

户外“宝藏”藏不住

——特色户外业态成为贵州文旅消费新亮点

本报记者 湛思宇 黎娅茹 李政林



石龙洞桨板探洞。 本报记者 黎娅茹 摄

贵阳修文冲浪小镇“水上法拉利”劈波斩浪、清溪石龙洞桨板探洞“一位难求”，遵义绥阳十二背后峡谷溯溪人流如织……溯溪、探洞、桨板、冲浪这些过去小众的特色户外业态，在2026夏季成为贵州文旅消费的一个新亮点。

原生态山野玩法热度攀升

“每走一步都有新鲜感，既亲近自然又挑战自我，有意思、有玩法。”讲起8月份在遵义市绥阳县十二背后旅游区的溯溪之旅，重庆90后游客彭丰连连点赞。

“像彭丰这样慕名而来的省外年轻游客相当多。”十二背后旅游区品牌运营中心总经理何明亮介绍，今年七八月避暑季，景区接待游客42万人次，同比增长超30%，其中年轻游客占比超八成。

为何如此吸引年轻人？何明亮说：“年轻人要的不只是‘看’，而是要‘玩进去’。”今年夏天，贵州溯溪、探洞、冲浪等沉浸式、体验式、互动式的山野玩法成为喜爱户外的年轻人的热门话题。

“湖水干净清澈，溅到嘴里都是甜的。”在广东游客刘慧的微信朋友圈，记录着他们一行12人在贵阳市修文县贵阳冲浪小镇游玩的感受，“在青山绿水间体验速度与激情，与海边冲浪完全不一样。”

数据印证着冲浪小镇在今年夏天的消费热度。七八月接待游客近4万人次，较去年增长20%，其中年轻外地游客超六成。清镇市麦格乡观游村的石龙洞更把年轻人“玩风景”的体验推向了极致。这里的桨板探洞体验项目1280元一位，每日限流120人，依然“一位难求”。

成都游客王阳就是被小红书上石龙洞桨板探洞的美图震撼，8月特意 came 来贵阳。“本以为桨板探洞是小众玩法，人不会多，来了才发现现场根本预订不上，没想到这么火。”他说，“幸好半月之前就在网上预订了，不虑此行。”

“在石龙洞里，亲眼看见那如玻璃般清澈的水面上倒映着钟乳石群时，觉得再累都

值了。”深圳游客黄裕平划着桨板穿越3公里的喀斯特水溶洞后，精疲力竭，依然大呼“值得”。

运营方统计显示，截至8月底，石龙洞今年累计接待游客18万人次，营收突破2300余万元，游客大部分为90后、00后，其中65%以上来自江浙沪。记者采访当天，在第三方平台上，最早可预约日期已排到一周后。

“零开发”与“高门槛”精准吸引年轻客

这些户外业态最吸引年轻人的原因有两点：“零开发”与“高门槛”。石龙洞的“零开发”几乎做到了极致——洞内不通电，没有任何固定照明设施。运营方负责人秦世科的解释道出了核心逻辑：“洞里的钟乳石、钙化池和岩壁微生物，对光线和温度极其敏感。我们主张‘因洞制宜’，用最低的干预换取最真实的体验。”

在这里，每位游客进洞前须签《安全环保责任书》，承诺所有垃圾随身带出。洞内没有栈道、没有护栏、没有灯光秀，游客只能靠桨板划行、靠头灯照明、靠手脚攀爬，在3公里长的喀斯特水溶洞里穿越地下暗河、攀爬陡坡、穿行钙化池，体验感拉满。

“高门槛”则体现在价格与容量的双重限制上：同样以石龙洞为例，1280元一位、每日限流120人，留下的都是愿意为极致体验付费的客群。

十二背后旅游区的理念是用玩法设计替代硬件建设。这里的“零开发”体现在对自然地貌的最小干预上——不建大型索道、不修宽阔公路、不搞灯光工程，而是依托峡谷、溶洞、溪流的原生形态，设计溯溪、探洞、桨板、飞拉达等体验项目。游客不是

看风景，而是在风景里行动。

“高门槛”则体现在对游客体力、技能和心理承受力的要求上。飞拉达需要攀爬垂直岩壁，百米垂降需要克服高空恐惧，洞穴桨板需要平衡能力和方向感。这些项目筛选出了年轻、爱挑战、愿为体验付费的客群。

冲浪小镇的“零开发”逻辑，体现在对既有水库资源的盘活利用上。桃源水库原本是修文县的一座普通水库，青山环抱、碧波荡漾，但长期处于“有资源、无产品”的状态。冲浪小镇没有大兴土木建造常见的人工海浪池、水上乐园等，而是直接以水库为场地，引入尾波冲浪、摩托艇、桨板、皮划艇、水上单车等水上运动项目。

相比其他地方，冲浪小镇的“高门槛”不在于价格，而在于技能。“尾波冲浪、摩托艇、桨板对体能和协调性都有比较高的要求，但这恰恰是年轻人的强项，能满足他们对体验感的极致追求。”景区负责人葛健说。

户外“宝藏”释放文旅消费新活力

贵州这片户外消费新蓝海的“弄潮儿”，除了景区运营方，还有附近的村民。

石龙洞旁观游村村民陈志友，是景区首批持证上岗的教练，不仅持有桨板L1资格证、初级救护员证和初级山地户外指导员证，还自学了摄影，成了游客口中的“全能领队”。“过去只会种地，现在学了技术，旺季时每月能挣1万多元。”陈志友说，“游客来了，家里种的猕猴桃也不愁卖，去年家门口就卖了3万多元。”

像陈志友这样持证上岗的村民教练，观游村有116人，人均年收入达7万元。该村还成立劳务公司，负责道路修整、卫生打扫、停车引导等服务，带动了一批村民在家门口就业。

从本地配套到全国布局 从单一酒包到多元拓展

新蒲包材企业转型蹚新路

本报记者 徐春燕

10月12日，遵义新蒲经开区贵州贤丰包装科技有限公司，又一批定制的辣椒茶盒、茶叶包装下线。

这是贤丰包装的新业务。早些年，他们还只做酒盒。现在与德庄食品、红满坡农业等农产品龙头企业合作，针对性开发食品级包装、防潮礼盒等新品类。“有效对冲了酒类包装订单的波动风险。”该公司负责人说，这两年，食品类包装订单一路上扬，占比从不足10%提升至23%，支撑公司产能利用率稳定保持在85%以上。

贤丰包装的同行，贵州营鑫酒业近年来也在酒类、茶叶、农副产品包装赛道同步布局，为一家茶叶出口企业配套生产的轻量化包装，随遵义绿茶走到了中亚市场，也开辟了公司的全新增长空间。

遵义综保区（新蒲经开区）聚集着60余家包材企业。面对酒类包装市场存量博弈加剧、同质化竞争升温的行业态势，这些企业在新蒲经开区引导下，以“赛道跨界、内功升级、

向外破圈”为路径，主动应变、精准破局，形成了覆盖酒盒、辣椒茶叶礼盒、纸箱、配套辅料生产的全产业链。

在酒类包装高端化、精品化趋势下，能不能进入头部酒企供应链，关键看品质硬不硬、交付稳不稳。为此，新蒲经开区引导企业加码厂房升级、设备迭代、技术研发与标准化管理，推动企业以硬核实力跻身行业第一梯队。

以习酒核心包装供应商贵州文之美科技有限公司为例，专注酒类包装细分领域，建起12条自动化精裱生产线和全流程品质追溯体系，实现对习酒厂3小时配送响应、24小时全

天候配套服务，稳定的品质成功拿到了头部酒企的“长期入场券”。

龙头企业贵州裕同包装以智能化改造树标杆，2024年投入2200万元，引进德国海德堡印刷机、自动模切机等高端设备，产能提升25%，人力成本同步下降，日产纸盒超35万个，年产值可达22亿元，成为茅台、习酒、国台等多家知名酒企的稳定供应商。

目前，新蒲经开区有12家包材企业通过ISO质量管理体系认证，8家企业进入省级以上专精特新企业行列。

新蒲包材企业还主动“走出去”，锚定四



十二背后旅游区双河洞“洞穴飞拉达”。 本报记者 谢国欢 摄

游客涌来，十二背后旅游区的民宿、农家乐以及户外装备租赁、向导教练服务等生意也火了起来。“人多了，生意就好了。”家住旅游区附近的田晓燕说，整个暑假，天天都有游客扎营玩水，“只要是可以玩水的地方，都能看到人，马路上的外地车一辆接一辆。”

冲浪小镇的出圈也带火了周边餐饮。修文县林香源餐饮休闲山庄老板欧昌伦说，冲浪小镇和桃源河景区的漂流形成互补，今年暑期来玩的游客明显增多，“有几天，食材都卖完了还有客人来。”

从“山野狂欢”到“地心探险”，贵州以原生态的户外体验精准击中年轻人对自然与自由的向往。这场由溯溪、探洞、桨板、冲浪引领的户外热潮，释放了文旅消费新活力，更探索出一条生态保护与经济发展共生共赢的可行路径。

酸汤质量有了国家标准

本报讯（记者 钱仕豪）10月11日，全国食品工业标准化技术委员会工业发酵分技术委员会召开的标准审查会上，由贵州企业牵头起草的《发酵酸汤质量要求》国家标准送审稿，经52名委员和专家逐条审议，顺利通过技术审查。这意味着源自黔东南的苗侗特色酸汤拥有了国家层面的质量规范，填补了行业国家级标准空白。

据悉，贵州玉梦食品（集团）有限公司是此次标准编制的第一起草单位，黔东南州食品药品检验检测中心、黔酸王、亮欢寨、台江苗苗酸汤、千里苗疆等6家本地企业与技术机构共同参与。此前，行业长期执行《食品安全地方标准酸汤》（DBS52/056—2021）及团体标准，虽对红酸汤、白酸汤的原料、总酸、亚硝酸盐、过氧化值等作出规范，但国家层面始终缺少统一标尺，市面产品质量参差不齐，成为规模化扩张的瓶颈。此次《发酵酸汤质量要求》国家标准送审稿通过审查，将把原料品种、发酵工艺、感官指标、理化与安全要求上升为全国统一规则，为“地道风味”设下底线。

天柱油茶产业冲击6亿产值

本报讯（记者 华姝）记者10月12日从黔东南州天柱县有关部门获悉，今年该县油茶籽产量预计超过16万吨，油茶全产业链综合产值将突破6亿元。4.73万户17.5万群众从中受益。

天柱县是全国油茶产业发展重点县、贵州省油茶产业发展核心区。“天柱茶油”获国家农产品地理标志保护，产品远销欧盟、东南亚等国家和地区。近年来，该县持续开展种质资源选育攻关，建成千亩高产示范基地8个、千亩油茶专业村33个。目前，全县油茶总面积43.5万亩，其中投产面积30.2万亩。该县还组建油茶技术专班，长期蹲点指导，从良种繁育到低产林改造全程跟踪服务，推广平衡施肥、绿色防控等技术。

天柱县油茶专家袁昌选介绍，该县将持续深化从良种繁育、标准化种植到精深加工、品牌营销的全产业链发展，让油茶果成为当地群众增收致富的“金果子”。

安顺古城烟火浓

今年以来游客超2000万人次

本报讯（记者 胡玉山）记者从安顺市相关部门获悉，截至10月7日，安顺古城今年累计接待游客突破2000万人次，创历史新高。

统计数据显示，安顺古城2024年春节开街，当年客流量站上千万关口。2025年增至1824.58万人次，日均超5万人次，单日最高突破26万人次。今年，2000万这个数字在国庆假期最后一天就实现，满满的烟火气改写了安顺旅游过去“只游黄果树、不进安顺城”的说法。

客流涨了，沿街商铺的生意更火了。蓝天咖啡馆主理人吴晔汉是入驻古城的首批创业者。短短两年多，他已在古城开起3家主题咖啡馆，品牌还拓展到黄果树旅游区，4家门店今年暑期旺季月营收都在50万元左右。

商铺林立的背后，是一整套街区运营逻辑。安顺古城旅游公司工作人员项文羽介绍，古城坚持“原真化保护、活化传承、市场化利用”，以800米老街为核心，辐射集聚87家经营主体、189间运营商铺，其中餐饮业124家，带动就业2000余人。这里的业态，既有将记牛肉馆等承载记忆的老字号，也有蓝天咖啡等创意潮流店；既有“一个人的安顺”书吧、安顺记忆馆等文化场馆，也有蜡染手作、屯堡文创等非遗商铺，让游客来了不是看一眼就走，而是愿意停下来吃、住、逛。

入夜，古城音乐会、汉服巡游、地戏展演轮番登场，歌声在街巷间此起彼伏。“一条老街把吃、逛、看全串起来了，这才是我想象中的烟火城市。”重庆游客徐亮点赞。



安顺古城人气旺。

本版主编：肖茜 本版责编：刘杰 版式设计：邢瑞平

（上接第一版）

“十四五”以来，铜仁新型功能材料产业规模以上产值累计增长155.7%；当前，三元前驱体全球市场占有率达23%，四氧化三锰和锰酸锂国内市场占有率均达14%，负极材料国内市场占有率达22%。2026年，该产业预计产值突破350亿元，“十五五”时期力争突破千亿元级。

2022年12月，松桃三和锰业集团有限责任公司与湖南建湘高科新技术开发有限公司携手，在“锰三角”成立贵州三湘科技有限责任公司，专攻电解锰渣资源化综合利用。

企业投入1.8亿元，上马年处理100万吨电解锰渣项目，生产线采用“低温干化脱氨+中温改性固硫”二段焙烧工艺，先低温回收氨资源，再中温改性将废锰渣转化为新型环保建材。

“借助二段焙烧法，一方面能够将脱出的氨回收利用，实现资源的循环再生；另一方面，可把锰渣转变为具有胶凝活性的材料。”三湘公司副总经理陈剑鸿说，截至目前，企业已累计处理锰渣约10万吨。

全域业态：山水悠修铺共富新路

梵净山脚下，太平镇的溪水澄澈透亮，被网友称为“玻璃水”。沿溪而下，220家农家乐、270家民宿溯溪而行，床位超过5400张，全镇年接待游客突破100万人次。

今年盛夏，广州游客何琼一家清晨到达亚木沟景区，眼前连绵绿意和清新空气让她感

叹：“这趟来得值。”江口县云舍景区溪水潺潺，福建游客陆铭铭带着孩子在水边玩了一下午，孩子拽着他问：“爸爸，我们明天还能来这儿吗？”

铜仁已探明38处天然温泉及地热井资源。2025年冬春铜仁“梵净山+温泉”线路，带动游客量同比增长超24%。今年，温泉依然是当地康养旅居发展的重要“流量引擎”，铜仁力争旅游核心指标同比增长8%以上。

梵净山脚，江口县太平镇，一座沉寂了10年的小镇在5月29日重新开街。这个崭新但有特色的抹茶小镇，开街当日即迎来近万名游客。截至7月底，小镇入驻50家商户，累计营收近350万元。

23岁的本地小伙杨福军，是入驻抹茶小镇的“如如冰”门店主理人。这家“前店后厂”的小店，日均营业额稳定在3000元，周末可达5000元。如今，他带着4名店员，把抹茶粉、如意香囊、抹茶酥裹裹卖到了千里之外。

瑞士游客Tanja Eicher与亲友，从湖南张家界到铜仁的第一站，就是梵净抹茶小镇。“这也是我们第一次来贵州，酒店推荐我们就近先到小镇。这里有很多抹茶产品可以买，我们买了抹茶饼干、抹茶面条，准备带回去送给亲友。”Tanja Eicher说。游览完小镇，Tanja Eicher一行又来到梅变的“梵之·青山”茶咖休憩，在满山绿意中享受着松弛的假日时光。

梅变的“梵之·青山”与小镇共享客

流、旅行社资源和政企活动渠道，还与县属旅行社合作推出抹茶饮品甜品套票，实现双向导流。

从抹茶小镇驱车行进不久，可到贵茶集团江口产业园。这里是全球最大的抹茶单体精制车间，占地340亩，拥有4条碾茶精制线、9条抹茶生产线，年产能可达7200吨。

“这是一座以药品级标准运行的工厂。”贵茶集团总经办主任钟进说，磨粉和包装环节采用10万级洁净车间标准，产品通过596项欧盟农残检测标准。

2025年，铜仁欧标抹茶首次大规模反向出口日本，累计16吨，标志着中国抹茶从低端代工升级为全球高端抹茶市场的核心供应商。目前，铜仁已建成抹茶核心基地8.5万余亩。2025年，抹茶产销量达2500吨、全国第一、全球第二。全球每五杯高品质抹茶，就有一杯产自铜仁。

梵净山下的生态冷水条件，养出的鲟鱼口感鲜甜，没有土腥味。用足好环境、好资源，贵州梵净黔惠德食品开发有限公司在此生产的鲟鱼丸、鲟鱼挂面源源不断销往粤港澳大湾区、长三角等市场。“市场一直反响不错，8月初新增的鲟鱼方便面生产线已经投产。”黔惠德公司负责人岑德芳说。

截至目前，铜仁市累计建成标准化冷水鱼养殖基地57个，年产量1.8万吨，全产业链产值突破6.5亿元。

价值转化：“生态存折”体制创新

承担着饮用水源地的生态保护责任的江口县太平镇梵净山村，村民们手机上基本都安装有“梵净生态账户”APP，他们会时不时地看看自家的“生态存折”。

“护好这片山水，家里就有进账。”在铜仁生态产品价值核算平台上，梵净山村村民田小军家的“生态家底”清清楚楚：7亩耕地、3亩林地，GEP（生态贡献值）量化到6.358万元。

在生态价值转化的体系中，GEP衡量的是一个区域内森林、湿地、农田等生态系统在一定时期内提供的所有生态服务的总价值，包括清新的空气、洁净的水源、固碳释氧的调节功能，也包括林木、粮食等物质产品和文化服务产品。

目前，铜仁市已有15000余农户建立了专属的生态资产档案，档案所记录的，是他们对林地、耕地所作出的保护贡献，这些贡献可量化为生态补偿、生态收益的重要数据支撑。

作为第二批国家生态产品价值实现试点，铜仁市围绕生态产品调查监测、价值评价、经营开发、保护补偿、市场化交易五大机制，通过技术加持，不断探索创新从资源变资产，从资产变商品，从商品变资金的转化路径。

“作为平台开发方，我们的核心使命，就是为绿水青山定价，为金山银山开户。”贵州梵净生态产品价值实现服务管理公司董事长杨顺福说。

在“梵净生态账”中，涵盖147项指标的

“生态融资指数”，作为银行的增信依据，实现“存生态、兑信用、贷资金”。截至目前，账户已突破22.46万户，26家银行推出126款绿色信贷产品，累计授信近190亿元，为经营主体节约利息近7000万元。

贵州梵净生态产品价值实现服务管理公司负责“搭平台”，贵州梵净生态产品运营管理有限责任公司则负责“活资产”，即把平台上登记的生态资产开发变现转化为实实在在的生态产品进行市场交易。

贵州梵净生态产品运营管理有限责任公司董事长罗兴隆说，在经营性生态产品产业化利用领域的探索上，铜仁在全省率先创新了“活立木”交易模式，发放了首张“活立木数字资产证”和“活立木不动产证”，建立了活立木不动产登记双证体系。

“区块链技术为每一棵活立木存证12项权属信息，相当于给每棵树办了一张唯一的可识别可追溯的身份证，树木不用砍，活着就能变现。”罗兴隆说，截至目前，已完成339株活立木线上交易。

因绿而兴、向绿而行，梵净山作证！

迈步“十五五”，“黔东明珠”铜仁，持续把绿水青山“第一资源”转化为高质量发展的“第一引擎”，因地制宜培育绿色生产力，将生态优势淬炼为现代化建设的竞争优势、发展胜势——这是展现中国式现代化贵州新风采的一道盎然风景、一幅秀美画卷。