

赛事集聚声名远扬 体旅融合方兴未艾 紫云278条攀岩线路圈粉全球岩友

贵州日报天眼新闻记者 范力 杜延卿

在倾斜的岩壁上，脚尖踩上不规则的岩块，随着肌肉发力，一步步向上攀爬……5月的安顺市紫云自治县格凸河风景名胜区，刚完成攀岩挑战的齐泰站上山顶，景区壮美山水尽收眼底。

“独特的喀斯特地貌加上格凸河景区美景，‘飞’岩走壁遇上大自然的鬼斧神工，既是挑战，又是享受。”来自成都的攀岩爱好者齐泰说。

地处黔中腹地的紫云格凸河景区集岩溶、山、水、洞、石、林组合，山水相映、雄奇险峻，喀斯特地貌造就的岩壁非常适宜开展攀岩运动，吸引了来自西班牙、法国、奥地利等30多个国家的攀岩爱好者前来挑战。

2004年，首届紫云格凸国际攀岩挑战赛拉开赛事序幕。当俄罗斯选手首次登顶燕子洞时，他们惊叹这里是“世界最难的攀岩线路之一”。随着知名度逐渐打开，紫云的岩壁上热闹起来：2017年“多彩贵州”中国攀岩公开赛、2018年“一带一路”国际攀岩大师赛、2024年“岩旅贵州”攀岩嘉年华……一项项赛事让深山秘境变为国际攀岩圈的网红打卡地。

2018年，国家体育总局授予格凸河景区“国家攀岩训练基地”，2023年“五峰杯”攀岩赛入选“中国体育旅游精品项目”。

“景区内已开发的攀岩线路多达278条，难度等级从5A至9A+不等，为攀岩者提供了丰富的选择和挑战。”紫云自治县文

体广电旅游局体育中心负责人李超说。

赛事的集聚效应，让紫云变为“全球岩友打卡地”。去年9月2日至5日，首届“岩旅贵州”攀岩嘉年华暨贵州紫云攀岩系列赛在格凸河镇举行，来自国内外的180余名攀岩高手在岩壁上大展身手。

来自四川的叶英说：“8年前来这里，路还没修好。现在不仅有专业的攀岩小镇，还有配套的民宿、温泉。赛后还能带着家人探洞、徒步，一趟旅行能玩出‘体育+N’的体验。”

如今的紫云，以岩壁为核心，编织起体旅融合的立体网络。在格凸河景区，“攀岩+探洞”线路带领游客穿越溶洞群，感受“地心探险”的刺激；“攀岩+徒步”路线串联起

大河苗寨、变色湖等景点，让运动与风光完美结合。

然而，紫云并未止步于攀岩。近年来，“五峰杯”足球赛、山地越野摩托车邀请赛、格凸攀岩文化节、全球精英丛林穿越挑战赛……随着一系列赛事密集鸣枪，大大提升了紫云的城市美誉度，全面打响“赛事之城”品牌。

数据显示，2024年，紫云旅游累计接待游客490.18万人次，实现旅游总收入45.13亿元，旅游人次、旅游总收入同比增长24.32%、22.14%。“紫云正积极推动基础设施升级，打造独特体育IP，让游客尽享山水云峰的自然风光和体育赛事的速度激情。”李超说。

本报讯（记者 沈长志 王潇）5月23日，安顺市平坝夏云工业园区内的贵州花山医疗科技（集团）有限公司医疗器械（耗材）生产车间内，自动化生产线高速运转，一批批注射器成品从流水线上下来，立即被打包放进灭菌车间，灭菌完成后将发往国外市场。

“这是销往美国的1盎司注射器，每周供货50万支。目前，我们正在加班加点根据需求全力赶制订单。”贵州花山医疗（集团）有限公司副总经理王军利说。

贵州花山医疗科技（集团）有限公司是一家专注于医疗器械、医疗耗材、医疗设备以及医药科技研发、生产和销售的高新技术企业。主要产品包括医用卫生材料及敷料、注射穿刺用品、高分子材料、麻醉耗材、手术室耗材、病房护理用品等一、二、三类医疗器械（耗材）以及中医器械。

2022年，该公司通过招商引资入驻夏云工业园区，总投资25亿元，分两期建设投产。截至目前，项目已累计完成投资1.55亿元。其中，一期建设的医疗器械（耗材）生产线已陆续投产；二期规划的中药饮片项目也正在紧锣密鼓建设中。“我们一期医疗器械（耗材）项目是今年3月份开始投入生产的，目前共有15条生产线，可进行生产的医疗器械（耗材）有一类、二类、三类产品共计20余种。”王军利说。

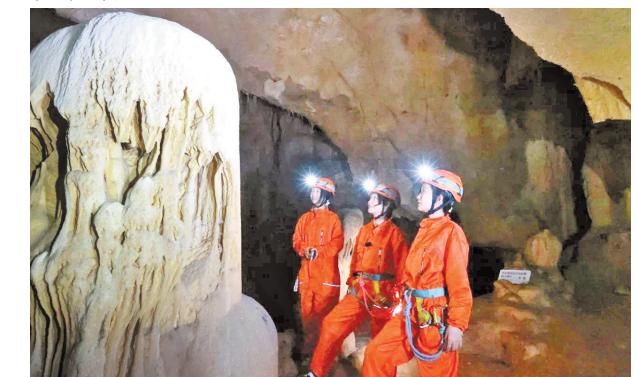
龙宫景区“寻龙记” 成为体旅融合新亮点

本报讯（记者 胡玉山 彭杨）5月21日，记者在安顺市黄果树旅游区龙宫景区了解到，自4月试营业以来，“寻龙记”凭借地质奇观+户外运动+文旅体验的创新模式，迅速成为体旅融合新亮点。今年“五一”假期吸引了大量游客前来体验，目前团队订单已排至7月。

作为龙宫景区创新打造的山地户外运动综合体，“寻龙记”凭借独特的喀斯特地貌资源与多元化体验项目，为黄果树旅游区旅游业发展注入了新动能，引领山水游向体验游、深度游转型升级。

踏入寻龙洞，柔和的灯光勾勒出钟乳石的轮廓，光影交错间，亿万年地质演化的奇迹触手可及。在攀崖项目点，穿戴好专业安全装备爬上陡峭的崖壁，在专业教练指导下扣紧安全绳、踩稳岩点，游客还能在水流冲刷形成的天然岩壁上步步攀升。“注意重心偏移，扣好安全绳！”教练的提示声在洞穴中回荡。

据了解，景区精心规划寻龙区与探秘区两条主题线路。寻龙区以家庭亲子客群为主要服务对象，全程约1小时至2小时的游览路线。探秘区则面向专业探险人群，难度系数比较大，通常有3小时至4小时的深度探洞时间，包含垂直攀爬岩壁等挑战环节，让运动爱好者尽享洞穴神秘的魅力。



游客体验景区探秘区主题线路。

既保留烟火气，又实现规范有序

东山路是“民生路”

贵州日报天眼新闻记者 王潇

“枇杷6元一斤！”“蓝莓甜得很，快来尝一尝！”“刚去地里挖的竹笋……”在安顺市民眼里，西秀区东山路是一条实实在在的“民生路”。

5月17日清晨7点，东山路上的热闹如约而至，市民、游客的欢声笑语和小商贩的吆喝声交织，奏响了城市里动人的“晨曲”。

东山路是虹山湖公园的入口之一。凭借优越的地理位置，这里逐渐孕育出一个365天不打烊的早市。然而，越来越多的商贩集中做小生意，让东山路出现混乱无序的局面。

“以前商贩分散经营，既影响市容又存在安全隐患。”东街城管中队负责人龙海鲨回忆。于是，该中队通过劝导、疏堵结合的治理方式，将流动商贩规范引导至固定区域，既保留了市井烟火气，又实现了有序管理。如今，道路两侧摊位整齐划一，让每家新鲜果蔬、特色农产品琳琅满目，东山路成为安顺城区最具烟火气的地段之一。

在一家不大的炒货店里，不时有顾客上门选购瓜子、花生等炒货。“店里老顾客居多，也有不少游客光顾，每天销售额上千元。”炒货店老板马涛一边给顾客装袋，一边告诉记者。

每当竹筍大量上市时，这条路上总能看到吴士莲的身影。“我卖的竹筍是自己种的。每次看到老顾客直奔我家摊子，我就觉得生活很有奔头。”家住西秀区轿子山镇的吴士莲一脸满足。

在东山路口树荫下，晨练而归的市民黄明桂品尝起刚买的枇杷：“自从退休，我几乎每天早上都来这里。虹山湖公园不仅是外地人打卡的景区，也是我们本地人的花园。我喜欢公园的宁静，也喜欢东山路的喧闹。”

每日清晨，廖顺英都会和三五好友在东山路打卡，“和老姐妹们在公园里拉家常、锻炼，顺带还能买菜，这样的生活平淡又幸福。”

东山路虽不长，却见证着安顺市城市治理的温度。近年来，安顺市持续加强城市容貌和环境卫生管理，提升安顺城区域城市品位，创建整洁有序、交通顺畅、出行便捷的城市环境，打造良好的市容环境，做到了既要市容“面子”，更要民生“里子”。

显示屏生产忙

贵州日报天眼新闻记者
何晓璇 摄影报道

“宋明西秀”凝聚茶企合力 有了公共品牌 闯市场更有底气

贵州日报天眼新闻记者 梅世桂

“茶叶经济一直是西秀区农业经济的重要组成部分。2024年，西秀茶叶产量5180吨，产值7.29亿元。有了公共品牌，今年我们可以再增1亿元的夏秋茶市场。”5月21日，在安顺市西秀区苗岭屯堡古镇，谈起“宋明西秀”茶品牌，西秀区茶叶商会会长罗丽娟难掩激动。

西秀区工商联茶叶商会成立于2005年，20年来见证了当地茶产业的发展。然而，随着市场竞争的日益激烈，商会会员们逐渐意识到，西秀区虽坐拥11万亩优质茶叶

资源，但缺少一个公信力强的公共品牌。茶企各自为战，难以形成强大合力，制约了产业的进一步发展。

罗丽娟既是商会会长，也是占地2000余亩“得江源”茶产业园负责人。种茶、制茶多年，罗丽娟深知品牌对于产业发展的重

要性，便将这一问题反映到西秀区企业服务专班。通过专班协调，在西秀区农业农村局的帮助下，1月21日，西秀区农业农村局召集区茶叶商会及部分主要茶企负责人展开协商。

经过深入探讨，一项意义深远的决策应

运而生：西秀区农业农村局协调将该区农业投资有限公司注册的“宋明西秀”茶品牌转让（或授权）给茶叶商会使用管理。这一务实举措，让“宋明西秀”品牌独立于任何企业，为其广泛推广和规范使用奠定基础。

“茶叶商会将制定品牌管理办法，授权

西秀区内茶叶企业使用，并实行准入条件制度，确保品牌质量与品牌声誉，合力打造西秀茶叶的公用品牌，开拓销售渠道。”西秀区农业农村局茶产业发展办公室副主任廖向

前说。

有了公共品牌，还需要将公共品牌推出去。3月28日，由西秀区政府倾力打造的2025年西秀区“上春山·赏春花·品春茶”暨“宋明西秀”品牌推介及招商活动，就是一次品牌推介的尝试。

活动现场，制茶大师对西秀茶产业发展优势进行全面推介，西秀区茶叶商会为来自山东、广东等地的商家展示西秀毛峰、红茶、白茶等系列产品。成都云雾河谷茶叶有限公司负责人杨敬勇说：“这边海拔高，高山茶优势非常明显，我们这些年一直在和安顺茶企合作。”

用品质“敲门”，用茶香打开市场。推

介会上，多家企业与西秀区达成合作意向，现场签约销售企业3家，签约金额达800万元。“目前已已有5家茶企使用‘宋明西秀’公用品牌。”罗丽娟说，“下一步，商会要凝聚各方力量，以更统一、更有力的姿态开拓茶叶市场。”

观黔中·安顺“行”

萨伽乐器弹奏吉他幸福曲

收入步步高摩托换汽车

贵州日报天眼新闻记者 杨媛媛 周强

“我们停车位又不够了，刚刚才划了两排。”看着满满当当的停车场，5月22日，贵州萨伽乐器有限公司总经理田炳赞说，“2019年公司刚开工时，停车场里只有6辆轿车，其中一辆还是我的。而现在，轿车数量已突破100辆。”

公司员工叶发木今年32岁，刚花10余万元买了一辆轿车。他原本在广东打工，

后来回到贵州老家，进入贵州萨伽乐器有限公司工作。

“现在收入稳定，生活也越来越好，买车更方便照顾家人。”叶发木说，据他了解，今年公司又有七八位同事陆续购车。

贵州萨伽乐器有限公司是一家专注吉他

制造的企业。2018年，普定县在招商引资中主动出击，凭借真诚态度和优越区位，吸引

该公司落户当地产业园。这也是普定第一家吉他制作企业。

田炳赞回忆，初到普定时，当地鲜有人弹奏吉他，更不要说了解吉他制作工艺。

“不怕不会，就怕不学。”他手把手地教，带着第一批平均年龄40岁的30名本地工人。

此后，企业发展逐渐步入快车道，从最初的一条生产线扩展至三条，从单一产品走

向多元化，受到国内外客户的好评，销量也节节攀升。田炳赞说，“员工的亲友听说工资高、环境好，纷纷来应聘，许多人骑着摩托车来厂区上班。”

如今，该公司员工已突破200人，90%以上员工来自普定本地及周边地区。随着企业的壮大、员工技术的进阶，大家的收入水涨船高：负责桶部打磨的叶发木，从入厂时每月4000元工资涨到了7000元；从事面板、磨框等工序的刘明燕，薪资也从2500元上涨到最高8000元。目前，该公司员工月薪达4000元以上，具有明显区域竞争力。

从摩托到轿车，不只是通勤方式的變化，更是群众生活水平提升的缩影。从不会制作到行家里手，一把吉他正在弹奏起企业壮大、产业富民的幸福曲。

提前布局市场，占得先机。

没有淡季，员工们因此实现稳定就业。企业的员工大多都是搬迁群众，普遍为女性，年龄在30岁至60岁之间。38岁的陆菊看中了这份工作的稳定，“现在每天都有事情做，一个月收入超过4000元。”

企业快速发展的背后，离不开政府部门的支持。2024年，该公司入驻社区时得到房租、政策优惠；招工时，政府部门又积极帮助扩大宣传。此外，普定县相关部门持续为公司提供订单对接、员工技能培训等服务，并引入东西部协作资源，为企业争取资金补贴。

“我们根据企业需求设置培训，提升员工技能适配度。”普定县就业局副局长董玉菊说，相关部门还常态化收集用工和市场需求，动态调整策略，助力企业与群众精准对接。在普定，这样的社区小厂有10多个。下一步，该县将引进更多小微企业入驻社区，提升社区就业率。

佰斯乐服装让群众在家门口就业

反季节生产工厂订单满

贵州日报天眼新闻记者 周强 杨媛媛

最近两个月，贵州佰斯乐服装有限公司负责人伍维春整整瘦了30斤。他不是专门减肥，而是太忙了——公司日销裤子3000条，更带动67名搬迁群众家门口就业。

贵州佰斯乐服装有限公司位于安顺市普定县玉秀街道的易地搬迁安置社区玉兔社区。车间内，一条裤子从布匹裁剪到成品，共需25道工序，工人们熟练地有序操作。

“1、2、3……上链接！”热火朝天的还有千里之外的福建省福州市——伍维春和表弟成立直播公司并搭建8个直播间，10余名

主播依托抖音、淘宝、拼多多等网络平台，向广大网友介绍贵州佰斯乐裤子性能、价格等，网友们纷纷下单购买。

伍维春表示，现在正是销售旺季，每天

销量可达3000条。

接下来的3个月，预计每

日销量将达6000条。

同时，该公司最近又

接到一笔大订单。

其实，2年前伍维春才涉足服装行业，此前对该行业一无所知。过去，他进过工厂、干过装修。做服装生意，源于表弟为服装企业直播带货的经历。两人一番商量后，决定开工厂、做直播。2024年1月，公司正