

三年砺剑筑牢生命防线

——贵州省红十字会加快构建人道救援体系

黄军

今年6月24日，黔东南州榕江县发生特大洪灾，贵州省红十字供水救援队携带4套移动净水装置火速驰援，为当地群众应急供应生活用水145吨，有效缓解了因洪灾带来的用水困难。7月16日，当地政府向救援队发出一封饱含深情的感谢信。这封感谢信，不仅是对救援队的高度赞誉，更是对贵州省红十字应急救援力量不懈努力的生动注脚。

过去3年，贵州省红十字会以“建强队伍、高效救援、普惠培训”为支点，加快构建人道救援体系。从毕节山体滑坡现场的帐篷灯火，到甘肃积石山的“净水魔法”，到缅甸曼德勒的“生命之源”，贵州省红十字救援队用脚步丈量责任，以专业诠释担当，在一次次生死考验中书写着“人道、博爱、奉献”的贵州答卷。

尖兵锻造： 从理论知识到技能实操的跃升

贵州省红十字会高度重视应急救援队伍建设，全力打造一支召之即来、来之能战、战之必胜的精锐力量。

队伍建设的质与量同步跃升，是近3年最鲜明的变化。2025年，全省红十字应急救援队达到38支，较2022年增加23支，并形成“大众卫生、赈济、供水、搜救、心理”五大专业矩阵。贵阳市针对辖区湖泊众多的特点，专门组建了水域救援队，配备冲锋舟和水下探测设备；毕节市侧重地质灾害救援，队员均持有国家中级搜救员证书。这种“一地一特色”的建设思路，让救援力量与灾害类型精准匹配。

专业能力的淬炼，离不开实战化训练的打磨。2024年，全省举办198场救援培训演练活动，1249万人从中受益。培训内容丰富多样，涵盖应急救援理论知识、专业技能实操、团队协作训练以及心理疏导等领域。通过理论与实践结合，队员们在模拟和实战场景中积累经验，面对复杂多变的灾害环境时，能够更加从容应对。

技能比武成为能力检验的试金石。省红十字会搭建交流竞赛平台，激发队伍活力。2024年全省红十字救援队伍技能比武，各支队伍激烈角逐，在切磋中提升技能。在首届全国红十



在榕江县古城镇第六小学，红十字救援队的队员与学校师生合力冲刷操场淤泥。



↓缅甸地震灾区，中国红十字国际救援队的贵州队员在安装净水装置。



↑贵州红十字救援队的队员与甘肃积石山震区安置点儿童共度元旦。

字救援队伍大比武中，贵州代表队大放异彩，荣获团体二等奖1个、团体三等奖2个，单项一等奖2人、单项三等奖4人。

制度保障为队伍建设注入持久动力。省红十字会通过建立“党员先锋岗”和临时党支部制度，让60%的救援队员成为一线战斗堡垒成员。这种“党建+救援”模式，让队伍的凝聚力和战斗力持续增强。

实战淬炼： 从省内救援到国际驰援的突破

哪里有灾难，哪里就有贵州红十字人的身影。

省内救援的“加速度”不断刷新纪录：2025年5月，毕节市大方县山体滑坡发生后，省红十字会灾害管理系统在15分钟内完成灾情上报，3小时后首批帐篷和家庭包就送达灾区，13名大众卫生队员冒雨搭建的安置点，让19名被困群众当晚就住进温暖的帐篷；6月27日，在黔东南州榕江县富民小区，一台净水设备格外醒目，设备两端，一边是浑浊的泥浆水，一边是水龙头里流出的清水。每小时4吨的净化量，让富民小区居民在洪灾发生3天后首次用上清洁水。

跨省救援彰显兄弟情谊。在2023年甘肃积石山地震救援中，贵州红十字救援队的8名队员在11天里完成160间卫生厕所搭建，解决了

1.35万人的如厕难题。主治医师队员赖景贵在克新民村为发烧女童诊治的画面，成为寒冬里最温暖的风景。队员们自创的“太阳能灯+卫生厕所”组合，被当地群众称为“红会智慧”。这次救援为贵州红十字救援队后续参与更大规模救援积累了宝贵经验。

国际救援展现大国担当。作为首次走出国门的红十字大众卫生和供水专业队伍，中国红十字国际救援队的贵州队员在缅甸地震救援中交出亮眼答卷：3人小组与四川队员协作，让每小时4500升的直饮水解决灾民饮水难题。而从贵阳调拨并通过中缅陆路通道运送的200顶帐篷，更开创了国际人道救援的新路径，展现了中国红十字会的速度与温度。

救援效能的提升得益于机制创新。贵州省红十字会与应急、气象、地震等部门建立的应急救援联动机制，让灾害应对更精准高效。在榕江洪灾中，这套机制实现“降雨预警发布后1小时备勤、3小时出动”，较传统模式提前6小时，为救援争取了黄金时间。

体系构建： 从物资储备到能力建设的完善

走进省红十字会物资储备库，货架上整齐码放的家庭包等上万件救灾物资格外醒目。通过阁楼式货架等库房改造，让这个占地32亩1.24万平方米的仓库，存储容量提升了1500立

方米。而6S的管理制度，确保物资出库时间缩短至30分钟内。仓库标准化规范化建设，是贵州省红十字会应急保障体系日趋完善的缩影。

物资储备网络实现全覆盖。3年来，全省新建县级物资储备库40个，2024年评定的黔西南州、黔南州两个三级库，可满足5000人规模灾害的物资需求。安顺市镇宁自治县的四级库“麻雀虽小五脏俱全”，200平方米空间内储备的冲锋舟、净水片等物资，曾在2025年山洪灾害中发挥关键作用。

社会动员凝聚“大合力”。在榕江洪灾救援中，全省红十字系统募集的158235万元捐款和1250万元物资，成为灾后重建的“及时雨”。2024年爱心企业捐赠的100台AED，更让“黄金4分钟”急救在公共场所成为可能。这种“政府主导+社会参与”的模式，让救援力量不断壮大。

能力建设惠及“千万家”。省红十字会应急救援培训“六进”工作的开展，让7484万贵州群众掌握了心肺复苏等技能。在第八届全国红十字应急救援大赛中，贵州代表队获得的团体三等奖，就印证了培训工作取得的实效。

从武陵山区到乌蒙深处，从黄土高原到异国他乡，3年来，贵州这支身着红十字马甲的“黔”行力量，正以更专业的素养、更高效的行动、更深厚的情怀，守护着生命的希望，让人道之光在黔贵大地持续闪耀。

(本文图片由省红十字会供图)

酸汤为媒 匠心为桥

——非遗代表性传承人朱虎的贵州味破圈之路

任勇 李星道

清晨的贵阳，当匆忙的人们刚刚起床时，贵厨酸汤牛肉的中央厨房里已是酸味飘香。35岁的朱虎身着围裙，从已熬制好的酸汤锅中舀出一勺细细品尝——这个习惯，对身为贵厨酸汤牛肉总经理与朱氏传统酸汤制作技艺非遗代表性传承人的朱虎来说，已是近10年来不变的坚守。

2016年，贵厨酸汤牛肉首家门店在贵阳市花果园开业，如今有遍布全国的25家门店，从后厨学徒到非遗代表性传承人，朱虎多年的餐饮之路，正是云贵菜从过去的“深山秘味”发展到现在的“国民美食”最为生动的注脚之一。



味蕾溯源： 从梦想少年到技艺传人

“其实，我小时候的梦想，就是长大后当一名厨师。”说起自己跟酸汤的缘分，朱虎颇有几分自豪。作为90后的朱虎，自幼便对美食有着天然兴趣。十六七岁时，他便利用假期前往六盘水市的一些餐饮店打工。从切配到掌勺，悄悄积累着餐饮行业的宝贵经验。

2012年大学毕业后，朱虎作出了一个令家人意外的决定：放弃所学专业，投身挚爱的酸汤事业。他辗转来到凯里酸汤餐饮店后厨，拜师学艺4年，系统掌握了制酸、熬酸的核心技艺。“贵州酸汤有着万物皆可调的智慧，大类配方就有10种，细分起来多达几百种，吃法更是涵盖火锅、炒菜等诸多门类。”师傅的每一句教诲，他都铭记于心。看似普通的酸味背后，包含了贵州人适应高海拔环境的生存智慧，更是食材与技艺的完美融合。

在4年学徒生涯里，朱虎每日与糯米、番茄、辣椒为伴，熟知不同发酵温度对酸汤风味的影响，深谙“少一分则寡淡，多一分则过酸”的精准尺度。这份对酸汤文化的深刻理解，为他日后的创业与传承打下了坚实基础。



↑厨师正在准备“吊龙”。
←朱虎的非遗代表性传承人证书。

任勇 摄
任勇 摄

创新破局： 从同质困境到品牌突围

2016年，带着对酸汤的无限憧憬，朱虎与恩师在贵阳市人流量最大的花果园合伙开了第一家酸汤牛肉店。然而，现实却给了他沉重一击：开业半年，生意始终冷清。复盘后朱虎清醒地认识到传统红酸汤搭配普通现切牛肉的模式缺乏特色，在餐饮市场中难以突围。

“传承不是守旧，创新才能让传统活起来。”朱虎决心对产品进行革新。在酸汤上，他在传统红酸基础上大胆加入白酸与牛骨汤，既保留了发酵的醇厚酸香，又增添了骨汤的温润鲜美；在食材上，他对牛肉进行精准分部位切割，精选“吊龙”这一鲜嫩部位作为核心产品，让牛肉下锅9秒即可食用，口感嫩而不柴。改良半个月后，门店生意迎来逆转。老顾客口口相传，新食客慕名而来，排队就餐成了常态。

2020年，当“线下+线上”成为餐饮行业发展潮流时，朱虎再次抓住机遇，让贵厨品牌入驻抖音平台。在企业的品宣视频中，传统制酸工艺的细腻、不同部位牛肉的独特口感引发网友广泛关注，再配合平台消费补贴与团购套餐，让贵厨的影响力迅速从贵阳扩散至全国。

数据显示，通过抖音团购到店的用户占比高达



让人食欲大开的酸汤牛肉。 任勇 摄

51%，线上热度成功转化为实实在在的客流。如今，贵厨酸汤牛肉已将门店拓展至广东深圳等省外城市，全国25家连锁门店每日客流不断。

匠心守艺： 从品牌经营到非遗传承

2024年，来自贵厨的朱氏传统酸汤制作技艺获评贵阳市观山湖区级非物质文化遗产。“非遗不是陈列在橱窗里的那块牌匾，而要在市场中接受检验，并发扬光大。”朱虎的身上又多了一层沉甸甸的责任。在贵厨的中央厨房，数十个陶罐整齐排列，里面是正在恒温发酵的酸汤，这是他坚守传统的见证。“酸汤的灵魂在于发酵，每一道工序都不能含糊。”朱虎说。

这份匠心还渗透在了品牌经营的每一处细节：贵厨始终坚持原汤传统发酵工艺，不添加任何人工酸味剂；在食材品质上，朱虎设立了严苛的“红线”，肉源必须来自贵州本地优质肉牛，每日凌晨新鲜送达，专人逐块检验杜绝注水；青花椒、木姜子等特色佐料以及配菜、水果，全部从贵州山区采购，确保原汁原味。就连店名贵厨二字的背后，也承载着双重期许：既是“贵州人的厨房”，也是“在贵厨，遇贵人”的缘分，彼此都可以是对方的贵人，成全彼此的梦想。

在坚守品质的同时，贵厨还不忘宣传贵州

特色文化。从2020年贵阳会展城开店起，每个门店的装修都会主动融入苗族银饰、侗族鼓楼等民族元素，让食客在就餐时感受贵州文化。服务团队秉持家人式理念，主动为外地游客讲解酸汤吃法与背后的民俗故事。还针对不同群体需求，研发出酸汤鸳鸯锅、酸汤土豆泥、酸汤牛肉粽等新品，甚至推出适配健身人士的“酸汤水煮菜”方案，让传统酸汤融入更多生活场景。

如今，朱虎正积极推进朱氏传统酸汤制作技艺的市级非遗申报。“一位在深圳工作的贵州老乡，每次来店里吃完后都要打包两罐酸汤带走，说这是家乡的味道。”这份认可，让朱虎更加坚定了传承非遗的决心。

爆火之后： 贵州菜“出圈”未来可期

贵厨的成长轨迹，恰是云贵菜走红的微观缩影。近年来，云贵菜在全国餐饮市场强势崛起，抖音生活服务数据显示，截至2024年7月，贵州“酸汤鱼”“酸汤牛肉”相关视频播放量突破80亿次，云南美食、贵州美食话题热度指数同比增长70.8%。近一年来，云贵菜订单量同比增长86.1%，品类商家数增长60%，市场活力尽显。

在朱虎看来，贵州菜的走红是多重优势叠

加的必然结果。“贵州海拔高、无污染、空气质量优秀。好的生态环境孕育出绿色健康的优质食材，正好契合当代年轻人的饮食理念。”更重要的是，贵州菜中诸多如酸汤发酵酸的非遗技艺，形成了独一无二的口味壁垒。而贵州旅游业的火爆与短视频平台的传播，也让曾经“藏在深闺”的贵州美食，终于迎来了“一举成名天下知”的机遇。

谈及未来，朱虎的规划清晰而坚定：未来3年到5年，计划在全国范围内开满50家门店。“出省开店，不仅仅要让食客享受到贵州美食，感受贵州文化。同时，也要让身处异乡的贵州人能尝到家乡的味道。”

从毕节山区的酸汤少年到非遗代表性传承人，从后厨学徒到品牌联合创始人，朱虎用13年时间诠释了何为“传统与现代的融合”。正如他每日清晨品尝的那勺酸汤，唯有经过时间的沉淀、匠心的打磨与创新的催化，才能酝酿出跨越地域的动人味道。而这份味道，正带着贵州的山水灵气与文化温度，在全国的餐饮版图上书写着新的传奇。

本版责编：熊瑛 张元斌 杨露怡
版式设计：彭舒妍