

当折耳根遇上酱香 “微舒”酿出露酒新味道

刘昱玉

在中国的调料与菜系的江湖里，有一种植物，能让西南F4（云贵川渝）瞬间口味统一，亦能让外省朋友闻之色变——它就是折耳根。

有人称其为怪味，有人视其为命根，贵州一年能吃掉约20万吨，吃法从凉拌小菜，到频频与咖啡、酸奶、冰淇淋、柠檬茶等跨界，不断解锁年轻人的新味蕾。

而今，折耳根打入一片更为陌生的疆域——露酒。

5月20日，在贵阳青云市集，茅台保健酒业公司“微舒”品牌暨首款产品折耳根露酒正式发布。一场关于草本、山野与微醺潮流的碰撞就这样悄悄酝酿。



发布仪式在青云市集举行。



参与微舒特调活动的年轻消费者。



茅台保健酒业公司“微舒”折耳根露酒。

好喝不贵又悦己，露酒赛道成酒业新的增长极

什么是露酒？简单来讲就是以蒸馏酒、发酵酒或食用酒精为酒基，加入药食两用原料或特定食品原辅料，经浸提、复蒸馏等工艺制成，不添加食品添加剂的饮料酒。

露酒这个品类，过去在很多人的印象里还停留在“药酒”“中老年滋补酒”的标签上。直到2021年，新国标将露酒从配制酒中剥离，与发酵酒、蒸馏酒并列，明确了独立品类身份。此后，《露酒》《露酒年份酒》等团体标准相继出台，产业发展的制度障碍被逐一扫清。

政策的东风起了头，但真正把露酒推上风口的是消费者。

中国酒业协会数据显示，2025年露酒市场规模已突破800亿元，销量同比增长40%，超越葡萄酒跃升为国内第三大酒种；2020至2024年间，行业利润增长接近200%。在白酒行业进入

存量博弈、增长乏力的背景下，露酒跑出了一骑绝尘的增长曲线。行业内预判，到2030年市场规模有望冲击2000亿元。

“微舒”的出现，正是茅台保健酒业公司对此发起的精准落子。黑格咨询研究数据显示，2025年露酒消费人群中，25至35岁年轻群体占比已达42%，女性的消费力也在快速释放。“朋克养生”“悦己消费”成为关键词，消费者开始寻求“轻负担、微醺、有口味情趣”的新式酒饮。酒饮主流消费群体中，76%优先选择具有健康属性的酒饮，这让露酒快速走向市场。

中国酒类流通协会会长秦书尧曾在分析露酒市场时提出一个观点：情绪价值才是酒类产品最大的杠杆。露酒之所以能在行业寒冬中逆势增长，本质上是因为它接住了消费者从“悦己”向“悦己”转变的那股潮流。

在“告别劝酒文化”“拒绝无效社交”成为年轻人共识的当下，饮酒的目的正在被重新定义——不是为了证明什么，而是为了让自己在

忙碌和压力中喘一口气。由露酒、果酒等构成的“小酒”赛道，恰好满足了这一诉求。

茅台集团党委书记、董事长陈华在发布会致辞中表示，随着消费者对“轻饮”“悦己”的需求持续释放，露酒赛道未来欣欣向荣，一片蓝海，市场对产品品质、设计等元素也提出了新要求。

他强调，“微舒”通过严格的质控体系和创新的产品设计，以供给侧的确定性优势抢抓需求侧的市场机遇，“必将为经销商和合作伙伴带来更丰厚的回报、更广阔的发展空间”。

折耳根遇上酱香，怎样撬动年轻消费市场

微舒酒选择折耳根作为核心原料，听上去有些冒险。折耳根的辨识度极高，“爱者痴迷、恨者掩鼻”的两极化口碑，让这款产品自带话题性。但在茅台保健酒业的逻辑里，这不是冒险，而是一条差异化的竞争路径。从风味上看，微舒酒以酱香白酒为酒基，融

合鱼腥草、冰糖、大枣、枸杞、柠檬等原料，酒精度27%vol，规格105mL，一箱24瓶，市场建议零售价299元/箱。这一价格带落在了30至50元的区间，而这一区间恰恰占据了露酒市场55%的份额，主导着日常饮用和餐饮佐餐场景。

低度、小瓶、亲民价，意味着它不需要出现在正式的商务宴请上，而是可以出现在闺蜜聚会、独处放松、加班后的小酌、周末烧烤摊的碰杯里。

在消费场景的构建上，“微舒”走了一条与茅台传统路径完全不同的路。后续计划中，产品将在线上以天猫旗舰店和抖音商城为主、美团闪购等即时零售平台为辅，线下择机拓展西南四省市的酒庄融合、酒餐结合渠道，目标在抖音、视频号、小红书三大核心平台实现十亿级以上消费者触达，通过达人合作、短视频引流、直播引流等方式，快速建立品牌认知。

仁怀市委副书记、市长陈青松表示，“微舒”之新，新在品类融合；“微舒”之潮，潮在

贵州：物流数字化提速「黔货出山」跑出加速度

近年来，贵州依托“中国数谷”优势，持续推动数字经济与实体经济深度融合，公路物流数字化、绿色化转型步伐显著加快。

据国内领先的数字货运平台满帮集团数据显示：2026年一季度，满帮平台贵州省履约订单量达536万单，承运货物总吨位超616万吨，履约订单量较2024年一季度同比上涨202%，较2025年一季度同比上涨72%，连续三年保持正增长。

在“五一”假期，贵州优质农产品通过数字物流通道外销规模同比大幅提升，如贵州辣椒外销较去年同期实现了252%的增长，茶叶达到298%的增长，“黔货出山”跑出加速度。满帮集团副总裁胡洋表示，数字物流正成为贵州打通内外循环、赋能产业升级、助力乡村振兴的关键力量。

作为根植贵州成长起来的科技企业，满帮集团深度受益于贵州大数据产业发展红利，也始终以技术创新反哺地方实体经济。“贵州是满帮的起点，更是我们服务西南、辐射全国的战略枢纽。”胡洋介绍，依托大数据、人工智能等核心技术，平台持续优化智能匹配、路线规划、运力调度能力，有效解决传统公路货运“信息不对称、空驶率高、效率偏低”等痛点，为贵州物流降本提质增效提供强劲支撑。

满帮平台数据印证贵州物流数字化的强劲势头：截至2026年5月，贵州地区货运订单量同比增长超15.57%，货物运输量同比增长25.12%，建材、食品饮料、特色农产品等为主要货类。值得关注的是，在绿色低碳发展导向下，贵州新能源货车渗透率快速提升，平台注册新能源货车数量同比增长超97%，新能源货车占整体货车比例达7%，绿色物流转型成效凸显。

此外，在贵州日益增长的农产品运输需求下，满帮冷链物流布局不断向广大县乡村下沉，“五一”期间，百余吨食用菌从贵州、遵义道真自治县通过“运满满冷链”发往新疆乌鲁木齐沙依巴区，平均运输距离3033公里，满帮业务场景在贵州的丰富完善，也为贵州优质农产品不断扩大着市场半径。

“数字物流打通了农产品从田间地头到全国餐桌的‘快车道’。”胡洋表示，针对贵州特色农产品“小批量、多批次、高时效”的运输特点，满帮平台通过AI算法优化拼车匹配、提供冷链运力对接等举措，使贵州区域平均接单时长降低至平均15分钟，较去年同期缩短17%，车货匹配效率显著提升，空驶率下降明显，有效降低物流成本、减少中转损耗，助力贵州生态价值转化为经济价值。

谈及下一步发展，胡洋表示，满帮集团将继续扎根贵州、深耕市场，持续加大技术研发投入，迭代智能调度与绿色运力匹配系统，进一步降低物流空驶率、提升运输效率；持续扩大新能源货车接入规模，完善绿色货运激励体系，深化与贵州特色产业协同，优化“黔货出山”数字物流通道，为贵州数字经济与实体经济深度融合、高质量发展注入更强动力。

（邹林）

毕节市农业农村局

“低空+农业”培训开讲

政企携手送技送惠

5月15日，毕节市威宁自治县双龙镇的马铃薯种植基地里，绿油油的薯苗随风轻摆。一架植保无人机轰鸣着，细密的药雾覆盖苗尖，引得田间围观的种植户频频赞叹。这不是普通的农田作业，而是毕节市农业农村局主办的“低空+农业”现场观摩培训会实操教学，一场“政策+技术+服务”三位一体的助农盛宴，正循着田间脉络悄然上演，为威宁山地农业智慧升级注入新活力。

培训现场，毕节市农业农村局、市发展改革委及威宁自治县农业农村局有关负责人，结合威宁山地农业“地块散、运输难”的固有特点，详细解读各项惠农政策。工作人员重点讲解农机购置补贴、无人机专项补贴的相关政策，逐一拆解补贴申请的流程、标准及注意事项，用通俗易懂的语言为农户算清“经济账”，让大家清晰知晓“买农机、用科技”能省多少钱、添多少力，切实激发农户应用新技术的积极性。

最让农户们惊喜的是，中国石油毕节

分公司的工作人员将服务直接搬到培训现场，不仅详细宣讲针对农机用户的专属用油优惠政策，还设立专属办理点位，实现资质核验、办卡、优惠启用一站式办结，让农户无需多跑路，真正实现“听完政策就能享实惠”。据悉，3天前，毕节市农业农村局与中国石油毕节分公司刚签署框架合作协议，专门推出农业用油3%的优惠机制，将政企合作的红利精准送到农户手中。

室外实操培训同样火热。在双龙镇的马铃薯基地里，威宁自治县农业现代化无人机中队飞手马威，成为现场最受关注的“主角”。他蹲下身手把手教大家检查无人机喷头、安装电池，同时细致讲解起飞前调试、操作技巧及数据复盘等关键步骤，将专业技术知识转化为农户能听懂、能上手的田间指导，耐心解答大家提出的每一个疑问，助力农户快速掌握无人机操作技能。

“来，您试试检查喷头、安装电池，这些都是日常作业中最基础也最重要的步骤。”在马威的悉心指导下，种植大户马敏

田主动走上前，亲手完成了一系列操作。看着无人机缓缓升空，不到1分钟就平稳完成一亩地的植保作业，药雾均匀无死角，他忍不住眉眼舒展、连连感叹：“我们种了七八亩马铃薯，人工植保要耗费大量时间和精力，这无人机效率高太多了！我们已经在考虑购置无人机，靠科技省力气、提效益。”一旁的种植户纷纷点头附和，有的拿出手机拍摄操作过程，有的围着飞手追问后续使用细节，田间满是对新技术的期待与向往。

低空植保新模式的落地，让威宁农耕作业有了质的飞跃。无人机凭借全覆盖、无死角的优势，完美适配威宁山地作业场景，可精准完成各类田间管护工作。据测算，推行无人机作业后，人力管护成本同比下降45%，原本需要15天的管护周期被压缩至4天。无人机喷洒均匀、管护精准，不仅节省了农资与人力成本，更大幅提升了病虫害防治效果，真正实现了降本增效、减负增收，有效破解了威宁山地农业管护强度大、效率低的难题。

作为省级“低空+山地农业”试点县，威宁自治县正全力推动农业从“人力耕作”向“智慧耕作”转型。目前，威宁“低空+山地农业”试点已覆盖12个重点乡镇（街道）核心种植区，累计整合资金1301万元完善农事服务配套设施，成功培育120名本土持证飞手，构建起一套专业化、规范化的低空农事服务体系。如今，无人机已广泛应用于植保施肥、物资吊运、长势监测等多个农业场景，实现作业效率提升5至10倍、农药用量节约20%至30%、运输成本降低50%以上，经济、社会、生态效益同步凸显。

毕节市农业农村局相关负责人表示，将以此次政企合作为契机，持续加大“低空+农业”推广力度，结合威宁马铃薯等特色产业发展需求，整合政策、技术、服务资源，提供更多精准化、个性化支持，既保障农业生产用油稳定供应，又推动低空科技深度融入山地农耕，让更多农户享受到科技兴农、政企助农的红利，为乡村振兴注入强劲动力。

（曹田）

南方电网贵州都匀供电局

为“碳中和景区”添绿增动能

入夏时节，荔波小七孔景区，电动摆渡车静音穿梭，鸳鸯湖游船无碳航行，民宿后厨电磁灶炊烟不染——这座贵州首个“碳中和景区”，正以绿电为脉，铺就生态旅游新路径。南方电网贵州都匀供电局累计投资1.18亿元，深耕电网升级与充电设施建设，2026年一季度已减少煤炭消耗131.3吨，为景区绿色转型注入强劲动能。

绿电出行成为新风尚。该局投资3207万元，在景区核心区、集散中心及民宿集群建成44座充电站、586把充电桩，实现充电服务无死角覆盖，全县充电桩总数达882把。257辆景区公交车、49艘游船全面电动化，10分钟快速补能让

“车到即充、充完即走”成为现实。清明假期景区充电站单日充电量超18万千瓦时，同比增长显著。联合南网电动推出的“绿电套餐”，让游客畅享环保出行优惠，新能源汽车租赁服务更打通了高铁站至景区的绿色通道。今年一季度，景区电动出行电量达80.09万千瓦时，同比增长81.17%，等效减煤98.3吨、减排二氧化碳424.7吨。

电替代让烟火气更清新。通过“一户一策”方案，景区及周边20家民宿完成“电厨房”改造，餐饮电气化率稳步提升。电磁灶不仅火力稳定、出菜高效，更彻底消除油烟困扰，每月能耗成本较液化气节省近半。今年3月，景区

周边餐饮用电量环比增长2倍，减少煤炭消耗33吨，“零碳厨房”成为文旅新亮点。

坚强电网筑牢能源基石。都匀供电局投资8602万元，新建及改造10千伏线路164.81公里、低压线路62.95公里，新增配变94台、智能开关144台，总变电容量达19830千伏安。组建专项工作组开展线路特巡与无人机巡检，确保景区用电“零跳闸、零故障”，为充电集群、电气化餐饮等绿色场景提供可靠保障。

从出行到餐饮，从电网到服务，荔波小七孔将生态优势转化为发展优势，为全国景区绿色低碳转型提供了可复制、可推广的“荔波方案”。

（陈举 王文涛）

近日，全国首届能源行业企业文化创新成果评选结果揭晓，南方电网贵州兴义普安供电局研发的“大瓦特—普安局三重一大问题助手”智能体成功入选，获评能源行业企业优秀文化建设成果。该智能体以AI赋能基层治理，推动企业实现从“经验驱动”到“数据驱动”、从“人治”到“法治”的智慧跃迁。

针对基层决策流程繁琐、合规管理依赖人工等痛点，普安供电局创新研发“大瓦特”智能体，构建含19大类80个标签的行政规则知识库，设立“不合规不上会”刚性机制，从源头筑牢合规防线。依托数据比对与智能评估，智能体实现会前生成决策要点、会中调取资料、会后闭环执行，会议时长压缩超30%。同时全流程数字化留痕强化监督，自动预警督办破解“决而不行”难题。

目前，该局管理效率提升超85%，决策合规率达100%，创下“零差错”纪录。该项目入选南方电网2025年治理示范案例、贵州电网数字化转型先锋案例。下一步，普安供电局将持续深化数智赋能，为国企治理现代化贡献电网力量。

（陈琦 杨婷）

破解基层治理痛点 数智转型成效显著 普安「大瓦特」获评全国行业优秀成果