

“黔货出山进军营”书写“五丰收”精彩答卷

携手奋进共筑梦 军民同心促振兴

任勇

七年来，在红军长征走过的这片热土上，在乡村全面振兴的时代征程中，“黔货出山进军营”帮扶模式始终遵循党中央关于巩固拓展脱贫攻坚成果、全面推进乡村振兴、加强军政军民团结的决策部署，并在军委机关、国家部委及地方各级党委、政府的有力指导下与帮扶支持下，承载着军民鱼水深情、助力革命老区发展的初心，一步一个脚印，稳步前行。

自2018年4月启动，特别是“十四五”期间，“黔货出山进军营”模式升级为“‘贵州+’沿长征路革命老区绿色农产品帮扶平台”，这一帮扶模式从贵州一省的创新探索，逐渐发展成为辐射全国沿长征路革命老区的跨区域帮扶平台，并以“军地搭台、企业唱戏、群众受益”的长效机制，书写了政治、经济、军事、社会与规模效应“五丰收”的精彩答卷，奏响了新时代“军爱民、民拥军、同心共筑中国梦”的雄浑乐章。



↑连续两年荣获全国消费帮扶类奖项。

←黔货出山进军营消费帮扶产品推介会。

■ 源起：红色基因孕育帮扶模式

贵州，这片见证了遵义会议、四渡赤水等长征重大节点的革命老区，曾是全国脱贫攻坚的主战场。如何将红色资源优势转化为发展优势，让老区优质物产走出深山，让军民鱼水情在新时代焕发新活力，成为摆在贵州军地面前的重要课题。

2018年，为助力贵州脱贫攻坚决战，拓展优质农产品销售，贵州省军地双方立足省情、



项目专班工作人员到一线遴选优质农产品。



安顺军分区与“兵支书”考察进军营农产品。

■ 创新：机制保障筑牢发展根基

一项事业的长久发展，离不开科学机制的坚实支撑。“黔货出山进军营”启动之初，便着力构建可持续、可信赖、可复制的运行体系，创新推出“农民+企业+部队”的利益联结机制，严格践行“三优先、三保障”工作准则，为项目行稳致远保驾护航。

其中，“三优先”的温暖底色令人动容：优先采购建档立卡贫困户、退役军人、三属（烈士遗属、因公牺牲军人遗属、病故军人遗属）等家庭参与生产的产品，让帮扶资源精准滴灌到最需要的群体，让军人军属感受到尊崇与关怀。“三保障”的刚性承诺

掷地有声：保障产品数量充足供应、保障产品质量安全可靠、保障价格稳定实惠；既让部队放心消费，也让农户安心生产。这套双向赋能的机制设计，实现了“双连双赢”的惠军惠民目标。

在供应链建设上，项目搭建起“源头企业（基地）+平台+部队”的直采直供体系，打通了从田间地头到军营餐桌的“最后一公里”。一方面，依托贵阳农投集团的全产业链资源，夯实生鲜蔬菜、水果、肉禽、刺梨制品、奶制品等核心产品供应基础；另一方面，深入贵州28个县及沿长征

委、政府积极落实。项目将江西、福建、湖南、四川、陕西等14个省份的革命老区串联起来，通过“N旅一县一品”订单农业、军营超市专区拓展等举措，构建起以军需市场为牵引、以红色血脉为纽带、以共同富裕为目标的发展共同体。

从“黔货”到“老区好货”，从“出山”到“沿长征路”，名称之变的背后，是站位更高、胸怀更广、责任更重的时代担当，是对革命老区与人民军队深厚情谊的赓续传承，更是对“军地共建+特色产业”振兴路径的深入探索。

站在“十四五”圆满收官、“十五五”即将启程的历史节点上，“黔货出山进军营”项目锚定更宏伟的目标，向着更深层次、更广范围、更高水平的军地共建新格局稳步迈进。

“7年多来，有艰辛，更有收获！所有感触如果凝练成一句话，我想说的是，‘黔货出山进军营’，我们做的是件为耕者谋利的善事，为食者造福的好事！”贵州省本色农业供应链科技有限公司副总经理谢瀚说。

“十五五”期间，贵州省本色农业供应链科技有限公司将通过建强运营主体，优化公司治理与企业资质，提升综合服务保障能力；深化品牌宣传，利用数字化平台具象化展示帮扶场景，进一步扩大采购规模；打造示范产业园，围绕部队需求招引优质企业入园发展加工业，构建“部队需求+园区+企业”的联动模式等举措，推动从“农品”进军营向“工品”进军营拓展，建设区域副食品集中筹措平台和军民融合示范产业园。到“十五五”末，力争健全“黔货出山进军营”产业链，带动10万户农民参与产业发展，打造成为具有贵州特色、全国标杆的“双拥”知名品牌。

从一份份政策文件的坚实支撑，到一个个军营超市的落地生根；从一组组攀升的经济数据，再到一封封真挚的军民书信：“黔货出山进军营”的实践充分证明，军地协同发展之路，是强国强军与富民兴省相辅相成、相互促进的创新实践。

在新时代的征程上，这张融合了红色基因、绿色产业与金色希望的“贵州名片”，将继续沿着长征路绘就的壮阔蓝图，深化军地协同、强化品牌建设、筑牢质量防线，让沿长征路革命老区的更多优质产品进军营，让军民同心的鱼水深情滋润更多土地，为全面推进乡村振兴、实现共同富裕，为强国强军事业，书写更加璀璨夺目的崭新篇章。

■ 成绩：“五丰收”书写喜人答卷

“十四五”时期，是“黔货出山进军营”从探索走向成熟、从局部走向全国的关键五年。项目交出了一份沉甸甸的“五丰收”成绩单。

社会效益凸显。项目以红色基因为纽带，精准落实国家脱贫攻坚与乡村振兴部署，既响应了党中央消费帮扶的政策号召，又以“双拥+援建”的新路径强化了群众对人民军队的信任与爱戴。2020年与2021年，该模式先后入选全国消费扶贫优秀典型案例

与助力乡村振兴典型案例，并亮相北京展览馆“奋进新时代”主题成就展和中国人民革命军事博物馆“领航强军向复兴”展览，成为新时代军政军民团结的鲜活注脚。

经济效益飙升。军队的帮扶有力拓展了市场规模，带来了持续的经济增长。项目的带动效应持续释放，成为老区群众增收致富的“金钥匙”。2024年，通过该项目直接带动贵州脱贫农户36400户、145600人增收，累计服务官兵及家属超50万人，2025年市

场规模稳步提升。

军事效益显著。项目精准对接部队需求，通过直采直供模式优化部队后勤保障体系，探索出“部队帮扶地方发展、地方支持军事训练”的良性循环，为强军事业提供了有力支撑。

社会效益丰硕。项目既为群众带来实实在在的物质增收，更在精神层面凝聚起同心奋进的强大合力。通过开展技术培训、提供就业岗位等举措，持续助力革命老区与贫困地区群众稳步增收致富。一众退役军人“兵支书”充分发挥示范引领作用，成为联通军民情谊、带领乡亲共谋发展的中坚力量。

规模效应彰显。项目立足贵州、辐射老区，逐步形成显著产业集聚效应。截至2025年，已与全国多地260余个旅级单位食堂建立稳定供应关系，设立军营超市消费帮扶专区（专柜）600余个，构建起覆盖主要战区、多军兵种的供应网络，累计带动300余个产业主体发展，推动老区特色产业从“小散弱”向“规模化、高质量”转型，也同时擦亮了“黔货出山进军营”品牌。



亮相中国革命军事博物馆“领航强军向复兴”展览。

（本版资料图片由贵州本色农业供应链科技有限公司提供）

■ 故事：从寄托乡情的“特殊补给”到“老区孩子感谢信”

数字是鲜活的注脚，而故事则赋予了项目动人的温度。

在海军某部，来自贵州的刺梨汁和山花牛奶，成为官兵补充维生素、寄托乡情的“特殊补给”；在陆军某部高原部队，刺梨原液又解决官兵高原维生素缺乏问题。其原料刺梨不仅生长于被誉为“中国野生刺梨之乡”的乌蒙山区，更承载着一段红色记忆——抗战时期，罗登义教授发现其富含维C，曾呼吁民众和将士食用以增强体力。如今，这颗“革命果”凝聚成清爽甘甜的营养原汁，继续为新时代的战士补充能量。

在中央红色根据地江西赣州市宁都县小布镇，当地优质农副产品纳入平台后，借军营渠道打开销路，从“养在深闺”变为带动增收的“香饽饽”。而在贵州本土，平台的带动效应更为深入。在遵义桐梓县，通过“黔货出山进军营”项目，狮溪镇的方竹笋销售单价实现显著提升，当地建立的冷链基地不仅保障了产品品质，更通过“保底分红+效益分红”模式，直接惠及全镇数百户农户，户均年获得稳定分红。

在铜仁市思南县，“佳里佳”公司的“陈薯”酸辣粉凭借军营订单打开新局面，累计获得超500万元销售额，企业日产能大幅提升，直接创造数百个就业岗位，并带动全县超万亩红薯种植，形成从种植到加工的完整亿元产业链，其所在的周寨村更是荣获“全国乡村特色产业亿元村”称号。

在黔东南州雷山县，脚尧茶业作为省级龙头企业，通过平台拓展了稳定销路。公司以“龙头企业+合作社+农户”模式，辐射带动全县数千户茶农，管理及收购茶园数万亩，让昔日的低效零散茶园变成了高标准示范基地。一片片绿叶，真正成为了富农兴村的“金叶子”，一头连着茶农，一头连着官兵，被官兵盛赞为“口粮茶”“干净茶”。

在驻贵阳某部援建的蔬菜大棚基地，不仅产出优质的蔬菜直供部队，还指导当地注册了“鱼水情、乐桃桃”特色商标，推动农产品从零散种植向品牌化发展，生动诠释了“授之以渔”的帮扶理念。

最令人动容的，是来自革命老区孩子们笔下的真情。许多像桐梓、思南、雷山这样受益于产业发展的地区，孩子们的生活因父辈增收而改善。他们自发地给解放军叔叔写信、绘制卡片。“谢谢解放军叔叔买了我家的辣椒，爸爸说今年可以给我买新书包了。”稚嫩的笔触，道出了军民之间最纯粹、最深厚的情感联结。这些信件和卡片，被部队官兵珍藏，成为激励他们保家卫国的特殊精神力量。

■ 展望：锚定新目标 续写新篇章