

牢记殷殷嘱托
在推进中国式现代化建设中走在前列 乡村全面振兴·粤黔协作

广东省粤黔协作工作队毕节工作组纳雍小组： 从黔货出山到融湾共生 走出消费帮扶新路径

乌蒙山深处，一株红托竹荪从纳雍的菌棚里探出头来，经过标准化制棒、智慧方舱培育和广东飞地的生产，未来将更便捷地走进粤港澳大湾区市民的餐桌；玉龙坝镇武佐河畔，一颗糖度超过20度的红心猕猴桃，已拿到粤港澳大湾区“菜篮子”基地认证，直供珠三角商超。

这些山货出山的轨迹，正是广东省粤黔协作工作队毕节工作组纳雍小组（以下简称“纳雍小组”）在广州市天河区大后方的支持下，创新消费帮扶的生动实践——从“单向输血”到“双向造血”，从“卖原料”到“强链条”，从展会推介到“反向飞地”，一条跨越山与海的协作新路正在逐步铺开。

■采写:新快报记者 曾贵真 通讯员 黄 远 余建国
■摄影:新快报记者 王 飞 通讯员 黄 远



■纳雍小组引进广东企业到纳雍租用闲置大棚种植圣女果，商品输送大湾区，实现共赢。



■“粤黔携手·天纳同心”农特产品推介活动，让纳雍农特产品加快走进大湾区市场。



■纳雍小组积极推动纳雍农特产品走进今年的广博会。

1 平台搭桥 让纳雍好物走进大湾区

消费帮扶的关键，在于打通“产”与“销”的堵点。纳雍小组立足广州市天河区市场优势和纳雍县资源禀赋，以产销对接和展会平台为抓手，持续推动纳雍农特产品加速融入大湾区市场。

早在2024年6月，纳雍小组和天河区就在热闹的广州市天河区优托邦奥体店组织了一场“粤黔携手·天纳同心”农特产品推介活动。纳雍滚山鸡、竹荪鸡汤、高山茶、红托竹荪等特色产品集中亮相，非遗传承人的手工蜡染作品同步展出，让广州市民在家门口感受到来自乌蒙山区的风物之美。活动不仅实现了现场销售，更在两地间搭建起长期交流合作的平台。

2025年4月，天河区供销联社下属沙河供销合作社联合多家企业，与纳雍完成农产品产销合作签约，创新采用“政府引导+企业运作”的模式，整合纳雍面条、大米、油类、食用菌、鸡蛋等优质农副产品资源，依托“平台共建、渠道共享、品牌共育”的协作机制，打通从田间到餐桌的全产业链条。

在2026年第34届广州博览会上，纳雍小组联合当地商务局精心筛选六家代表性企业参展，辣椒面、酸菜、滚山鸡、贵州月饼等“拳头产品”一字排开。贵州雍福产业发展投资（集团）有限公司（以下简称“雍福集团”）相关负责人王春秀告诉新快报记者：“在工作组的推动下，我们每年都来赴广博之约，这个平台线上线下都能带来订单。”

从推介活动到广博会，通过产销对接，纳雍猕猴桃、红托竹荪、咖啡曲奇等农特产品一次次走进大湾区消费者的视野，品牌影响力持续提升。



■纳雍小组到广州天河花市为纳雍农特产品推广站台。

2 模式创新 “反向飞地”打通双向赋能通道

如果说展会平台是消费帮扶的“前台”，那么机制创新则是支撑其长效运转的“后台”。纳雍小组在实践中探索出的“反向飞地”模式，成为粤黔产业协作的一大亮点。

2026年8月，广州市天河区“反向飞地”共创空间正式启动，作为纳雍县级国有企业，雍福集团率先挂牌入驻。该空间由天河区供销社打造，采用“研发、展销、品牌在大湾区，生产、种养、加

工在协作地”的发展模式，集展厅展示、助农直播、共享办公、冷链仓储等服务于一体，为纳雍企业开拓湾区市场提供了“一站式”支点。

在食用菌产业领域，“反向飞地”模式的实践更为深入。纳雍借助天河区帮扶契机，依托国有企业贵州金蟾大山生物科技有限责任公司（以下简称“金蟾大山公司”），在纳雍境内打造粤黔协作现代农业产业园。同时在

3 产业赋能 从“卖原料”到“强链条”

消费帮扶要行稳致远，不能停留在简单的产品买卖，必须向产业链上游延伸，以产业升级夯实帮扶根基。纳雍小组的思路十分清晰：依托东西部协作资金和技术资源，推动特色产业从“卖原料”向“强链条”转型。

食用菌产业是这一思路的典型样本。金蟾大山公司围绕粤黔协作现代农业产业园，先后建成研发培训中心、林下种植基地、温室大棚和纳雍天河农

贸市场，将食用菌产业从种植延伸至加工、销售全链条。在近3000万元专项资金支持下，企业完成设备迭代，液体菌种技术落地，菌棒污染率稳定控制在5%以内，设计年产能达3000万棒。金蟾大山公司自主研发的四季出菇智慧方舱摆脱了传统大棚的季节束缚，累计获得19项授权专利，产品拿下粤港澳大湾区“菜篮子”基地认定和“圳品”认证，直供珠三角商超和餐饮渠道。

4 品质筑基 让“土特产”经得起市场检验

消费帮扶的可持续性，最终取决于产品能否在市场化竞争中站稳脚跟。在推动产销对接的同时，纳雍小组始终将品质提升和品牌建设摆在突出位置。

玉龙坝镇武佐河畔的红心猕猴桃，是品质取胜的生动注脚。这片300亩基地采用生草栽培、自制酵素浇灌的种植模式，已获得粤港澳大湾区“菜篮子”基地认证和绿色食品认证。合作社技术总监刘玉贤最自豪的是一组“甜蜜数据”：糖度20到21度，比普通猕猴桃高出3到5度；保鲜期15天，比同类产品多出一周。“只要客人现场尝过，十个人里有八九个都会买。”

然而五年前，这里还面临“藏在深山人未识”的困境。2020年，纳雍小组第一次走进基地时，正值挂果关键期却遭遇干旱，工作组立即协调资源修建蓄水池，保住了收成。此后五年间，工作组每年为合作社提供展销机会，推动广州金控集团、广州农商行、广州银行等众多企业累计采购约100万元果子，帮助销售红心猕猴桃20余万斤，直接助力基地增产增收200多万元。

纳雍小组介绍，目前正推动广州地

铁集团加大消费帮扶力度，进一步采购纳雍产品。此前，广州地铁集团通过合作公司售卖当地的苗绣刺绣等产品，每年消费帮扶产生的利润，反哺用于猪场乡学校的改造，促进了产业与民生多赢的结果。

在产品研发端，纳雍小组同样注重引入湾区智力资源。水牛奶咖啡曲奇饼干、核桃饼干等创新产品，由工作组引进广州绿野仙踪有机食品有限公司、天河区供销社，联合华南理工大学专家团队共同研发，雍福集团生产，广州供应链公司负责销售，去年8月上市以来销路持续向好。这种“广东研发+贵州制造+湾区销售”的协作链条，让纳雍农特产品在品质和品类上都有了质的跃升。

从一株红托竹荪到一颗红心猕猴桃，从一块咖啡曲奇到一罐自然滚山鸡汤，纳



■在纳雍小组和天河区的推动下，纳雍的红托竹荪优势产业将以飞地的形式发展到肇庆广宁。

纳雍小组与天河区的牵线搭桥下，与广东省肇庆市广宁县签订红托竹荪种植飞地合作协议，构建起“纳雍技术+广宁资源+联合运营+市场共享”的协作模式。双方形成“黔地供菌棒、粤地种鲜菇、两地共拓市场”的双向赋能格局。这一模式既打破了气候限制，又补齐了产业短板，将实现红托竹荪的全年稳定、便捷供货大湾区市场。

产业升级的红利直接惠及当地群众。金蟾大山公司自建厂以来，累计吸纳本地务工人员3000人，常年稳定用工300人，县域内推广红托竹荪种植超350万棒，建成171个标准化食用菌大棚和200亩林下种植基地，覆盖化作乡等多个乡镇。村民李发祥过去常年在外出打工，如今在产业园里负责起垄、放种、覆土，“在家门口上班，既能陪伴家人，收入也颇为可观”，李发祥说。

纳雍小组和天河区以消费帮扶为支点，撬动的不仅是产品的流通，更是理念的更新、技术的流动和信心的传递。纳雍消费帮扶的实践正形成一套可复制的经验：以东西部协作资金撬动产业升级，以展会平台和“反向飞地”打开市场通道，以品质认证和品牌建设提升产品竞争力，以联农带农机制确保发展成果共享。

“纳雍是珙桐之乡，是一座底蕴深厚、特色鲜明的‘宝藏小城’。纳雍好物来自乌蒙高山，值得被更多人看见。”广东省粤黔协作工作队毕节工作组纳雍小组组长，纳雍县委常委、副县长罗子龙表示，下一步将继续抓住其高海拔、纯天然、民族风味等特色，持续通过线上、线下各种平台加强推广，重点对接粤港澳大湾区消费端，讲好纳雍故事，让更多纳雍好物端上市民餐桌。