

作很是满意。

依托东西部协作，铜仁玩具产业从无到有、从零星布局到集群发展，正成为辐射西南、链接全球的玩具制造新标杆。这还不是全部，东莞与铜仁以“广东企业+贵州资源”“广东市场+贵州产品”“广东总部+贵州基地”“广东研发+贵州制造”的合作新模式，推动更多产业走上了互利共赢的新征程。

天时地利人和，在一定程度上能解释铜仁生态工业发展的路径，但还离不开一个“闯”字。正是当地各族干部群众心往一处想、劲往一处使，敢为人先大胆闯，才有了从“工业洼地”到“产业高地”、从“粗放开采”到“高端智造”、从“一块石头”到“一个产业”的蝶变，闯出一条既守护绿水青山，又实现工业崛起的绿色奋进之路。

悟源清流净之因

从生态保护到生态农业、生态文旅、生态工业，铜仁的发展始终离不开生态的坚守和绿色的滋养。同时也要看到，铜仁的优势在生态，潜力在生态，责任也在生态。

铜仁曾是贵州省脱贫攻坚的主战场，全域10个县区均为国家扶贫工作重点县，虽然已于2020年底全部如期摘帽，但防止规模性返贫的任务仍重。

铜仁也是长江上游重要生态屏障、国家首批生态文明试验区城市，战略定位以及特殊地貌带来的脆弱生态环境，要求必须坚持生态优先、绿色发展。

既要发展经济，又要保护生态；既要保障民生，又要履行职责，铜仁发展还有不少难题待解。产业支撑力度不够。当地生态敏感区占比高，产业用地受严格管控，可开发空间有限。新型工业化发展的增长动力主要集中在新型功能材料产业，但目前还处于培育发展阶段，对工业经济支撑不足。“主要是新型工业化水平还相对滞后。”贵州信行厅总工程师张凤认为。

对此，铜仁也有着清醒的认识。2026年铜仁市《政府工作报告》提出：经济总量偏小、结构不优，科技创新能力不强，多点支撑的现代化产业格局还未形成……资源要素还有短板。贵州素有“九山半水半分田”之称，部分高速公路桥隧比超60%，大幅推高了建设与维护成本，导致公路运输成本偏高；水运能级低，铁路货运有空白。同时，贵州能源结构上，虽有新能源，但还是以火电为主，导致电价优势不大。对铜仁来说，两个问题同样突出。

文旅开拓深度不足。铜仁有自然山水、文化遗存、民族特色，人目皆是美景，看得见、摸得着，但“能带走”的，即具有当地特色的文创产品吸引力不强。

业内人士指出，旺季的梵净山旅游一票难求，周边景区却相对冷淡。游客集中于山上，山下江口、印江、松桃等地虽生态、文化、民俗资源丰富，但客流量不足，文旅资源串联的深度广度不够。

难题就是课题，实干方能突破。

铜仁深入学习贯彻习近平总书记重要讲话精神，用好自然给予的资源，借鉴发展中的经验，激发群众参与的热情，努力撬动绿色发展。

向新布局。在新型工业化方面，铜仁在“十五五”规划纲要中明确，加快构建“1+5”工业体系，重点打造千亿级新型功能材料产业集群，提质增效现代能源、生态食品药品、大数据、特色轻工、新型建材及化工5个特色产业，全力做大做强工业总量。

向优发力。“夯实发展后劲，首先要降低运价、电价。”贵州省社会科学院党委书记黄朝椿说。在交通方面，铜仁整合资源，推动运输结构优化，开展“公转铁”“多式联运”，让现有交通基础设施和运力发挥出最大效能。在能源方面，铜仁通过增量配电网业务改革和源网荷储一体化建设，系统性地降本增效。

铜仁市工信局长胡志勇说：“我们全力助推‘公转铁’与大龙铁路专线建设，努力降低物流成本。同时加快推进源网荷储一体化项目建设，推动配套风电光伏发电、储能电站等。今年一季度，电价降了3分钱。这3分钱来之不易！”

向深拓展。杨洪波表示，铜仁将“大梵净山”战略作为重中之重，深耕“山上做减法，山下做加法”，通过“山上山下”的空间联动，贯通“东线西线”的风景脉络，全方位拓客源、提人气、增流量，推动生态旅游从“养在深闺”走向“全国知名”。

对于铜仁来说，生态优先是前提，解决问题的根本也在于此。无论是向新、向优还是向深，最根本的是“向绿”。没有这一根本，高质量发展就失去了根基和前提，最普惠的民生福祉便无从谈起，生态文明建设就缺乏刚性约束和战略定力。

历史的经验，从过去奔涌而来，向未来逐浪而去。铜仁以“梵净”为地标，以“绿色”为底色，将地方命运置于国家战略和时代大局中求解。这不仅是视野的开阔，更是发展逻辑的重构——从“有什么就发展什么”的资源依赖型，转向“寻求永续发展”的绿色可持续型。

源清则流清，源浊则流浊。铜仁生态实践的背后，政绩观是一个根本性问题。为人民出政绩，以实干出政绩，铜仁干部群众胸怀“国之大者”，平衡把握人与自然、保护与发展、环境与民生之间的辩证关系，敬畏自然又不屈不挠，用实干精神，充分展现了“功成不必在我”的精神境界和“功成必定有我”的历史担当。

站在“十五五”新起点，铜仁做好“必答题”，有指引，有目标，更有信心。

李作勋表示，坚持生态优先、绿色发展，全力做好高质量发展“必答题”，是铜仁一切工作的“纲”和“魂”。“十五五”已经开启，铜仁有信心有决心，一任接着一任干，一茬接着一茬推，奋力走好生态文明引领高质量发展新路。

在武陵山脉的苍茫林海间，在乌江锦江的滚滚碧波里，在梵净山的梵天净土中，铜仁探索出一条尊重自然、顺应自然、保护自然，最终实现人与自然和谐共生的现代化路径，小城的探索也将在中国式现代化进程中展现新风采。

（调研组成员：赵子忠 王晋 王新伟 孟飞 李华林 吴秉洋 赵田格格）

本版编辑 郎冰

梵净铜仁



贵州省铜仁市城区一角。(资料图片)

建设规范化养殖场区，进行品种改良、集中育肥，科学饲养。”思南县人大常委会主任、县肉牛产业发展专班班长刘开洪说，如今，思南黄牛已走出大山，在粤港澳大湾区成为抢手货，仅珠三角地区一年就能销售5亿元。

山泉清凉冽？正是养殖冷水鱼的好环境。在贵州鼎基石寻龙科技有限公司小池塘冷水鱼养殖基地，连片标准化鱼池排布列阵，大大小小的鲟鱼游弋其中。“好山出好水，好水养好鱼。这里水温常年稳定在17℃至21℃，养出的鲟鱼味美肉鲜，很受市场欢迎，去年卖出肉鱼近5000万元。”基地负责人王蔚铭说，公司还在计划推出鱼子酱产品，力争让冷水鱼“游”向海外。

善用“融”思维，重塑竞争力。

农业产业发展，单打独斗难成气候，融集群之势、合品牌之力，才能释放更大能量，获得更大质效。

凭借“龙头企业+村集体+农户”的联动模式，松桃圣罗兰农业科技有限公司孵化出一条富民链，带动124户通过养鸡致富。“我们采用种源、饲料、标准、品牌、销售与服务“六统一”模式，既降低农户养殖风险，又保证肉蛋质量，还保障销路，实现产业增效、集体增盈、群众增收，公司年净利润达3000万元。”公司综合部经理田茂磊说。

产业要壮大，品牌是关键。从卖原料到卖品牌，贵州佳里佳农业发展有限公司把红薯卖出10亿元的年销售额，带动10多万人种红薯。“我们对红薯精深加工，开发出30余款酸辣粉产品，推出“陈薯”品牌。”公司副总经理张羽琴说，因为契合年轻人饮食习惯，“陈薯”一炮而红，常驻某电商平台粮油调味热搜。

“原来是当官不为民做主，不如回家卖红薯。现在是当官要为民做主，就要帮着卖红薯。”当地老百姓的话，道出了政府在生态农业发展中的重要作用。

为推动农业发展，各县区还设立了肉牛产业专班、红薯产业专班、油茶产业专班等机构，通过加工增值、品牌增效、融合增收等举措，全力助推农业“接二连三”。

观文旅融合之势

“登山泡泉逛古城，康养旅居到铜仁”。这是近年来铜仁文旅产业的主打品牌。登山，首推梵净山；泡泉，石阡古温泉闻名遐迩；逛古城，逛的是有600年历史的中南门历史文化旅游区。

铜仁旅游资源总数11612处，位居贵州省第二。近年来，铜仁市委、市政府以梵净山为龙头，统筹资源开发利用、围绕客源丰富业态、提升旅游服务水平，推动生态旅游高质量发展。

围绕建设可容纳10万人的“大梵净山景区”，铜仁高标准编制梵净山旅游景区总体规划，实施梵净山太平河旅游度假区、梵净山康养旅居集群等多个旅游产业化重点项目，推动周边15个景区景点串珠成链，实现山、水、文、体等融合发展。

看山，见青山之高度。

作为武陵山脉的主峰，梵净山最高峰凤凰山海拔2572米，群峰竞秀，气象万千。

初夏时节，蓝天白云下，层层叠叠的山被绿色装扮，粉色的杜鹃点缀其间，游客在这里登“老金顶”、闯“万卷书”、看“蘑菇石”，感叹大自然的鬼斧神工。

来自山西大同的游客雷晓青说，“来到梵净山，置身在大自然的山水里，我看到山连绵起伏，水千变万化，植被特别绿，非常美，让我难忘”。

铜仁市文体广电旅游局副局长杨洪波告诉记者，当地以最严标准守护梵净山，将景区每日最大承载量控制在9000人以内，打造高品质生态体验。同时，瞄准建设“10万人大梵净山”景区目标，加强与贵旅集团合作，开发利用好梵净山区域资源。

印江县紫薇镇大园址村，是西上梵净山的必经之地，群山环抱间，阅云山居就坐落于此。这家民宿采取灵活的运营方式，游客可购置房屋20年使用权，来时自住，去时托山居代为出租，“五一”期间一房难求。

阅云山居的主理人胡姣认为，国内旅游市场正从“看过多少风景”转向“住进怎样的生活”，迈向深度体验与康养旅居。越来越多的人不再热衷景点打卡，而是渴望回归原生态优良的山野乡村疗愈身心。铜仁凭借优良生态、温润气候与浓郁风情，正站上新的起点。

戏水，见碧水之净度。

9 调查

2026年6月2日 星期二

（上接第一版）

悠悠生灵需要庇护。

脸部浅蓝，拖一条细长的尾巴，轻盈跳跃于树梢之间。走进梵净山黔金丝猴研究中心，能见到一群特殊的居民：被称为“地球独生子”的黔金丝猴。

研究中心副主任杨伟至今清晰记得救护黔金丝猴“团团”时的场景。“它后腿先天发育不良，与猴群走散了，躲在山洞里直哼哼。”杨伟说，他们尽量还原野外生存环境，对“团团”这样有伤病的动物，既养活更养好，尽力保留它们的野性。目前，黔金丝猴野外种群稳定在850只左右。自2018年以来，研究中心共救护黔金丝猴、豹猫、猪獾等野生动物38种、310只。

守护山、水、生灵，是政府部门的责任，贵州省为此专门设立梵净山国家级自然保护区管理局，负责保护区的保护、管理、科研等工作；保护环境，也离不开全体居民的携手同行，一个生态账户，把绿色发展理念种进老百姓的心田。

江口县太平镇梵净山村梵行奇源民宿老板石兵权，凭借生态信用获得银行低息贷款支持。“从没想过保护环境也能换成钱。”石兵权说，这两年，铜仁建立生态信用激励机制，推出“梵净生态账户”，企业及个人可凭借生态贡献换取生态积分，进而获得银行贷款利息优惠，还可在“生态超市”兑换商品。

每一片林地、每一泓清水、每一次环保行为都能被计价、被变现，越来越多人从“要我保护”变成“我要保护”。目前，“梵净生态账户”已建档22.2万户。

增绿就是增优势，护绿就是护财富。铜仁把生态效益纳入经济社会发展评价体系，加快推进生态产品价值实现机制试点改革，探索对重点生态功能区实施“GDP+GEP”双考核，从顶层设计上推动形成尊重自然、保护自然、人与自然和谐共生的绿色共识。

生态家在绵绵呵护中愈发厚实。山更绿，武陵山脉群峰如黛，千万亩森林筑牢长江上游的生态屏障；水更清，乌江、锦江浩渺生澜，一江碧水送下游；天更蓝，县级城市空气质量优良率超过99%；物更丰，短毛褐胸蚁甲、白头蜂等难得一见的珍稀动物不断被发现……

品田园纯净之鲜

自古贵山贵水出好茶。铜仁高海拔、低纬度、多云雾、寡日照，是茶树生长的天然“襁褓”，茶文化源远流长。过去，梵净山脚下的农人习惯埋头种植传统茶叶、中药材等，产品单一、创新不足，守着好物难增收。

2025年3月，习近平总书记在贵州考察时强调，要因地制宜发展现代山地特色高效农业，培育具有持久市场竞争力的特色主导产业。

理念一新，天地自宽。铜仁贯彻落实总书记重要指示要求，立足资源禀赋，强化比较优势，向特图强、向山求进、向效争先。

放大“特”优势，开辟新赛道。

走在铜仁街头巷尾，万物皆可“抹”。抹茶冰淇淋、抹茶伴手霜、抹茶啤酒等，正成为年轻人的消费新宠；抹茶音乐节、抹茶雅集、抹茶小镇等“抹茶+”场景，吸引各地游客前来打卡。

“与传统茶产业相比，抹茶消费场景更广，国际市场需求大，经济效益更突出。”铜仁市农业农村党组书记罗秀红说，铜仁瞄准消费新风口，集中力量打造中国新特产、黔东南单品。

一个“最大”，足以说明铜仁发展抹茶的决心。全球最大的抹茶单体精制车间，落地江口县。抹茶制作工艺要求高，从遮阴覆盖到超微研磨，每一道工序都有严苛标准。”贵州铜仁贵茶茶业股份有限公司常务副总经理华连著说，公司能生产出粒度过2000目的抹茶，远超国际标准。

去年抹茶产销量稳居全国第一。

传统茶产业焕然一新。江口县怒溪镇骆象村是一个土家、苗、侗等少数民族聚居村落，近年推动传统茶产业转型，7200亩茶园全部改成抹茶园，成为县里的“抹茶小寨”示范点。“农户每亩收入从之前的3000元提升到8000元以上。”村党支部书记网从汗说。切入抹茶新赛道，盘活茶园新价值。目前，铜仁抹茶综合产值突破13亿元，带动20万人就业增收。

一抹“抹茶绿”，抹出中国新特产、时尚新茶饮与农业新质生产力的代表，抹出“世界抹茶看中国，中国抹茶看贵州，贵州抹茶看铜仁”的产业新格局。全球每消费5杯抹茶，就有1杯产自铜仁。2025年，铜仁抹茶产销2500吨、出口1300吨，出口量全国第一、全球第二，被称为“中国抹茶之都”“世界抹茶超级工厂”。

一窝山天麻，打开中药材向大众消费品转型的新天地。德江县是“中国天麻之乡”，天麻综合产值近10亿元。天麻素含量高，以往仅作为初级药材低价销售，很难闯入大众市场。“如何保留药用价值的同时适配大众味蕾，是个难题。”德江县红品天麻产业发展有限公司研发部经理冉新说，公司前后尝试百余种方案，最终攻克口感改良瓶颈。如今，天麻变身成饮品、饼干、果冻等，从“论斤卖药材”变为“论克卖产品”，今年前4个月销售额逾600万元。

从无到有、从有到优，从深山僻壤走向全世界。铜仁抹茶、山天麻、黄精、鲜食玉米等一个个小单品日益成长为大产业。

挖掘“山”资源，创造高价值。铜仁山好水好，但生态优势并不能天然转化为产业优势。靠山吃山，如何吃得饱吃得好？需要因地制宜，因势利导。

山区用地拮据？善利天时，物尽其用。在印江县合水镇兴旺村稻耳轮作基地，菌棒在稻田里整齐排列。从前这里一年种一种季水稻。如今，利用水稻收割后的空窗期只种木耳，稻与木耳错季生长、无缝衔接，生态效益与经济效益兼具。“单种水稻亩产仅千余元，‘稻耳轮作’模式下，亩综合产值可达3.6万元以上。”合水镇党委书记李坤说。

山畜养低效？标准化、规模化养殖安排上。已有1600多年历史的思南黄牛，常在石缝中觅食、于山崖上攀爬，练就一身紧实肌肉。“传统黄牛零散放养不成规模，效益不高，我们就