

- 国庆节假期 1546.2 万人次出入境

●铁路中秋国庆假期运输期间发送旅客超 3 亿人次

●皇岗口岸将于 12 日正式开通运行



从卖一瓶酒，到品味酱香生活

全媒记者 肖涵 向维忠 仁怀融媒 赤水融媒 习酒融媒

蜿蜒奔腾的赤水河，孕育享誉世界的酱香白酒产业，也沉淀着厚重红色文化与独特丹霞生态。时下，沿着赤水河谷旅游公路一路前行，邂逅一路酒香、一路风景，解锁美酒河全新玩法。

这条全长约 160 公里的赤水河谷旅游公路，是全国第一条河谷旅游公路，串联起仁怀、习水、赤水三地，将河谷风光、酱酒文化、生态美景打包，成为假日旅游热门路线。

茅台镇：智能酿造打开新场景

公路起点，便是仁怀市茅台镇。走进国台数智酒业，传统 12987 酿造工艺被拆解为上千项数字化指标，空中智能机器人、上甑机械臂代替部分人工，老酿酒师代代相传的经验，转化为可监测、可复现的数据。

据介绍，当前正值发酵期，该酒企生产线暂未运转，但完整参观动线常年对外开放。不同于以往酒厂仅开放成品展厅，国台数智酒业把整条

智能生产线打造成文旅场景，吸引不少旅行团前来参观。

来自香港的游客马轶超随百人旅行团到访茅台镇。他说：“这次能亲眼看到一瓶酒从酿造到上桌的全过程，大开眼界。”

在这里，工业旅游不止看厂房储酒。国台数智酒业还打造酱香文化科普、智能酿造观摩、穹幕光影、文化品鉴一体化体验链。走出智能车间，游客可走进穹幕影院，沉浸式感受酱酒文化。截至目前，该酒业已累计接待近 3 万人次，单日最高接待上千人次。

习酒酒谷：国风剧本邂逅酱酒故事

从茅台镇驱车约 70 分钟，沿赤水河谷旅游公路抵达习酒酒谷景区。和国台数智酒业主打数智工业参观不同，习酒依托临河而建的酒谷，把酱酒文化做成一场国风沉浸式剧本体验。

游客化身故事宾客，领取专属任

务，跟随 NPC 穿行园林、展厅与古礼场景之间，行古礼、品佳酿，探寻酿酒故事。实景演绎拉近了游客与酱酒生产线的距离，在剧情流转间读懂赤水河美酒的秘密。

湖南游客刘黎体验后感触很深：“不只是简单介绍习酒，沉浸式表演很有新意。亲身体验，才知道酱酒如何酿造，也更认可它的品质。赤水河不愧是美酒河，酒好、景美、水也好。”

习酒股份公司酒文旅融合发展部副部长吕佳文介绍，今年 5 月上新的剧本游项目，以角色扮演重构参观体验，游客停留时长与体验深度都显著提升。观景、互动、品酒融为一体，传统产品消费升级为深度文化体验。

赤水竹海：山居民宿调制专属酱香

赤水河谷旅游公路的终点站——赤水，拥有丹霞、竹海、古镇等绝美风光。藏在竹海之中的君台厚酱酒厂，走出了一条旅居融合新路子。

酒厂提供基酒与技术指导，把调酒体验搬进特色民宿。入住之后，跟着酒师品鉴不同年份基酒，亲手调出一瓶专属于自己的酱酒。山居闲暇时刻，酒不再只是宴席上的饮品，而成为旅行生活的一部分。

游客黄先生说：“单纯去酒厂品酒少了参与感，住在美景民宿里亲手调酒，是一种享受，不虚此行。”

目前，君台厚酱酒厂已和赤水多家民宿达成合作，游客不用专程奔赴酒厂，在民宿内就能体验调酒乐趣。

“我们将酱酒与山水生活相融，游客赏美景的同时品味美酒，也持续提升品牌知名度与美誉度。”君台厚酱酒厂酒旅融合部主任熊安茹说。

同一条赤水河，沿岸不同酒企，都在完成一场转型：从单纯售卖一瓶酒，转向输出山水、美酒、人文相融的酱香生活方式。游客奔赴赤水河谷，带走的不再只有一瓶酒，还有一段旅途，一份松弛悠然的生活感受。

国庆假期我市消费市场消费金额超 56 亿元

本报讯（全媒记者 喻晖）国庆假期，我市消费市场供需两旺，重点商圈客流明显增长。据银联商务监测，这七天里，我市累计实现消费金额超 56 亿元，日均消费金额达到 8.07 亿元、日均客流 143.7 万人次。

从消费数据来看，全市各地紧抓假期消费热点，集中开展促消费活动，带动零售、餐饮、休闲娱乐等业态持续升温。各重点商圈人气持续走高，餐饮、零售、休闲娱乐等业态消费活跃，销售额较平日明显提升。其中，

老城 1935 商圈消费金额 22700 余万元，港澳商圈消费金额 22259 余万元，仁怀国酒城商圈消费金额 18500 余万元，广珠商圈消费金额 15866 余万元，吾悦商圈消费金额 14554 余万元。

据了解，今年国庆假期，我市消

费市场累计实现消费金额 56.52 亿元、消费人次 1005.91 万人次，较去年同期分别增长 2.83% 和 4.47%，长假对消费的拉动作用进一步凸显。同时，居民出行半径扩大、消费场景多元，商品与体验消费同步升温。



融圈成渝 道真激活生态禀赋发展旅居经济

道真自治县立足毗邻重庆的区位优势条件，抢抓成渝地区双城经济圈建设重大机遇，充分释放优质生态资源价值，推动生态“凉资源”加速转变为旅居“热经济”，奋力建设遵义融入成渝地区双城经济圈先行县。

道真平均海拔 900 米-1200 米，森林覆盖率达 61.58%，夏季平均气温 22.3℃，拥有得天独厚的避暑康养条件。依托良好生态底色，道真整合中国侏城、石门天乡、云栖湖、凌霄河漂流等文旅资源，培育河畔露营、森林康养等新业态，完善旅居配套设施，深化区域协同合作，构建民宿体验、山水度假、户外休闲于一体的全域旅居发展格局，越来越多成渝游客把道真作为康养度假的“第二居所”。

打通交通廊道 构建渝黔同城通勤圈

互联互通是区域协同发展的基础。“十四五”以来，道真累计完成交通

建设投资 73.5 亿元，随着 G69 银百高速、S27 武道高速建成通车，道真至重庆中心城区车程缩短至 90 分钟，正式接入重庆一小时经济圈。

围绕客源互通目标，道真开通重庆解放碑至中国侏城旅游直通车，串联沿线重点景区，推动与金佛山、仙女山等渝南知名景区线路互联、客源互导，打破地域壁垒，为成渝游客赴道真旅居休闲筑牢交通支撑。

深化规划对接 夯实跨区域合作制度根基

道真紧扣“一县四地”战略定位，主动加强与成渝地区规划衔接。联合重庆工商大学编制中长期融入成渝发展规划，与渝南毗邻区县签署战略合作协议，搭建常态化协作对接平台，赴重庆开展文旅招商推介，吸引一批成渝市场主体前来投资兴业。“十四五”期间，累计落地文旅项目 10 余个，建成中国侏城非遗民俗体验、石门天乡云端康养、云栖湖

湖景度假、凌霄河亲水漂流等一批核心文旅业态，产业合作不断走深走实。

围绕丰富旅居产品供给，道真打造凌霄河卢家坝河畔露营、大堡山森林康养露营两大特色基地，形成夏季亲水消暑、春秋露营徒步、全年康养度假的全周期产品体系。全县 6 个乡镇布局民宿集群，发展民宿 400 余家、床位 5000 余个，旅居承载力持续扩容升级。

激活客源市场 把流量转化为群众增收势能

区位优势、生态优势持续转化为市场优势，道真康养旅居产业吸引力不断释放。大塘村依托生态禀赋大力发展民宿产业，现有民宿 185 家、床位 2400 余张，每年稳定接待 3000 余名重庆长期避暑游客，旅游年收入超 1500 万元。

“十四五”期间，年均接待成渝游客约 25 万人次，成渝核心客源市场基本稳固。旺盛的旅居消费进一步带动灰豆腐果、洛党参等农特产品外销，实现

旅游流量向群众实实在在的增收红利转变，文旅产业的富民效应充分显现。

共建文旅联盟 擦亮渝南黔北文旅品牌

道真深度参与渝南黔北旅游联盟建设，以中国侏城为核心节点，联动周边景区打造跨区域精品旅游环线。用好重庆宣传推广渠道，持续擦亮“要想身体好，多往道真跑”文旅 IP。同步补齐康养步道等公共休闲配套，做优“道真城 BA”特色文体品牌，持续丰富全季旅居供给。

下一步，道真将持续推进渝黔文旅协同发展，完善旅居基础配套设施，打造“123 森呼吸”精品自驾游线路，推动康旅、茶旅、体旅深度融合，补齐业态短板，做强渝南黔北旅游“金三角”，构建全季旅居产业体系，为遵义建设融入成渝地区双城经济圈“桥头堡”贡献道真文旅力量。

（道真融媒记者 孙汛）



今年国庆假期，位于赤水竹海国家森林公园核心区域的新观海楼正式投用。该楼共 17 层、高 70.5 米，以“竹笋”为造型意象，游客可登楼远眺，俯瞰万亩竹海。除登楼观景外，竹海景区还提供游船、品茶等体验项目。

观海楼的投用，将进一步丰富赤水竹海旅游产品供给，提升游客接待能力，增强游客体验感，打造赤水文旅新地标。

（全媒记者 陆邱珊 赤水融媒记者 张浪 摄影报道）

近段时间，黔北山间稻穗金黄，辣椒红了半边坡。湄潭的夏秋茶还在下树，务川的茄子已装车发往重庆，赤水的竹材正被无人机吊出林间。

2025 年，遵义市农林牧渔业总产值达 1020.83 亿元，在全省率先突破千亿元，千亿数字的真正重量，不在“多产了多少”，而在“改变了什么”。

遵义现代山地特色高效农业的深层逻辑，是“把山的价值重新定价”：由“种什么卖什么”向“市场要什么种什么”，“一季收成”向“四季有单”，“靠山吃山”向“养山生金”转变。

品类突围：从“春茶独大”到“多点开花”

遵义的品类突围，是从茶山上开始的。湄潭 60 万亩茶园，过去只采一季春茶，夏秋茶下树率不足 30%，大量鲜叶老在地里无人问津。

一季春茶撑起一个产业，这就是“独大”的含义——品类单一、季节单一、市场单一。

打破“独大”，离不开“把夏秋茶用起来”。连日来，湄潭逅唐茶业智能车间里，德国色选机高速运转，机械臂将茉莉、桂花按 0.01 克精度拼配入槽。

“全国每 10 杯奶茶中，至少有 1 杯用的是我们的茶底。”逅唐茶业总经理魏巍巍说。

2025 年，湄潭新茶饮产值达 6.34 亿元，夏秋茶利用率从不足 30% 拉升到 75% 以上。一片叶子，从“只采一季”到“四季有单”，这是茶品类内部的“多点开花”。

但遵义的突围，不止在茶。

辣椒，同样经历着从“独大”到“开花”的裂变。过去遵义辣椒只有一个出口——卖干椒。如今，中椒生物把每吨干辣椒提取出约 3 公斤辣椒素，国际售价达每公斤 3000 元以上，产品远销印度、美国、泰国。从干椒到辣椒素，从调味品到化妆品原料，从国内到国际，一个品类打开了多个出口。

刺梨，走的也是同一条路。过去“山上烂果”无人问津，如今湄潭金源康食品把鲜果加工成原汁、浓缩汁，线上日均销售额 7000 至 8000 元。目前，该公司正与贵州大学、浙江大学合作开发刺梨牙膏、刺梨面膜等日化产品。鲜果、饮品、日化，“一颗野果”裂变出一条产业链。

茶、辣椒、刺梨，三个品类，同一种逻辑：不再依赖单一产品、单一季节、单一市场，而是把一个品类的价值“吃干榨净”，由“独大”走向“多点开花”。2025 年，遵义农产品加工转化率达 70%，正是这条逻辑的市级注脚。

空间重构：从“耕地有限”到“林地生金”

品类突围解决“卖什么”，但遵义还有一道更根本的难题：耕地有限。坡地多、地块碎，平地少，“巴掌田”“鸡窝地”是绕不开的现实。靠有限的耕地种粮、种菜、种椒，天花板显而易见。

换个角度看，650 万亩林下土地，就是一笔沉睡的资产。

赤水市 132.8 万亩竹林覆盖山野，竹农人均超 8 亩，涉竹企业 200 余家。2025 年竹产业综合产值突破 100 亿元，带动 16.5 万竹农增收。

“生活原纸基本在本地转化，转化率超过 90%。”泰盛（贵州）竹资源发展有限公司总经理胥端祥说。

一根竹子，从“砍了卖”到“代塑产品出口 20 多个国家和地区”，靠的不是耕地多了，而是林地“活”了。

竹山还是那片竹山，但“靠山吃山”的方式，已经完全不同。

汇川区毛石镇，贵州肆丰岭农业的工人在杉木林下采收天麻，基地采用林下钵式集约化栽培，400 亩天麻亩产达 1100 斤、亩产值 2.86 万元。凤冈县何坝街道鱼塘村，贵州天润农业仿野生桶装种植天麻 700 余亩，总产值超 1300 万元，带动 200 多户农户参与。

2025 年，遵义林下经济利用林地 650 万亩，全产业链产值突破 155 亿元，带动 100 万林农增收。

市场重塑：从“提篮小卖”到“链上大市场”

过去，遵义现代山地特色高效农业农产品多是“提篮小卖”——农户挑到集市，卖完为止，价格随行就市，没有标准，没有品牌，没有稳定渠道。

务川自治县分水镇的蔬菜产业，就是从这条老路上蹿出来的。“日均直供重庆双福农贸市场约 10 吨。”贵州仓吉农业发展有限公司负责人汪隆春看着一车茄子装车发往重庆，称基地推行“春种四季豆、夏种茄子、冬种青菜”轮作，全年采收周期可达 8 个月。

务川紧扣“重庆菜篮子”定位，依托高山冷凉气候补上川渝“夏淡季”缺口，通过“产地+门店”直发模式进入重庆市场。今年 5 月，16 家遵义农业龙头企业赴重庆推介，现场签约金额突破 4.7 亿元。

“链上大市场”的另一端，是跨越大洋的出海通道。湄潭茶叶远销摩洛哥、德国、俄罗斯及东南亚地区，贵州两山茶业集团正生产出口摩洛哥的 2000 吨订单茶……

“链上大市场”最深层含义，是掌握定价权。现今，遵义虾子镇中国辣椒城 2025 年交易额达 72 亿元，交易量 38 万吨，“中国辣椒、遵义定价、集散虾子、买卖全球”的流通格局更加稳固。

从务川蔬菜、桐梓方竹、湄潭茶叶、凤冈牛肉到掌控定价权的辣椒城，遵义山地农产品不再是“提篮小卖”的零散商品，而是接入全国供应链、打通跨境通道、建立终端网络的“链上产品”，市场要什么标准，产地就按什么标准种。

市场倒逼的不仅是品控，还有技术。

凤冈县爱心家庭农场的牛肉佩戴“电子耳标”，每一块牛肉有了“数字履历”，消费者扫码即可溯源。湄潭抄乐镇 3000 亩“数字欧标茶园”，凭借数字化管护拿到中美欧有机认证。遵义“智慧辣椒云平台”入选农业农村部优秀案例，椒农平均增产 15%、市场溢价超 30%。

当下，遵义全市已建设重点农业数字化应用场景 44 个、标杆项目 18 个。

三条路径不是孤立的——品类突围让春茶不再“独大”、辣椒刺梨“多点开花”，空间重构让耕地之外“林地生金”，市场重塑让“提篮小卖”接入“链上大市场”，它们各自生辉，又相互联系，协力构筑了遵义现代山地特色高效农业的蓬勃发展局面。

（天眼新闻记者 李洋）