



# 消费“马”上火 生产马力足

市集巷陌藏年味，车间工地显生机，交通枢纽守通途，田间地头奔新程……农历丙午马年年味渐浓，我们正迎来一个红彤彤的春天。伴随着新春暖意与奋进力量漫染千家万户，黔西南正以一马当先的果敢，融入万马奔腾的浪潮。

## 春节消费「马」上升温

本报讯（记者 唐波）1月25日上午10点，黔西南州兴义市梦乐城购物中心客流涌动。绿光派对商店店员岑明溪捧着的绒布小黑马玩偶憨态可掬，配上亮片点缀的眼眸格外神气：“几百个红色小马钥匙扣已售罄，这批黑色款也所剩无几，我们正加急补货。”

梦乐城购物中心的货架上，各式商品构成一座“微型马场”：圆滚滚的抱枕马、身着唐装的毛绒马玩偶、可亮灯的工艺马摆件……款式繁多、琳琅满目。

一街之隔的欢乐橙购物中心，超市入口处的节庆专区，对联、福字、中国结等传统年货勾勒出喜庆底色，马元素产品强势占据视觉“C位”。最受青睐的当属IP联名红包区，经典动画形象化身俏皮小马，与“龙马精神”“一马当先”等烫金祝福语相映成趣，传统韵味与潮流设计碰撞出别样火花。

在万峰林景区，“峰潮集”布依特色商品店、贵州布依鑫文化发展有限公司特色旅游商品店内，清雅的蓝白色调令人眼前一亮。蜡染扎染小马摆件、手工缝制布依元素小马布包，寄托着“一马当先”“马上有福”的祝福，一经推出便订单不断。

在兴义人的记忆中，街心花园是年味最浓的地方。黄金商铺内，Q版萌马吊坠憨态可掬，“马踏祥云”胸针精致典雅，“马上有福”编织手链寓意直白……黄金的贵重质感与生肖的祥瑞寓意相得益彰。市民杨琴在柜台仔细挑选：“今年是我的本命年，买个小金马图个岁岁平安、吉祥顺遂的好彩头。”

从商场到老街，从景区到金店，从线下到线上，一匹匹“骏马”在兴义的街巷间奔涌，奏响新春消费的激昂乐章。

## 买车吃饭有补贴

本报讯（记者 支太霖）2月1日，兴义市万峰林景区，黔西南州2026年迎春消费季启动，通过“政策补贴+特色活动”双轮驱动，推出“新车惠购”“新春美食悦享”两个主题，激发市民消费热情，拉动假日经济增长。

“新车惠购”专门用于个人消费者购买7座及以下非营运新车的分档补贴，



万峰留香食品优选铺进行直播。贵州日报天眼新闻记者 杨雯 摄

最高可享补贴5000元；“新春美食悦享”活动在万峰林峰潮集发放100万元餐饮消费券，同步开展特色美食及文化体验活动，营造浓厚节日消费氛围。活动期间，将同步举办“羊汤锅节”等特色美食活动，融入写春联送祝福、趣味互动打卡、短视频话题传播等环节，增强市民游客的参与感和体验感。



兴义市民展示新春挂件。贵州日报天眼新闻记者 唐波 摄

## 山村腊味香飘全国

本报讯（记者 杨雯）1月28日，贵州万峰留香四溢食品有限公司，主播黄光婷的直播镜头里，全是香肠、腊肉。公司负责人吴尚琼说，北京、广州、惠州等地的订单逐渐增多，今年销量可达50吨。

这家企业的前身，是兴义人熟知的“吴姨妈”腊味坊。10多年来，凭借地道的兴义口味，香肠腊肉从自家灶台走进街头巷尾。吴尚琼专业做腊味已15年，坚持兴义本地风味，原味和麻辣原味最受欢迎，每斤售价40元至50元。

在黔西南州，让腊味从山间村落走进全国年货市场的，还有兴义市邱孟算民族食品厂。20多年前，邱孟算从望谟来到兴义经营腊味。每年从11月忙到春节前，今年已销售2万多斤，仅一笔来自上海的订单就超过20万元。

一袋袋腊味、一张张订单，把传统手工艺与现代市场连接在一起，也让浓浓的年味，从万峰林深处，走向更远的地方。

## 饮品企业马力全开

本报讯（记者 支太霖）春节将至，黔西南高新区红星工业园区，贵州明安实业有限公司山翁青生产车间内，自动化生产线高速运转，一瓶瓶色泽清亮的草本汽水、一罐罐醇香的精酿啤酒，在传送带上鱼贯而出。叉车来回穿梭，将包装好的产品装载上车，发往省内外市场。

公司平均每月生产饮料800吨、灌装啤酒1000吨。春节期间将生产饮料15万件、啤酒20万件。车间主管杨志说，新年正是山翁青的销售旺季，每日发运量25吨，仅原味山翁青已接到5万多件的订单。

该公司已形成精酿啤酒、植物饮料、刺梨果汁三大核心品类40多种风味矩阵，2025年产值突破6000万元，综合年产能达9000吨以上。滇川桂片区销售负责人贾优介绍，公司将通过电商直播、体育赛事、音乐节等多元场景提升品牌声量，以云南德宏为支点打入东南亚市场。

## 兴义老城改造增颜值暖民心

统规划停车空间、增补照明设施、优化公共绿地和运动场地。

细致入微的改变，让越来越多的“高龄”小区实现了功能再造与环境提升，市民获得感、幸福感、安全感显著增强。针对具有保护价值和时代特色的历史街区与建筑，兴义市秉持“保留老城记忆、传承历史文脉”的原则，稳步推进保护、修缮与活化利用。

改造后的老城区焕发出新活力，也更加有内涵。以穿云洞、荷花巷及街心花园周边街区为依托，兴义市推进大佛坊荷花巷商业步行街更新改造，不仅对基础设施进行了修复提升，更注重优化商业业态布局，积极引入地方特色品牌与传统小吃商户。

同时，组织开展非遗展演、舞龙舞狮、灯展游园等系列主题活动，让沉睡的历史文化记忆重新“活”起来、传下去，共同构筑起既有古朴韵味又充满时代气息的城市客厅，不断增强街巷活力，吸引了大量市民及游客前来体验。

“十四五”以来，兴义市累计完成老旧小区改造290个、棚户区改造7082户，重点推进街心花园、大佛坊、三月桥等5个片区城市更新示范项目。老城街区、街心花园街区获评“省级历史文化街区”，大佛坊荷花巷商业步行街旅游休闲街区入选“省级旅游休闲街区”。



## 民族服饰秀时尚

贵州日报天眼新闻记者 刘朝富 摄影报道

1月31日，黔西南州册亨县纳福街道布依风情街，布依“乜秀”及民族服饰设计展示大赛举行，来自本地的民族服饰设计企业、团队、个人设计师及民间手工艺者参赛，30余套少数民族服饰展现了独特民族风情及时尚变化。

## 多一些家门口的公益课堂

英语、普通话、心理启蒙、反诈防欺凌……这是由黔西南开放大学与兴义市向阳社区联合打造的“缤纷冬日·快乐成长”寒假公益课堂课程表。校社联手整合资源开办公益课堂，让孩子过一个充实的假期，让家长也能安心工作，可谓一举多得。

长期以来，假期孩子“去哪儿”“谁来看”是不少家庭的现实烦恼。公益课堂从破解具体难题入手，将教育资源精准送达社区末梢。这样的服务，回应了民生关切，体现了为民初心。社区“搭台”，学校“唱戏”，资源互补，让“少有所教”的承诺在假期得到延续。

国家“十五五”规划建议提出“加强乡村治理，完善社区治理”。千头万绪的事，说到底还是千家万户的事。基层作为国家治理的“最后一公里”，直接关系政策落地与群众感受。把基层资源整合好运用好，小课堂也能发挥大作用。这样的基层创新多一些，基层的治理就更扎实更有力。



笔|山|夜|话

## 从3间木屋到4A级景区

——贞丰三岔河景区的10年蝶变

贵州日报天眼新闻记者 黄飞鸿

1月31日，黔西南州贞丰县三岔河畔。“慢一点，别跑掉了。”宽阔的草坪上，孩子们欢笑奔跑；“3、2、1，看镜头。”帐篷旁，三五好友围炉煮茶；“妈妈我要玩滑梯。”亲子乐园里，家长与孩子共同体验各类游玩项目。

业态丰富、热闹红火的三岔河景区，在2016年开业时，仅是只有3间木屋、3间帐篷酒店和一片草坪的简易露营地。但景区有2000多亩，依山傍水，气候宜人，吸引不少游客到这里体验露营。那年，谭维兰入驻景区烧

烤部，清晰记得景区业态单一，人流小收入少。“单一的业态无法满足游客需求。”如今已是贵州三岔河山地旅游开发有限公司副总经理的谭维兰，仍然记得管理团队的共识——改变让游客看一眼就走的状态，让大家住下来、玩尽兴。

2018年底，引入游船与卡丁车项目，拉开了景区从“静观”走向“动玩”的序幕。从此，紧随市场脉搏的新业态如雨后春笋，24套轻钢别墅群拔地而起，提供更舒适的住宿体验；轻奢帐篷、球形帐篷搭配围炉煮茶，成为年轻人的热门打卡地；创新盈利分

成，引进第三方投资亲子乐园，“星航城堡”“欢乐童年”等设施迅速得到亲子家庭青睐；利用千亩水域打造露营音乐会、山水灯光秀、古城文化主题灯展等，打造高科技、高互动、高文化浓度的消费新场景。

一边是商业活力迸发，一边着力保护景区环境。景区商业项目避开核心生态区，优先发展生态友好型业态；新增建筑避免大规模土建，最大程度保护原有植被与山水格局，守护碧水丹枫的生态底色。

从历史文化中找寻灵感、用现代技术增强互动、在社交网络打造品牌，创新、创

意、创造成为三岔河景区供给焕新的关键词。而今，一个覆盖“全龄段、全天候、多体验”的业态矩阵蔚然成型。三岔河景区从功能单一的观光老地标，转型为集住宿、运动、游玩、休闲于一体的高品质全龄度假区。

从曾经的一把遮阳伞一个小吃摊，到搬入景区门店，附近村民张小妹感慨，随着景区的不断升级改造，持续增长的客流也带动大家吃上旅游饭。

“提供更多可感、可玩、可沉浸的场景，是我们发展的主要目标。”谭维兰介绍，景区把民族文化、农耕文化融入旅游服务、文创产品及景观打造，做强碧水丹枫三岔河品牌。

从3间木屋起步，到如今拥有别墅、房车、轻奢帐篷、亲子乐园、特色主题活动及民俗活动等丰富业态的4A级景区，三岔河景区用10年完成了一场以市场为导向、以游客体验为核心的自我焕新。焕新还在进行，谭维兰说，景区正联动花江峡谷大桥、贞丰古城等，推动打造“桥见贞丰”等IP，让景区成为多元化文旅消费新场景。

## 黔西南州

## 凝聚网络文化建设合力

本报讯（记者 黄飞鸿）2月2日，2025黔西南州网络达人培育暨网络文化发展协会年会在兴义市举行，该活动由黔西南州委网信办指导、州网络文化发展协会主办，网络达人及协会会员代表等100多人参会。

活动以“E马当先·绿创未来”为主题，通过专题培训、经验交流、颁奖授牌等形式，凝聚网络文化建设合力，持续营造风清气正的网络空间。现场，协会优秀会员代表和协会会员企业代表结合自身实践分享了网络内容创作、本土品牌推广、数字产业赋能等方面的经验做法；组委会为2025年黔西南州绿色网络文化培育工作成绩突出单位（集体、个人）授牌，并颁发“网络文化守护奖”“网络文明筑梦奖”等五大奖项，引导黔西南州网络创作者坚守内容初心、深耕本土创作；活动还围绕“新媒体账号运营的底层逻辑与内容创新”主题开展了专题培训。

## “寻美黔西南”展示新风采

本报讯（记者 钱星星）1月30日，2026年“寻美黔西南”主题活动在兴义市启动。作为“寻美中国”“寻美贵州”主题活动子品牌，黔西南州统一战线充分发挥新的社会阶层人士和网络人士的组织优势、人才优势和资源优势，立体展示黔西南州经济社会发展和民族团结进步成果。

自“寻美黔西南”主题活动启动以来，有效整合政府、社会、媒体与网络新力量，通过短视频大赛、海外华文媒体人走进册亨寻美布依、网络人士助力山旅宣传推荐等系列，积极为黔西南州高质量发展建设和现代化宣传推介、扩大影响、凝心聚力，实现“组织搭台、网络唱戏、群众参与”的多方共振。

## 乡村地名文化馆藏着好故事

本报讯（记者 祝庆庆）1月28日，黔西南州首个乡村地名文化馆在兴义市万峰林街道上纳灰村正式对外开放，旨在通过“地名+文旅”融合模式，打造本地旅游文化新名片。

该馆设有历史沿革、地名由来、地名与文旅、产业、美食、故事，以及自然村落名称、历史地名保护、村史发展等9个板块，集中展示“纳灰”“八卦田”“大顺峰”等地名的由来与相关故事，突出呈现布依扎染、八音坐唱、板凳龙舞等非物质文化遗产，推动非遗技艺与乡村旅游相结合，增强乡村文化活力。同时积极探索“地名+文旅”“地名+特色产业”发展路径，串联周边地名景点，丰富旅游文化内涵，并借助地名文化宣传推广当地特色美食与农特产，促进村民增收。

## 兴仁市

## 政务服务有速度有温度

本报讯（记者 段源兴）“以前办事耗时又费力，现在把材料交给‘企业之家’后，整体效率大大提高。”1月26日，在黔西南州兴仁市“企业之家”递交项目用地备案申请后，贵州万裕绿色产业发展有限公司工作人员黄媛感慨地说。

不久前，兴仁市“企业之家”组织自然资源、林业、水务等部门及城北街道办事处负责人，一天之内就为该公司的蛋鸡养殖项目完成联合踏勘选址。依托贵州省政务服务“云勘验”平台，实现建设项目选址只进一扇门、最多跑一次，节约企业时间成本和政府行政资源。兴仁市政务服务中心工作人员杨娜毓介绍，目前已出具选址结论书156件。

2023年以来，针对企业和群众反映的“办事难、办事慢、多头跑”等问题，兴仁市“企业之家”通过“线上+线下”相结合的方式，分派企业用地、问题协调、政策兑现、事前指导等各类办件540多件，有效提升了服务效能。

## 安龙县

## 光储超级快充站投用

本报讯（记者 刘朝富）近日，黔西南州安龙县首个“一秒一公里”光储超级快充站在栖凤街道黄泥寨安置区建成投用，进一步完善新能源汽车充电基础设施网络，促进县域交通与能源结构转型。

该光储超级快充站是集“光伏+储能+超充”于一体的综合能源服务站，共设置2把超充枪、24把快充枪及1把慢充枪，可满足车主多样化充电需求。站内顶棚铺设大面积高效光伏板，可充分利用太阳能进行清洁发电，年发电量预计12万千瓦时，能满足2500余辆次新能源汽车的充电需求。同时，站内配置先进储能系统，可实现电能错峰存储与供应，大幅提升充电网络的可靠性与稳定性。