江20个乡镇的地道农货。全职做主播3年，线上线下总销售额600多万元。

为了让更多人接得住镜头前的生意，今年1月至9月，黔东南州开展电商培训5824人次，培育带货主播1075名，第三方平台注册网店已增至1.75万个；9月至10月的“苗侗山珍”专场，请头部主播带新人，一个讲品，一个跟着学。

据黔东南州商务局数据，2025年黔东南州网络零售额107.72亿元、同比增速26.98%、增速全省排名第一；2026年1月至9月网络零售额累计45.72亿元、同比增速19.24%、增速全省排名第二。

“近几年黔东南‘村BA’‘村超’‘村T’名气很大，但更多落在文旅和地域IP上。要让关注度变成订单，中间还隔着货稳不稳、标准不标准、供得上供不上。”黔东南州电子商务发展服务中心主任张志说，决定“黔货”能走多远的，是镜头后面的体系。

答案在货上。

“苗侗山珍”区域公用品牌使用6年，会员从初创时的87家增至199家，聚起从江香猪、三穗鸭、锡利贡米等45个国家地理标志产品、200余种农特产品。标准也随之立了起来：围绕“苗侗山珍”先后制定9项团体标准，覆盖种植、畜牧、淡水产品、加工食品等环节，《腌鱼》《腌肉》《雷山绿茶》《三穗鸭》4项特色标准已在全国团体标准信息平台发布。

标准落地很具体：蓝莓的果径、酸汤的发酵周期、大米的碎米率。过去靠各家各户的经验，现在写在纸上。黔东南州推进农产品商品化预处理，培育“苗揪揪”洗发水、“村姑阿香”紫糯米等市场竞争力强的线上单品；凯里红酸汤、雷山银球茶等4款产品入选2026年央视春晚IP联名伴手礼名录。

品牌立起来，市场就跟着打开。凯里酸汤是走得最快的一个：20家酸汤重点企业参加国内外重点展会11场，同步推进“凯里酸汤”云连锁体系、百店推广及举办首届“凯里酸汤”直播与短视频大赛；与卫龙美味全球控股有限公司联合研发“酸汤+”休闲食品，入驻胖东来、永辉、海底捞等全国约2000家门店。

展销对接同步铺开。今年以来，黔东南州商务局择优组织91家鸭鹅企业参加全国农产品产销大会（南部片区），现场签约850万元；组织17家（次）企业赴第139届广交会及粤港澳大湾区开展产销对接，达成意向金额1173万元。

从“人人开播”到“货有标准”，手机还是那部手机，但镜头后面的东西已经不一样了：一座仓、一套标准、一个更低的运费，还有一批知道怎么把山货卖成商品的人。



主播把电商堵点带进人大会场

本报讯　（记者　吴运镇）11月5日一早，黔东南州锦屏县文化活动中心门口，陈守汉走进锦屏县第十九届人民代表大会会场。往常这个点，他已在去村寨收货的路上。

以县人大代表身份进会场的陈守汉，另一个身份是乡亲口中的“黑哥”。2025年3月，在外做了多年电商的他回到锦屏。他从零开始打造“黑哥助农”直播账号。截至目前，团队走遍40多个村寨，把辣椒、黄豆、红心蜜柚等农特产品卖出去，累计销售额400余万元。

开播前，乡亲们最关心“靠一部手机真卖得脱？”陈守汉答得干脆：“卖得脱。”他说，粉丝认的是镜头里的村寨、乡亲和农特产品。

此前，他在三穗运营电商云仓，带过40多人的直播团队，日销量超5000单；先后获评“贵州省乡村振兴基金会助农主播”“贵州好物推荐官”。今年，他当选锦屏县电子商务协会副会长。这些经历让他更早看清：村播的上限不在镜头前。

山货单量零散、包装各异，形不成规模，主播各发各的，没有云仓归集，快递单件成本差异大、整体偏高。这些堵点他改了十多稿，最后归成五条，写进《关于加快推进锦屏县新媒体电商与村播助农融合发展　赋能乡村振兴的建议》提出组建电商专班统筹推进；整合合作社、村集体归集货源，做分级、质检、包装和溯源赋码；升级县域云仓，统一打包、发货、售后等。

谈起未来，陈守汉表示：“家乡还有很多新农人愿意加入，我们还要走进更多村寨，把更多山里的产品卖到山外去。”



侗绣材料包顺着网线卖

本报讯　（记者　李丽）初冬午后，黔东南州从江县西山镇陡寨村“花开手工作坊”，石吉芝对着手机镜头展示手里的侗绣香包。屏幕那头，订单提示音偶尔响起。石吉芝说：“刚开始直播那段时间，我坐在镜头前好一会儿不知道说什么。杨主席就坐在旁边陪我聊天，教我拍产品、写文案。”

石吉芝口中的杨主席叫杨光倩，是从江县村播联盟妇联主席。2025年，她推出“陪她跑”陪伴式培训项目，陪着绣娘从开账号、练镜头表达到订单发货全程跑。目前，经杨光倩培养的村播团队共3支，今年截至目前线上直播带货共计230万元。

此前，石吉芝在自家小房间接单，靠做手工活赚钱。2024年注册“花开手工作坊”，去年10月租下100平方米的废弃老屋开始改造，当年底投用，绣娘们有了敞亮地方，直播也有了固定背景。

电商这条路，走得并不轻松。手工绣品难统一，详情页图片和实物总有出入，石吉芝索性转向材料包：“顾客买回去自己绣，还能体验侗家手艺。”她的一条记录外婆针线手艺的短视频，播放量冲到近13万。她还免费帮村里高龄绣娘带货，上门帮着直播带货，不少高龄绣娘每年能增收近4000元。

问起电商带来的变化，石吉芝翻出手机里的记录：“现在直播是主要销售渠道之一，订单多的时候叫上绣娘姐妹一起做，计件付报酬，目前陆续带动二十多名绣娘务工。”

刚跑完杭州展会，回到家的石吉芝又忙碌起来：“我想把材料包做扎实，让绣娘的手艺顺着网线走出去。”

直播小院培育乡土主播

本报讯　（记者　陈丹）“家人们看，这是我们麻江出产的有机蓝莓干，足足有260克，采用脱水工艺制作，果香保留得很完整，当日常小零食很合适。”11月6日，黔东南州麻江县供销社助农直播小院里，本土新农人主播活力开播，生动推介家乡好物。

整洁规范的直播场景、专业齐全的拍摄设备，品类丰富的麻江特色农产品，搭配一批日渐成长的本土主播，让麻江供销社电商助农阵地焕发全新生机。

“供销社从2025年7月开展常态电商直播，目前培育6名常驻主播，孵化县内100余名主播。”麻江县供销社办公室主任王建宏说。供销社还面向全县乡镇、种植大户、合作社及农户免费提供直播带货一站式服务，以数字电商助力农产品出山、带动农户增收。

常驻主播周春花记得第一次直播时的窘迫，“紧张得话都说不好。”从最初介绍产品磕磕绊绊，到如今从容推介麻江蓝莓、酸汤、蓝莓面条等本土好物，周春花的蜕变，不只是直播技巧日渐娴熟，更源于心底对麻江特色农产品、物流网络越来越足的底气，和扎根乡土、助农惠民的初心。

麻江县供销社投资120万元升级建设县级物流共配中心，集聚整合7家主流快递企业集中入驻，构建起“县级分拨+乡镇仓配+村级站点”的三级体系，日分拣能力达3万件，建立“乡村集货、云仓集单、统仓共配”的运营模式。今年1月至9月，麻江县实现网络零售额6630余万元，同比增长19.65%。

黔东南就业补助惠及4.9万余人次

本报讯　（记者　李丽）11月3日，记者从黔东南州人社局获悉，今年10月，黔东南州以“清单化梳理、多元化宣传、结果化运用”三化联动模式开展就业政策宣传月活动，坚持“政策找人、服务上门”，推动就业惠民政策直达企业，惠及群众。

当地细化形成个人、企业两类政策清单，清晰列明补贴标准、申领流程等内容，宣传月累计发放各类宣传资料5.6万余份。

线上线下同步开展宣传服务，依托“苗侗就业通”小程序、短视频平台等线上矩阵，助力2.6万人次实现就业创业。线下走访企业182户，举办招聘活动72场，推送岗位2.1万个，服务群众3.6万人次。

强化资金保障。2026年争取中央、省级就业补助资金3.18亿元、乡村振兴衔接资金1.33亿元。截至目前，已使用就业补助资金2.34亿元，惠及劳动力4.9万余人次；兑现脱贫劳动力跨省务工交通补助1.33亿元。

老年友好型社区　黔东南有19个全国示范

本报讯　（记者　石含开）11月7日，记者从黔东南州民政局获悉，民政部11月6日正式公布“2025—2026年度全国示范性老年友好型社区名单”，黔东南州岑巩县注溪镇周坪村、榕江县平江镇平江社区等8个社区（村）上榜。

自2021年以来，黔东南州累计有19个社区（村）获全国示范性老年友好型社区称号，既是黔东南州积极应对人口老龄化、扎实推进老年友好型社会建设取得的重要成果，也是其立足民族山区实际，探索可复制、可推广、有温度的农村互助养老新模式的生动实践。

从江　企村结对帮扶显成效

本报讯　（记者　杨子建）11月4日，2026年粤黔协作“万企兴万村”助力高质量发展大会在贵阳召开。黔东南州从江县作为全省唯一实现企村结对帮扶全覆盖的县作经验交流发言。

从江县以企村结对全覆盖为主线，促成广东省广州市南海区104家民企及社会组织结对114个村（社区），省工商联19家商会结对55个村（社区）、州工商联34家执委企业结对48个村（社区）、县内37家本土市场主体结对29个村（社区）。

在具体做法上，深化粤黔协作引企入村，南海区104家民企及社会组织与114个村（社区）签订长期协议，每村每年3万元、5年累计1710万元；引入贵州盛世泰合医药科技，推行“公司+合作社+农户”，带动12家合作社、500余户发展中药材，建成基地4000亩。通过端午联谊、春节恳谈、异地走访以商招商，引荐22家广州企业考察、3家落地。共建湾区产业平台，2021年以来南海区投入援助资金超2.9亿元、实施项目114个，引导13家企业落地、投资22.5亿元；深化工商联共建，做好用工、物流、政策兑现闭环服务，开展资金捐赠、以购代捐等公益帮扶。

榕江　全程严把校服质量关

本报讯　（记者　梁珍情）今年以来，黔东南州榕江县紧盯校服专项整治任务，对采购校服的59所中小学实施全流程监管，从采购程序、民主选用到货验收逐环节把关。目前19所学校已启动采购，惠及学生1.1万余名。

监督同步跟进。县教育局督查组以“四不两直”方式深入校园，逐项核对台账、会议记录和代表配比，现场查验校服品质，发现问题当场交办、限期整改。今年以来实地督查覆盖全部采购校服学校，排查问题20个，均已立行立改。

各校按班级民主推荐、公开公示、存档备案流程重组校服选用组织，家长、学生代表占比不低于80%，组建方案、成员名册、公示影像等档案资料一并补齐。今年秋季启动采购的19所学校代表配比全部达标，历史遗留问题整改完成率100%。

收货末端落实“双送检”，专人核对验收单、合格证、质检报告和数量清单，留存验收影像资料，质检不合格、面料不达标的一律拒收，不让一件问题校服进入校园。

多彩贵州马拉松超级联赛收官

本报记者　蒋鸿琪　摄影报道

11月8日8时30分，2026多彩贵州马拉松超级联赛（总决赛）暨黔东南香炉山马拉松在凯里鸣枪开赛。作为联赛收官之战，赛事汇聚各分站突围的精英选手与全国3000余名大众跑者。

赛道依托香炉山原生山地地貌打造，起伏蜿蜒，“镰刀”弯长坡成为标志性体能考验路段，一路串联凯里城市风貌与秀美山水。沿线群众自发组织800人展示国家级非物质文化遗产代表性项目及少数民族特色服装，传播黔东南特色。

赛事配套推出景区门票减免、精品游览线路、《奔跑护照》打卡等文旅惠民举措，联赛积分还可兑换2027年省内部分马拉松赛事直通名额，推动赛事流量转化为文旅消费增量。随着香炉山马拉松顺利完赛，2026多彩贵州马拉松超级联赛圆满落下帷幕。



雷山苗年过出文旅融合——

从自家过年到宾客盈门

本报记者　蒋鸿琪

11月8日，黔东南州雷山县铜鼓广场，雷山苗年非遗展演总编导龙世忠正指挥来自全县各方队的排练。他身后，身着盛装的苗族群众正在为即将到来的苗年开幕式作最后准备。

“苗年开幕仪式上，有来自苗族迁徙历史、祭祖礼仪、农耕文化的展示。”龙世忠说，对于雷山县苗族群众而言，苗年曾是当地群众一年劳作之后的祭祖与团圆；而如今，这道“家门”正越开越大。

2026年雷山苗年系列活动于11月1日至12月2日举行，其中万人巡演及开幕式定于11月12日亮相。从祭祖的“自家过年”到万客涌入的“开门迎客”，自2000年连续举办以来，雷山用二十余年时间，将苗年这项国家级非物质文化遗产代表性项目，打磨成驱动县域经济高质量发展的核心文旅IP。

IP怎么打磨？开幕式是第一个观察窗口。贵州雷山实业运营集团有限公司董事长李玉陆说：“为了让更多游客参与进来、在雷山玩得更好，我们将开幕式延长到三天。”

10月15日在贵阳举行的2026雷山苗年系列活动及产品发布会上，雷山县苗学会会长白志恩用“高新技数”概括本届亮点：“高”是开幕式升级为“四季村晚”冬季展示；“新”是非遗巡游首次按儿歌、古歌、飞歌、情歌四大歌类排布方阵，千人“高山流水”敬酒场景首次亮相；“技”是15项国家级非物质文化遗产代表性项目融入节目活态展示；“数”是开幕式展演由一天扩展为三天，从11月10日持续至12日。

亮点之外，雷山还把节庆拆成了可购买、可体验的产品。

在文旅产品的模块化设计上，雷山推出“包村过苗年”定制服务，大型团队可整村包场、驻寨过节，与村民同吃同乐；“智游雷山”小程序实现开幕式预约、长桌宴预定、民宿预订、线路下单一站式办理。西江千户苗寨同步推出“寻美栈道·探秘古道”、梦幻星空营地、仰欧桑实景演艺等新业态，让游客在苗年期间实现“可游、可观、可玩、可食、可感”。

今年“包村过苗年”覆盖全县丹江镇、西江镇、大塘镇、郎德镇、方祥乡等多个乡镇的村寨。“目前，我们村已有130余名游客通过小程序预约参加包村过苗年活动，住吊脚楼、学苗绣、打糍粑、吃长桌宴。”雷山县大塘镇新桥村党支部书记宋启芳说。

苗年不再只是一张“文化请柬”，更成为一张“投资请柬”。

雷山拥有苗族芦笙舞、苗年、苗绣等15项国家级非物质文化遗产代表性项目，68个中国传统村落。上一届苗年的带动效应提供了参照：2025年全县接待游客1503.55万人次，同比增长15.6%；2025年苗年期间举办的招商推介会上，58家企业到场，9个项目现场签约，总投资额14.13亿元，涵盖文化体验、温泉康养、精品民宿等领域。

从祭祀团圆到打开山门的文旅盛宴，雷山守住的是文化的精神内核，找到的是村寨可持续发展的生计。雷山县委常委、副县长王先贵说：“我们不再只满足于‘过个年’，而是要把苗年打造成可体验、可消费、可记忆的文化产品。”

岑巩油茶园　以短养长增效益

本报讯　（记者　潘晓飞）近日，黔东南州岑巩县注溪镇千亩油茶基地，村民穿梭林间，指尖翻飞采摘油茶果。种植大户廖兴说：“上有油茶、下有药材，长短结合、一季双收，年发放劳务工资及分红60余万元，带动300余名群众就近就业。”

一般情况下，油茶苗种下5年左右挂果，8年后进入丰产期。为破解油茶生长周期长、见效慢的瓶颈，岑巩县推出“以短养长”三期衔接模式：幼林期反租倒包种植辣椒、太子参，过渡期套种黄精等中药材，盛果期发展林下养殖。经过多年培育，岑巩县油茶种植面积超13万亩，全产业链产值超2.6亿元，其中“油茶+黄精”等复合经营模式推广面积达1万亩，年均产值超3500万元。

本版责编：朱邪　杨红　莫欣欣
版式设计：陈倩