

但家香酥鸭门店开到全国143个城市——炸酥的鸭子，“飞”了

文/图 本报记者 黎娅茹

夜幕落下，贵阳市小十字民生路街口，但家香酥鸭门店前已排起长队。油锅翻滚的热气裹着花椒香扑面而来，炸鸭的滋滋声与食客的谈笑声交织在一起。北京游客朱丹接过刚出锅的鸭块，顾不得烫，先咬一口，咔嚓一声，外皮酥脆，内里细嫩，麻香从舌尖一层层漾开，“和大学时吃到的一模一样，这就是贵阳的味道。”

这样的场景，在这条老街上日复一日地上演。从清光绪年间六广门的一个路边摊，到如今年销300余万只、门店遍布全国143个城市，这背后是一百多年的味觉传承，更是一场关于“守”与“闯”的长跑。

好味道，养好鸭子保品质

但家香酥鸭的起点，在70公里外的黔南州长顺县广顺镇。但家食品产业园占地近200亩，屠宰车间和熟食车间机器轰鸣，工人将刚宰杀好的白条鸭装上冷链运输车。

“必须在鸭子第一次换毛前宰杀，不然骨头变硬，炸出来就不好吃了。”但家香酥鸭第五代传承人但顶全一边查看当天的出货记录一边介绍，选的是樱桃谷鸭，90天出栏，长到6到7斤，肉质最细嫩的时候。

2015年，但家香酥鸭决定自建全产业链，当时不少人觉得“太沉、太慢”。但顶全坦言，彼时鸭源依赖各地供应商，品质参差不齐，受市场行情波动影响，一只鸭子从活禽到上桌，中间但凡有一环不可控，最后的味道就不对。

“想守住老味道，唯一的办法就是把源头攥在自己手里。”但顶全说，公司与当地农户采用统一供苗、统一饲料、统一技术、统一回收饲养模式。但家香酥鸭产业链上游联动长顺县650余户养殖户，年出栏肉鸭600万羽，屠宰和熟食加工厂直接带动500余人就业，每户每年至少增收6万元。



但家香酥鸭贵阳民生路总店。

精工艺，严苛标准守口感

每天清晨，新鲜的鸭子从长顺工厂经冷链车运往贵阳，从养殖场到终端，不超过36小时。这是但家“前店后厂”模式——长顺为“后厂”，贵阳为“前店”。

口感，是但家香酥鸭的核心竞争力。但顶全说，一只6到7斤的活鸭，剔除边角后净肉约4斤，经高温炸制析出油脂、蒸发水分，成品仅剩400克左右。正是这道严苛工艺，褪去鸭肉多余肥腻，实现了香酥脆、清爽不腻的口感。

但家香酥鸭不断精进工艺，自主研发出第七代智能炸炉，油温精准恒定在185到190摄氏度，确保每一批次的香酥鸭口感稳定、品质如一。但顶全说：“温度低了不酥，高了

易焦，每一锅都要稳定在这个温度区间。不同批次之间口感差一丁点，客人都吃得出来。”

卤料和调味同样讲究，秘制卤水选用50余种天然香料，每日养汤、文火慢卤，充分入味；炸制后趁热撒上大红袍花椒秘制现磨粉料，辅以新鲜花椒叶点缀。严苛把控原料与工艺，调和麻辣层次，从而形成麻而不木、香而不腻的标志性口感。

如今，但家香酥鸭在全国拥有超300家门店，覆盖24个省份143个城市。2025年销售额突破4亿元，今年一季度同比增长近8%，年产值有望突破5亿元。2024年，但家香酥鸭入选第三批“中华老字号”。此前，香酥鸭制作技艺已被列入贵州省级非物质文化遗产代表性项目名录，但家香酥鸭已获评

“贵州老字号”。从贵阳人的独家记忆里，这只鸭子走向了更广阔的天地。

年轻态，“老味道”与时俱进

如今，贵州但家实业有限责任公司旗下已有但家香酥鸭、川娃酱板鸭及200余款特色产品，产品矩阵越铺越宽。如何让老字号成为更多年轻人的“心头好”？公司选择用年轻人听得懂的方式说话。

今年2月底，公司企划部4名平均年龄25岁的年轻人，用40元成本做了一条邵氏武侠风AI短视频。一句“你可曾在雪山上救过一只狐狸？”刷屏全网，播放量突破50亿，自有账号播放量超2800万。这条川娃酱板鸭的广告视频，意外引爆了现象级传播。酱板鸭销量环比大幅增长76%，全平台账号粉丝量增长超7万，短视频直播间的单场销量也屡创新高。

“守正创新是关键。”但顶全说，“正”是底线，健康、好吃，这是绝不动摇的底线；“新”是必须跟上今天消费者的口味、场景和审美。在他看来，守住老品牌不是故步自封，一个跟不上时代的产品，口味、技艺、宣传，都得对当下消费者的胃口。

正值避暑季，但家香酥鸭携手多家贵阳本土特色品牌推出“黔味通行证”惠民活动。消费者在任一参与品牌门店消费即可领取优惠券，凭券前往其他品牌门店可接力享福利。

从6平方米的路边摊，到年产值数亿元的中华老字号；从贵阳街头的本地小吃，到被游客装进行囊、带到全国各地的伴手礼。但家香酥鸭用一百多年时间证明，一只鸭子能穿越百年、香飘全国，靠的不仅是秘方和手艺，更是守住匠心之后，还敢于向外走。但顶全说：“老味道不能变，但端出老味道的方式必须与时俱进。”

贵阳开展快递业工伤预防培训

本报讯（记者 杨唯）7月17日，由贵阳市社会保险收付管理中心、贵阳市邮政管理局联合主办的“安全快递 平安贵阳”快递行业工伤预防能力提升培训开班。

培训紧贴快递行业岗位实际，系统解读工伤保险政策法规、邮政行业安全操作规范、重大隐患判定标准及现场应急处置流程，同步讲解平安员管理系统实操要点。贵阳市公安交通管理局警官围绕日常配送出行、道路通行规范、事故预防处置等内容开展交通安全专题授课。全市各区县相关工作人员及顺丰、京东、圆通、中通、韵达、申通、极兔等快递企业安全负责人共170余人参训。

贵阳高新区为户外劳动者送清凉

本报讯（记者 韦寒）7月23日，贵阳高新区工会启动年度“夏日送清凉”慰问活动，首站走进贵阳国际人才城劳动者驿站及贵州汉方药业有限公司，为坚守一线的户外劳动者和企业职工送去防暑降温物资。

在贵阳国际人才城劳动者驿站，慰问组向出租车司机、安保人员、环卫工人等一线劳动者送上定制清凉礼包，内含清凉油、小电扇、湿巾、防暑药品等实用物资。随后，慰问组深入贵州汉方药业生产车间，实地查看高温作业环境，询问一线职工工作强度和防暑措施，叮嘱企业落实高温劳动保护措施，合理调整班次、优化工时，切实做好防暑降温 and 安全生产工作。

活动期间，高新区工会将陆续走访园区100余家重点企业，累计送出3000余份清凉礼包、1000件矿泉水，覆盖环卫工人、安保执勤人员、产业工人、户外从业者等一线岗位。

云岩区排查火灾风险隐患

本报讯（记者 吴兵）7月13日，贵阳市云岩区消防救援大队在全区启动消防安全专项整治行动，聚焦医疗机构、养老机构、酒店宾馆、高层建筑、小型生产经营性场所、仓储物流、劳动密集型企业等重点领域，全面排查化解火灾风险隐患。

行动期间，云岩消防明确消防行政执法人员、消防监督组、消防救援站三级岗位职责，由各级领导带队开展拉网式排查，重点检查消防设施完好有效、疏散通道畅通、消防控制室值班值守、电气线路敷设及日常防火巡查等内容，对发现的隐患建立“一隐患一台账”清单，实行销号与闭环管理。

宣传方面，云岩区消防依托辖区商圈、社区、重点单位LED屏推送消防安全提示，在喷水池、人民大道、太平路等地的大屏全天候播放消防宣传短片及火灾警示案例，张贴宣传海报2000份，同步组织消防员深入场所开展安全宣讲110余次，指导从业人员掌握初期火灾处置与逃生自救技能。

截至7月27日，此次行动共出动20个检查组、133人，排查单位811家，发现火灾隐患498处，现场督促整改313处。

AI自助台球看中贵州体育市场

本报讯（记者 刘娟）7月26日，“智绘贵州 共赢未来”百家AI自助台球系统布局贵阳新闻通气会在观山湖区举行。全国AI自助台球领军品牌小铁自助台球与本土Banana球社联盟达成战略合作，启动贵州百店融合项目，计划在黔落地百家智慧台球社交综合体。

深圳小铁文娱科技有限公司是国家专精特新企业、高新技术企业，旗下小铁自助台球目前在全国350余个城市布局7000余家门店，规模居行业首位。该项目依托“AI+物联网”技术，打造24小时无人值守智能球房，集成AI教练、AI裁判、智能门禁、全屋智控等数字化系统，实现扫码开台、自动结算、远程管理全流程智能化运营。

不同于传统自助球房，本次贵州百店项目采用“球房+俱乐部+联赛+跨界业态”融合生态，设置6个功能板块，涵盖智能球房、玩家会客厅、分级联赛体系、直播商业体验区及咖啡健身等增值业态，推动台球空间向综合体社交综合体转型。

小铁自助台球创始人兼CEO毛鑫表示，选择贵州作为西南样板市场，既契合《体育强国建设“十五五”规划》中智慧体育、文旅体融合的发展方向，也看中贵州群众体育深厚基础与下沉市场消费潜力。项目将结合贵州文旅资源，构建社区分级联赛体系，打造具有本土特色的台球文化IP，带动体育消费扩容提质。

活动现场，首批本地意向合伙人完成签约。项目落地后，将进一步丰富社区体育供给，推动全民健身向智能化、场景化延伸。

千余青少年奏响花溪之夏

本报记者 朱迪 摄影报道

深圳北理莫斯科大学附属光明凤凰城实验学校管乐团《青春之舞》

来自深圳的青少年管乐团在参加比赛。



↑在专场音乐会中表演的孩子们。

←管乐项目比赛现场。

戏之一，本次“最耳青少年乐团展演艺术周”汇聚了来自全国的21个乐团、1200余名选手参与，划分为公开组、初中组和小学组3个组别，在管乐与民乐两个项目进行专业角逐。

艺术周特别策划“大咖公开课”，邀请国内知名指挥家、作曲家、演奏家现场指导，让青少年乐手在竞技之外收获学习机会。每当夜晚降临，选手们又化身舞台主角，在专场音乐会中倾情献演，以青春之名致敬人民音乐家聂耳，以热爱之力点亮“爽爽贵阳 秀美花溪”的清凉夏天。

7月20日至23日，2026年“爽爽贵阳 秀美花溪 花溪之夏”系列活动暨“最耳青少年乐团展演艺术周”在贵阳市花溪区举行，来自全国各地的青少年乐手齐聚一堂，共赴一场夏日的艺术之约。

作为2026年“花溪之夏”系列活动的重头戏之一，本次“最耳青少年乐团展演艺术周”汇聚了来自全国的21个乐团、1200余名选手参与，划分为公开组、初中组和小学组3个组别，在管乐与民乐两个项目进行专业角逐。

乌当区政务服务中心群众满意率100%

本报讯（记者 向淳）7月26日，记者从贵阳市乌当区政务服务中心获悉，今年上半年该中心累计收获群众好评超6万条，群众满意率达100%。

乌当区政务服务中心相关负责人介绍，今年该中心将队伍建设作为提升服务质效的关键抓手，通过常态化培训、流程优化和纪律约束三项举措，推动窗口人员从“能办事”向“办好事”转变。截至目前，累计开

展各类培训54场，参训达1042人次。

在便民服务方面，中心围绕企业群众高频办事需求，推进“三减一降”和“高效办成一件事”集成办理，引入“贵人智办”AI助手，开设“简事快办”专窗，压缩审批时限，让群众少跑腿、快办事。

下一步，乌当区政务服务中心将持续提升队伍服务能力，优化服务模式，全力打造高效、暖心的政务服务环境。

阳明问道100越野赛修文开赛

本报讯（记者 谌思宇）7月25日至26日，赛动黔景&奔跑贵阳·2026阳明问道100越野赛在修文县举行。本次赛事以“阳明问道”为核心IP，设置5个竞赛组别，覆盖专业竞技、大众体验、亲子情侣全人群需求，共2000余名选手参赛。

赛道贯穿修文龙场、大石石林、折溪村、天生桥、蜈蚣桥等阳明文化地标与山林秘境，选手穿行于山地、丘陵、林间土路，既能

挑战长距离越野极限，也能沉浸式感受修文清凉避暑气候与阳明文化。其中100公里、50公里长赛道具备专业竞技属性，纳入全国越野积分体系；13.14公里组、5.20组特色里程组别，吸引大量情侣、家庭跑者参与。

本次赛事是擦亮“爽爽贵阳·心学修文”城市品牌的重要体育载体，赛事将阳明文化内核与山地越野运动有机结合，搭建起对外展示修文生态风光、人文底蕴的全新平台。

合作意向。

趣味采摘体验最受游客喜欢，品尝试吃、桃园打卡、采摘体验，村播团队全程直播，引导游客拍摄短视频打卡，将线下人气转化为线上流量，进一步擦亮了永乐桃品牌名片，带动辖区餐饮、住宿、交通等综合消费增长。

桃产业是永乐乡富民支柱产业，目前，全乡2176户种植艳红桃、武昌桃、久保桃、晚白桃、十月红、寿桃等桃树1.08万亩，采摘期自5月下旬至10月错峰上市。今年预计产鲜桃1.2万吨，产值约1.29亿元，桃农户均年收入约5万元。

永乐艳红桃开摘

本报讯（记者 何欣）7月23日上午，永乐乡永乐桃采摘开园仪式在贵阳市南明区永乐村批发市场启动，以桃为媒，深化农文旅融合发展，提升永乐桃品牌知名度与市场影响力。

当天逢永乐赶场天，鲜果直销区、深

加工产品区、手工艺品区，集中展示鲜桃、桃干、桃脯、桃味饮品及本地特色果蔬、苗绣手工艺品等。入驻商户和村企代表现场推介，配合品尝试吃等互动环节，吆喝声、询价声不绝于耳。

活动还联动本地旅旅协会与涉农企

业，集中展示以桃为核心的深加工产业链条。游客品尝鲜桃之余，还能一站式品尝地道农家风味。永乐乡与中国农业银行南明支行、永乐村村委会与贵州展源旅游发展公司分别签署合作协议，围绕桃产品深加工、文旅融合等领域达成