

我省多举措做好国庆中秋长假服务保障

以暖心优质服务换游客舒心体验

贵州日报天眼新闻记者 陈曦

10月1日中午1点,“大明志·状元的路”主题沉浸式活动在青岩古镇精彩上演,吸引了大量游客踊跃参与体验。湖南游客张晓从北门检票进入古镇后,看到许多人围在青岩古镇纪念导览图领取处,她也扫码领取了一张手绘导览图,“有了导览图,在古镇参观和参与体验活动更方便了。”

像青岩古镇这样贴心的服务,在贵州其他景区也屡见不鲜。10月1日上午,梵净山山顶气温仅13摄氏度,一早登顶游玩的江西游客李勇昌,尽情欣赏武陵山脉主峰的美丽秋景。下山途中,他感觉有些冷,此时看到景区免费供应的姜茶,马上接了一杯喝起来,“秋天山上风大,姜茶正好可以驱寒,景区想得真周到。”

今年国庆中秋长假,贵州各景区景点提前谋划,从环境卫生、信息提

示、安全保障、秩序维护、服务优化等多个维度发力,推出一系列保障措施,全力为游客打造安心、舒心、开心的假期旅游体验。

前往黄果树瀑布的游客发现,随时可以问“瀑花”志愿者问询。从10月1日开始,每天都有30多名志愿者在主干道沿线、客运站、票务中心、大牌坊等人流密集的10个网格,有针对性地开展路线指引、信息咨询、问题响应等旅游志愿服务。

小七孔景区在这个假期又迎来大客流。景区将国庆中秋长假的入园时间提前至6:50,通过延长服务时间,为游客带来更好的体验。荔波樟江风景名胜胜区管理处党组书记、处长刘婉萌告诉记者:“接待游客高峰将出现在10月3日至4日,预计最高峰日均接待游客将达7.77万人。”为了给游客提供

更优质的服务,今年假期在岗工作人员较去年同期增加约90人,重点增配了安全巡查、保洁服务、志愿者引导等一线岗位力量。

城市公共交通同样为市民游客延长了夜间服务。从9月30日至10月8日,贵阳地铁全线网运营时间延长30分钟,各线路起点站末班车发车时间调整为23:30;贵阳公交1路、2路、9路、40路、307路末班车发车时间延长至23:30,248路末班车发车时间延长至22:00。此次延时覆盖青云市集、甲秀楼、花果园、未来方舟等多个热门区域,极大地方便了市民游客夜间出行游玩、购物及休闲。

值得一提的是,国庆中秋长假,贵阳市机关事业单位免费向市民游客开放约18万个停车位,将机关单位的“闲置空间”转化为“便民空间”,

有效缓解了游客在贵阳旅游期间的停车难题。

为了让游客轻装上阵畅游,贵阳地铁暑期“上新”的行李临时存放服务,在国庆中秋长假又忙碌运转起来。10月2日下午,记者在地铁2号线喷水池站F口进站闸机旁看到,大大小小的箱子背包整齐地摆放在行李临时存放区域内。据了解,除了喷水池站,还有13个客流量较大的地铁站都设有行李临时存放区。

分布在民生路、太平路、黔灵山公园等人员密集场所的云岩文旅客服务暖心小屋,也提供了免费行李寄存等服务。10月2日下午2时许,昆明游客张蓓蓓从黔灵山公园游玩出来,在暖心小屋领走自己寄存的背包,连声向志愿者道谢:“不带背包去爬山真的轻松很多!”

“红军来到我家乡”情景剧巡演等,还将在中秋节当晚举办中秋晚会,邀请游客共庆佳节。

贵阳市青岩古镇则以“击鼓明志,灯火传情”为主线,举办点灯仪式,侧面还原600年前的中秋盛景。仪式上,庄重的钟鼓声与悠扬的《大明迎宾礼》乐曲相伴,身着明代服饰的演员们列阵迎宾,再现大明风华,带领观众沉浸式感受青岩600年的文化积淀。

不少年轻游客对这种沉浸式体验印象深刻。大二学生韦雅衡说:“穿着汉服参加巡游,仿佛穿越回古代,这种互动形式既有趣又有教育意义,让我对贵州文化有了更深的理解。”

贵州双节期间,通过“非遗+民俗”的精彩呈现,让传统与现代激情碰撞,为游客带来别具一格的旅游体验,也让传统文化在新时代绽放出新的光彩。

2025年全国农产品产销大会（南部片区）

10月17日至19日在贵阳举行

本报讯（记者 朱登芳）记者近日从省商务厅获悉,由商务部主办,商务部流通产业促进中心、贵州省商务厅等单位共同承办的2025年全国农产品产销大会（南部片区）将于10月17日至19日在贵阳国际会议展览中心举行。此次大会以“农商对接携手助力乡村振兴”为主题,旨在打通南部片区农产品产销链路,推动区域农业迈向高质量发展新阶段。

自2018年起,商务部持续开展全国农产品产销对接活动。截至2024年,累计举办对接活动超3300场,带动农产品采购金额近1000亿元。2025年,该活动全面升级为全国农产品产销大会,并分片区开展集中对接。

本次大会由重庆、广东、广西、福建、海南、云南、江西等7省（区、市）商务主管部门联合贵州现代物流集团、贵州省供销管理集团等单位共同协办。目前,已邀请全国近千名优质采购商参加。其中,广东省21市商务局积极组织,370家采购商踊跃参与;上海、浙江等地21家商会也牵头组织采购商参会。贵州省内超600家企业积极报名参展。

苟江经开区标准化厂房加速建设

投资约2.7亿元,将解决约400人就业

本报讯（记者 潘树涛）10月1日,国庆佳节之际,贵州和平（苟江）经开区标准化厂房二期项目建设现场一片繁忙,百余名建设者坚守岗位,全力推进项目建设,为优化招商引资环境、打造产业集聚平台发力。

作为和平（苟江）经开区重要的基础设施配套工程,该项目总投资约2.7亿元,规划建设9栋4层框架混凝土结构厂房。目前,项目主体结构已全面封顶,施工重点转入二次结构、内外墙装饰等装修阶段。

据贵州现代建设工程有限公司负责人吴方藩介绍,项目总体进度已完成约80%。国庆中秋长假,每日有130至140名工人投入施工建设,各班组循

环交叉作业。除八号楼外,其余厂房已全面进入装修阶段,外墙施工基本完成,接近交付使用条件。

近期降雨频繁,施工团队积极应对,调整作业方案,采取“晴外雨内”的施工模式。晴天时,工人们争分夺秒推进室外工程;雨天则转向室内装修与管线铺设,确保项目按计划于2026年3月前竣工。

遵义播投工业（集团）有限责任公司工程部经理何显虹称,标准化厂房依托区位优势及鸭溪电厂蒸汽余热等资源,产业吸引力强。项目建成后,预计可引进8至10家企业,解决约400人就业,充分发挥“筑巢引凤”的载体功能。

贵州两机构走访慰问在浙江温州黔籍务工人员

收到家乡的礼物,心里太暖了

本报讯（记者 黄军）9月30日,贵州省驻浙江省温州市劳务协作分站携手共青团贵州省委驻温州工作委员会,共同开展了“情暖双节·心系乡友”走访慰问活动,为贵州铜仁籍乡亲送去节日的祝福。

此次慰问活动紧扣黔籍务工人员的“急难愁盼”,深入探寻他们在温州的工作状况与生活需求。慰问团一行脚步不停,先后踏入企业生产车间、员工集体宿舍,还走进部分务工人员租住的家中。

每到一处,他们都与乡亲们围坐在一起,面对面拉家常、畅谈发展。从工作强度是否合理、薪资能否按时发放,到住宿条件是否舒适、饮食有无保障,再到子女入学是否顺利、社保是否按时缴纳,慰问团全方位倾听大家的心声,并细致记录下每一个亟

待解决的问题。

共青团贵州省委驻温州工作委员会负责人则将目光聚焦在青年务工群体上,鼓励他们主动融入温州发展大局:“年轻就是资本,希望大家既要在岗位上踏实干活、锤炼技能,也要利用业余时间多学习、多提升,把贵州人吃苦耐劳、敢闯敢拼的精神亮出来,不仅要稳住工作,更要活出精彩!”

活动现场,一份份装满月饼、贵州特色辣子鸡、刺梨干的慰问品被送到务工人员手中。沉甸甸的礼包里,满是家乡的味道与牵挂。“没想到在千里之外还能收到家乡的礼物,心里太暖了!”来自铜仁市碧江区的务工人员王先生捧着慰问品激动不已,“感谢家乡惦记着我们,我们一定好好工作,不给家乡丢脸,也为温州发展出份力!”

福泉林下经济产值超7亿元

本报讯（记者 张警）近日,记者从福州市林业局获悉,自2024年7月成为全省深化集体林权制度改革试点城市（市）后,福州市多措并举盘活林业资源,推动产业融合,实现生态保护与经济发展协同增效。截至目前,全市林业总产值达2293亿元,林下经济产值7.75亿元,带动林农增收超2000万元。

试点启动后,福州市出台《集体林地经营权流转管理办法》,规范流转程序。今年1月,福泉马场坪街道鱼西村乐邦片区集体林场杉木林成功挂牌流转,成交48万元,收益按6:2:2分配给守山人、村民和村集体,有效激发了各方积极性。

为便利林农,福州市推行采伐限

额五年总控制度,小额采伐实行告知承诺制审批,并放宽人工公益林更新采伐限制。同时,建设林产品产业园,串联木材生产、加工与废料回收,新增就业岗位110个,提升木材附加值。

在产业发展上,福州市采用“公司+合作社+农户+基地”模式,结合生态修复与林木培育,推广“退化林修复+松栎苓”“中幼林抚育+淫羊藿”等复合经营。目前,全市林下种植面积达8500亩,生态鸡、蜜蜂养殖等蓬勃发展,形成“林上采、林下种、林间养”的立体模式。

通过系统改革,福州市已培育13家规模经营主体和3家省级林业龙头企业,走出了一条生态保护、产业增效与林农致富的绿色发展新路。

安顺古城长假前两日客流均超十万人次

贵州日报天眼新闻记者 周强

国庆中秋长假,安顺古城迎来“爆发式”客流,连续两日游客量突破10万人次,成为假期热门打卡地。

10月2日下午5时18分,安顺古城入口处的实时客流量显示屏上,数字不断跳动攀升。“72921、72932、72952……”晚上7时许,当日客流量便突破10万人次,且持续上升。而在长假首日,客流量126624人次。

漫步古城,青石板路处处洋溢着节日氛围。商铺前飘扬的国旗,成为一道亮丽风景;贵城河上,画舫游弋,身着明制汉服的工作人员与游客热情互动,人声与音乐交织,奏响热闹的节日乐章。

今年国庆中秋长假,安顺古城精心推出“狂欢全攻略”。古城粮仓演唱会每天一场专属主题演出,知名乐队与音乐爱好者联袂,“家国情怀夜”“民俗音乐汇”“青春流行风”等主题精彩纷呈;“我从明朝来”摄影展展出200余幅作品,涵盖“大明服饰”“古城变迁”等内容,带游客穿越时空;上百位商家组成的业态矩阵,满足游客多元需求。

重庆游客张锦健第一次来到安顺古城,就被深深惊艳:“这里古色古香,业态丰富,是个游玩的好地方。”



10月2日,游客在黔西南州兴义市云屯生态体育公园旅游景区游玩。

贵州日报天眼新闻记者 李允凤 摄

（上接第一版）

“村字号”的火热,精髓在传播:“村BA”最初走红,是观众自发把比赛视频传到网络。“‘村超’出圈,源于人人都是传播者。”榕江县委宣传部副部长王永杰说,县里开展新媒体电商人才线上线下培训4万多人次,孵化新媒体账号12万余个,全网全平台综合浏览量突破900亿次。榕江人的镜头里,有小香猪等“村味”奖品的欢乐,有“草帽”球员拼尽全力的感动,更有现场高涨的群众热情。

好法子
人民主体,“人人都想有点啥”;政府护航,“不上场始终在场,不缺位更不越位”

贵州的“村字号”,可贵在人民主体、群众自发。榕江县掀起一场“头脑风暴”——“我为‘村超’做点啥?”这让兴华乡摆贝村党支部书记刘正文犯了难:“我们村离球场远,又在半山腰,怎么办?”“没有特色农产品,有啥给观众看?”那段时间,他在村里踱来踱去,抬头望见层叠的吊脚楼,灵感乍现:“我们有保存完好的苗族村寨和苗族传统文化,为啥不摆出来?”

摆贝村决定拿出最隆重的鼓藏节仪式。80多岁的老党员杨老赶带头支

持。鼓藏节被搬上第一届“村超”开幕式时,杨老赶走在队伍前面,被网友亲切地称为“村超爷爷”。

正是“人人都想有点啥”的精神,让“村字号”后劲十足。“村超”的参赛队伍、赛程安排、晋级规则、节目表演由村民自发组织、自行实施。榕江先后有11.68万名群众参加非遗节目表演,885支特色啦啦队参加巡游……

贵州的“村字号”,难得的是政府护航,“不上场始终在场,不缺位更不越位”。

正是“不缺位更不越位”的理念,让“村字号”蓬勃发展。长远规划、统筹协调,招商引资、招揽人才、保障安全,政府的支撑一点也不少。

夜幕降临,灯光聚焦。黔东南州凯里市苗侗风情园内,村民们肩扛锄头、身着盛装,自信走上“村T”舞台。“这几年,贵州民族文化可火啦!”2024年,在外打拼多年的服装设计师杨春林在当地政府返乡政策的吸引下回乡创业,成为“村T”发起人。参与的村民多了,“村T”开始小有名气。另一头,市区的“绣里淘”非遗集市里,绣娘们却因手工艺品生意缺少“流量”而发愁。在凯里市统筹协调、牵线搭桥下,杨春林把T台搬到苗侗风情园的风雨长廊。村民们则穿上传统又时尚的民

族服饰,带上特色美食,转眼变成自信“模特”。

“村民们不仅登上‘村超’‘村BA’走秀,还亮相中国国际时装周、上海时装周等大型台!”杨春林欣喜地说。短短一年,贵州“村T”全网话题流量突破120亿次,为凯里吸引游客50余万人次,实现旅游综合收入2.5亿元。

在政府引导下,专业团队为“村字号”注入活力。

赛马奔驰,三都自治县的西部赛马城里欢呼响彻全场。水族人自古爱马,每逢端节,都要在端坡上赛马。可“村马”出圈,却是最近几年的事。“过去,赛马多为民间自发,端坡设在野山上。”三都自治县文体广电旅游局局长韦丽娜说,“赛马是一项专业运动,需要通过市场化运营‘破圈’。”

2023年,县里引入深耕贵州文旅产业多年的专业团队,成立贵州赛马城文化体育有限公司。以赛事运营为抓手,赛马城公司探索出“国际标准本土化、民族文化市场化、产教融合实体化”的发展路径。“‘村马’成了三都的流量担当。”公司负责人覃云峰介绍,2024年32场赛事吸引70万人次,单月旅游收入达473亿元。

新路子

群众的乐子铺就致富的路子,

“‘村字号’走出国门,走出自信”

“村字号”传统一直在,为什么现在才“出圈”?过去穷,群众外出打工,缺少自信。现在富了,人们有空闲踢球、赛马,而群众的乐子又铺就致富的路子,乡村的精神面貌焕然一新。

今年,贵州的村民还走出国门,代表“村T”亮相大阪世博会。“妈妈们换上了‘压箱底’的盛装,受到不少外国粉丝的喜爱!”杨春林说,“绣娘们发现,自己缝制的民族服饰不仅不‘土气’,而且很时尚!”

“村字号”活动提升了文化自信,涵养了乡风文明。漫步肇兴侗寨,侗族大歌悠扬,吊脚楼干净敞亮,村民们友善热情。黎平文体广电旅游局局长唐大才自豪地说:“‘村歌’大赛举办以来,邻里矛盾少了,家家户户把房前屋后搞得漂漂亮亮!”

受灾不过一月,“村超”感恩重启,锻造了团结奋进新品格。今年6月,榕江遭遇洪灾。八方来援,吃饭成了难题。在一些受灾较轻的乡镇,村民捐钱出力,制作盒饭,送到一线。“受灾群众没有埋怨,而是齐心协力重建家园。”榕江县委书记徐勤说。

“村字号”开辟宽广的精神世界,也为地方经济增添持久动力。

赛马入栏,三都自治县一家养马场

内,石绍张正仔细给马儿“按摩”放松。他从18岁外出闯荡于各个马术俱乐部,后回到家乡创业。谈及创业前景,石绍张信心十足:“不仅是赛马,出诊、换马掌、寄养马等业务都是一片‘蓝海!’”
“‘村马’跑出一个大产业。”韦丽娜说,三都自治县通过举办“村马”比赛,带动马术培训、马匹交易、研学相关产业。“我们与赛马城公司合作开办骑手‘订单班’,开设驯马技术、赛事管理等课程。”三都水族自治县民族中等职业学校副校长王天力说,该专业有望填补西南地区马产业技能型人才缺口。

在更高层面,“村字号”打造了文旅旅居融合发展的“超级发动机”,激活县域经济发展新动能。
“有了人流,直接带旺旅游经济。”榕江县委文体广电旅游局副局长孙小微说,“村超”出圈后,全县新增经营主体7700余户,住宿床位数从不足6000个增加到12万个。2024年,全县餐饮住宿收入超13亿元,今年上半年超过8亿元。

榕江县城外的果园里,被网友称为“西瓜妹”的村民熊竹青在镜头前打开直播,身侧堆满了百香果、罗汉果等特产。她欣喜地说:“‘赛场展示+线上下单+产地直发’的模式,让榕江的优质

农产品走出了大山!”

徐勃表示:“‘村超’从一点突破,激活了全县经济新动能。”2024年,榕江的农产品线上线下销售额超9亿元,线上销售额同比增长超87%。深化“村超”品牌运营,榕江和多领域企业开展联名、授权合作,“村超”可乐等产品热销。

依托“村字号”品牌,贵州做强县域经济,努力实现流量“长红”。凯里市计划以“村T”为平台,与纺织企业开展合作,发展民族服装产业;黎平县借助“村歌”开发旅游产品,整合社会力量构建产业生态链,将“村歌”产业化、市场化。

哨声响起,榕江“村超”球场上,“好球”继续开场。贵州“村超”火了后,“苏超”等业余足球赛如雨后春笋涌现。“‘村超’靠的是把足球赛事与民族文化、非遗文化、特色美食、淳朴民风等结合起来进行融合式创新,我们坚持走群众路线,做大做强‘村超’平台与品牌,富脑袋、富口袋、富政府。”徐勃说。

肇兴侗寨里,月光爬上了鼓楼飞檐,照在村民陆勇妹家的店铺门前。接待完又一批游客,她转身拿起手机打开“村歌”大赛直播:“瞧,属于我们大家的好戏,正精彩哟!”