

□ 贵州民族报全媒体记者 宋兰

从“土坛”到“数智” 一碗酸汤的“科技跃迁”

600年前,安顺的乌江屯,旌旗猎猎,戍边军队分支在此屯军养马;600年后的今天,同一片土地上,一座占地14万多平方米的现代化工厂——南山婆生态特色食品工业园静静矗立。巨型发酵容器整齐排列,数智中控屏上数据跳动,一锅锅酸汤从这里出发,走向全国31个省市,远销美国、日本、德国等30多个国家。

从“进”到“出”,两个时代被一锅酸汤悄然串联,完成了一次延续。当年30万军民从江淮、中原“进入”贵州,保家卫国,扎根黔中;如今,以贵州南山婆食品加工有限公司(以下简称“南山婆”)为代表的贵州酸汤产业军团,从安顺“走出”大山,走向国民餐桌,走向世界舞台。

屯堡之“进”,一场文化的融合

时间倒回明洪武年间,30万大军从江南、中原、沿海等地跋涉而来,驻守安顺。将士们带着家眷,亦兵亦农,在这片喀斯特峰林间建起一座座石头寨,将明代的语言、服饰、习俗保留了下来——这便是今天被称为“明朝文化活化石”的屯堡文化。而屯堡人的灶台上,还藏着另一份来自千百年前中原等地的传承:食酸。

酸,在中国饮食文化中位列百味之首。屯堡将士们将这份味觉记忆从江淮带来,又与黔地的风物、饮食习惯相遇,毛辣果(西红柿)、辣椒、木姜子等与中原的发酵技法相融,经年累月,酝酿出一种全新的风味:屯堡酸汤。

屯堡酸汤以果蔬、草本、鲜花等丰富食材复合发酵为特色,酸味醇和、层次丰富,既保留了江南传统的发酵智慧,又融合了贵州山地的物产优势,是屯堡文化在饮食领域的典型代表。这一罐用土坛酿出的酸汤,在农家灶台一酿就是六百年,长期困于深山,未能走向更广阔的市场。

供应之“变”,从土坛到数智时代

2011年,福建省级非遗“南山婆草根膳食技艺”的第十代传承人包爱明带着对“以食养生”的理解,从福建来到贵州。她最初计划做餐饮,但在深入调研后,她做出了一个新的决定:扎根安顺,聚焦酸汤,做大益生菌发酵食品。

然而,传统酸汤长期困于“千家千味、坛坛不同”——品质不稳定、产能有限、依赖防腐剂,无法进入现代食品工业体系。南山婆的破题路径是成立南山婆食品研究院,对传统酸汤进行“基因解码”。

在贵州省工业和信息化厅、贵州省科技厅等部门的帮助下,南山婆携手中国工程院陈院士团队,并与江南大学、华南农业大学、华南理工大学、贵州大学等高校合作,建成贵州酸汤产业研究院、贵州省酸汤产业技术创新中心等9大科技创新平台,成功获批各类专利80多项,牵头或参与起草标准17件。

同时,首创“多种益生菌多重靶

向发酵技术”,让不同功能的菌株各司其职;研发“一键酿酸汤”数智化生产技术,将发酵过程从经验判断变为数据驱动;创新“植物+物理”多级核心保鲜技术,彻底告别防腐剂的依赖。

2025年,南山婆被国际权威认证机构弗若斯特沙利文认证为“全国酸汤产能规模第一”;2026年,弗若斯特沙利文认证南山婆酸汤销量居全国第一。

从产能第一到销量第一,这不仅是市场份额的变化,更意味着贵州酸汤第一次具备了稳定、大规模供应全国市场的能力。

2024年,南山婆贵州酸汤火锅底料成功入选首批“贵系列”品牌精品名单。此次入选,既是对南山婆产品质量和文化特色的认可,也为其下一步发展提供有力保障。

5月7日,南山婆获得全省首张生态特色食品领域工业互联网标识服务许可证,贵州酸汤正式接入国家工业互联网“数字身份证”系统,标志着发酵食品进入“数智”时代。

酸汤之“出”,构建极具竞争力的产业生态圈

2025年,省委一号文件明确提出“支持贵州酸汤产业技术创新中心建设”;《发酵酸汤质量要求》国家标准已获国家立项。安顺市亦明确提出建设贵州酸汤特色优势食品

主产区……

政策的东风与市场的浪潮交汇,为酸汤产业发展注入强劲活力。

南山婆的产品矩阵也从单一酸汤延伸至火锅底料、方便速食、特色酱料四大品类。爆款酸汤牛肉粉半年卖出600多万桶;与多家头部餐饮企业展开合作;产品远销美国、日本、德国、法国等30多个国家,可出口全球190多个国家和地区。

这锅酸汤的意义远不止于商业数据。在安顺马军屯周边的土地上,西红柿和辣椒按照南山婆的标准化要求种植,成熟后直接进入数智化车间。当地农民不再只是土地上的耕作者,更是这条产业链上的参与者与受益者。

“千军万马”的隐喻正在被重新书写:不再是戍边的将士,而是种植户、工厂工人、渠道商、餐饮店主、电商主播——他们是今天真正的“酸汤大军”。

从田间地头的标准化种植,到数智工厂的精细化酿造,再到线上线下及海外市场的广阔流通。如今,安顺以南山婆为龙头,正在构建一个极具竞争力的酸汤产业生态圈。

一锅酸汤,承载着六百年屯堡文化的味觉记忆,沉淀着非遗技艺的活态传承,更成为贵州乡村振兴和特色产业发展的生动注脚。



紫色花海 醉游人

贵阳市花溪区高坡苗族乡石门锦绣田园景区内,约三百亩马鞭草日前竞相绽放,层叠起伏,宛如一片梦幻的紫色海洋,吸引了众多市民游客前往观赏。

近年来,高坡民族乡依托“花海经济”推行“公司+村集体+合作社+农户”的发展模式,有效盘活沿线农家乐和民宿资源,让群众在家门口实现就业增收,走出了一条农旅融合助力乡村振兴的发展新路。

龙永/摄



(上接A1版)全市现有旅游客房10.82万间,床位17.26万张,四星级以上酒店实现县域全覆盖;培育特色民宿1600余家,建成省级及以上旅游度假区、乡村旅游重点村镇等优质文旅载体81个。省市两级联动强化政策赋能,省级层面布局乌蒙山区清凉避暑旅居示范带,市级层面出台旅居产业专项规划,明确行业配套标准,创新推出旅居贷、民宿贷等特色金融产品,降低市场主体投资成本,推动旅居产业规范化、规模化发展。

作为毕节市旅居产业核心板块,百里杜鹃花海旅居产业带发展成效显著,现有各类住宿经营主体766家,床位1.7万张。辖区康养旅居房源去化率稳步提升,省外购房旅居群体持续扩容,省外康养旅居购房增长率从2024年的15.98%上涨至2025年的29.58%。大量川渝、两广、湖南等地各族避暑群众长期旅居毕节,从季节性避暑的“候鸟游客”转变为融入本

地生活的“新市民”,在日常居住、消费、社交中与本地各族群众朝夕相处,实现邻里相亲、守望相助,夯实民族团结基层根基。

2026年避暑季期间,毕节叠加文旅惠民政策,在落实省级文旅联动优惠基础上,出台市级引客入毕专项奖励办法,设立多层次引客激励奖项,同步投放文旅消费券,覆盖住宿、餐饮、文创购物、景区游玩等全消费场景。以贴心政策、完善配套、优质服务等方式留住八方来客,为各族群众交往交流交融提供坚实产业支撑。

全域搭建交融载体 铸牢中华民族共同体意识

毕节是多民族聚居地区,彝族火把节、苗族跳花节等民俗活动底蕴深厚,撮泰吉、滚山珠等国家级非物质文化遗产独具特色,多元共生的民族

文化是毕节文旅发展的核心内核。

“响水滩音乐季”始终坚持以文润心、以乐聚力,把原生态民族歌舞、民俗文化等有机融入现代演艺舞台,打破传统文化传播壁垒,让各族文化交流活动在同台展演中相互欣赏、相互借鉴。2025年音乐季期间,各类民族文化互动展演活动覆盖数十万本地各族群众与外来游客,实现文化共情、情感共鸣。

以“响水滩音乐季”为主阵地,毕节构建全域联动、多点开花的民族文化交流活动矩阵,丰富各民族交往交流交融场景。2026年避暑季同步配套推出火把狂欢季,7至8月联动七星关、大方、威宁、百里杜鹃等多民族聚居区(县),开展火把巡游、篝火联欢、非遗展演、民俗互动体验等系列活动。同时各县(区)打造“一县一品”特色文旅活动,实现“周周有活动、月月有主题”,形成全域民族团结文旅活动体系。

此外,毕节统筹城区、景区、乡

村文旅资源一体化发展,打造集生态观光、康养旅居、民族文化体验于一体的精品旅游线路。推动民族文化传承保护、文旅产业发展、民族团结进步创建三项工作同谋划、同部署、同落实,让各族群众共享文旅产业发展红利,让游客沉浸式感受毕节民族团结浓厚氛围。

历经两年深耕,响水滩音乐季已从单一夜间演艺活动,升级为集品牌推广、产业引流、文化交融、民族团结于一体的综合性文旅平台。

“我们将持续依托21℃天然避暑气候优势,做强‘文旅+音乐+旅居+民族团结’融合发展模式,持续擦亮城市文旅品牌。”毕节市民宗委相关负责人表示,以山水为底色、以音乐为纽带、以旅居为载体,持续拓宽各民族交往渠道、丰富文化交流形式、提升民心交融温度,在全域文旅高质量发展进程中,持续绘就各民族手足相亲、守望相助的民族团结新画卷。

省民宗委办公室党支部等 联合开展主题党日活动

本报讯(沈闵宗)省民宗委办公室党支部、云岩区民宗局党支部近日联合文昌阁街道党工委开展“党建引领聚力 民族团结促发展”主题党日活动。

党员们先后走进八路军贵阳交通站旧址、中共贵州工委旧址,通过珍贵史料了解抗战时期各族群众同心救国、跟党走的奋斗历程,深化对“五个认同”的理解。随后,前往华家阁楼花田台美民族服饰文化企业,感受传统文化与

现代创意的融合,感悟“各美其美、美美与共”的内涵。最后,围绕历史文化街区保护、民族团结元素植入、基层治理提质增效等议题开展研讨交流。

大家表示,此次活动既是一次深刻的党性淬炼,也是一堂生动的实践教育课。在今后的工作中,将从历史记忆和榜样精神中汲取奋进力量,以实干担当为全省民族宗教工作高质量发展贡献力量。

2026年黔西南州科技活动周启动

本报讯(张凌)以“奋进‘十五五’科技谱新篇”为主题的2026年黔西南州科技活动周暨全国科技工作者日(黔西南)活动近日在黔西南民族职业技术学院启动。

启动仪式上,来自贵州锦丰矿业及黔西南州农林科学研究院、州中医医院、稀美资源(贵州)科技公司及晴隆县沙子镇第二小学的代表,围绕深部找矿、粮油增产、中医惠民、新材料攻关和青少年科普作联合宣讲,展现了科技工作者扎根一线、服务产业的风采。

活动现场同步举办科技创新成果展与产学研供需对接。成果展设置综合能源、资源精深加工等六大特色展区,32家骨干企业集中亮相,全方位展示科技赋能实体经济、特色产业转型升级的实践成效。供需对接环节成果丰硕,4家科研院所与企业达成合作签约,11位行业专家开展科技成果路演推介,打破成果壁垒、畅通合作渠道,加速优质科技成果就地转化。

科技活动周期间,该州还将持续开展科创成果巡展、科普知识讲座、校园科技体验等系列群众性科普活动。

从江县打造“会唱歌的从江”文旅名片

鼓楼音乐会唱得响亮

□ 刘绍波

夜幕降临,华灯初上,每周六、周日晚上8点,黔东南苗族侗族自治州从江县北上鼓楼广场歌声悠扬,乐声萦绕。

鼓楼音乐会,已是当地极具特色的文化活动,构建起家庭、学校、社区协同发力的民族文化传承链条,实现民族文化活态传承,让“会唱歌的从江”文旅名片愈发闪亮。

在5月16日的鼓楼音乐会现场,6岁的覃祥乐怀抱侗族琵琶,以稚嫩清脆的嗓音弹唱侗歌,娴熟技艺、自信的状态惊艳全场,成为音乐会登台年龄最小的表演者。“爸爸喜欢弹琵琶,妈妈喜欢唱歌,舅舅也喜欢弹琵琶,学校老师也在教我们,我就爱上了弹琵琶唱侗歌。”耳濡目染下,覃祥乐自幼对侗族音乐产生浓厚兴趣。

2024年,从江县文体广电旅游局发起鼓楼音乐会,每周由某村、社区或学校承办,对参演规模、演出时长、文化底蕴均有规范标准。多方助力下,音乐会越办越出彩,成为民族文化活态传承的生动缩影。

校园是民族文化传承的核心阵地。覃祥乐就读的美城社区幼儿园,将侗族琵

琶、传统歌舞、民族手工等非遗元素融入日常教学,常态化开展农耕体验、传统节日等特色活动,让民族文化浸润童心。社区是民族文化交融的重要载体。在美城社区红石榴民族文化传播所,各族群众齐聚于此共学歌舞,在相互交流学习中增进情谊、传承文脉。

“闲暇时,我们就一起来学习唱侗歌、学习民族文化,既充实生活,也感受文化传承的快乐。”传习所老师潘行香说。

如今,鼓楼音乐会已成为从江常态化展示民族文化的优质窗口,依托“非遗+节庆+文旅”融合模式,打响“会唱歌的从江”文旅品牌,成为带动地方文旅发展的强劲引擎。

从江县文体广电旅游局副局长赵成义介绍,“会唱歌的从江”品牌效应持续释放,实现文化传承与文旅产业双向赋能。2026年第一季度,从江县接待游客142.95万人次,同比增长12.75%;旅游综合收入15.08亿元,同比增长10.16%。

下一步,从江县将常态化办好鼓楼音乐会,丰富活动内容,提升演出品质,完善家校社协同传承体系,深耕文旅融合发展路径,让民族文化在传承中创新、在发展中焕彩,持续擦亮“会唱歌的从江”特色文旅名片。

我省巩固拓展 脱贫攻坚成果成效显著

(上接A1版)如何处理好传统村落保护与乡村发展的关系,黔东南苗族侗族自治州黎平县黄岗村给出了答案。

黄岗村是一个拥有800余年历史的侗族古村落,完整保存着420栋传统吊脚楼、5座鼓楼、1座风雨桥和510栋禾仓。该村坚持“以保护为前提,以发展促保护”,巧妙地将生态资源和文化传统转化为可持续发展的核心动力,实现了生态美、产业兴、百姓富的有机统一。

2025年10月17日,该村被联合国世界旅游组织评选为“最佳旅游乡村”,成为贵州传统村落活态保护与可持续发展的典范。雷山县西江千户苗寨通过“保护性开发”,在完整保留苗寨建筑风貌的前提下,发展文化体验、非遗传承、精品民宿等多元业态,2025年接待游客530.83万人,营业收入达5.91亿元,同比增长10.82%;荔波县瑶山古寨依托原生态的村寨风貌,可触摸的非遗体验,轻松自在的游玩氛围,吸引游客前往感受独属于瑶山的松弛与诗意,以更加丰富的业态提升旅游品质,持续带动客流增长。2025年景区接待游客41.24万人次,实现营业收入1381.53万元,带动500余名村

民在家门口创业就业……

良好的生态环境和人文环境吸引了八方游客,游客的到来又推动了基础设施改善,就业机会增加和群众文化自信提升,形成了“文化传承、产业发展、群众增收”的良性循环。

“十四五”期间,贵州把旅游业发展重心从追求游客数量转向“注重经营管理、丰富业态、提升服务”。成效持续显现:全省旅游人次和旅游收入年均增长超过10%。“避暑游”“康养游”“文化体验游”等新业态不断涌现。

取得成效之后,后续怎么干?进入“十五五”常态化帮扶阶段,贵州聚焦三个重点持续巩固拓展脱贫攻坚成果,全面推进乡村振兴:

一是筑牢精准监测防线,通过大数据自动识别预警,农民“一键申报”、基层干部入户走访等,确保及时发现风险、消除风险;二是通过产业发展促进农民增收,指导县域因地制宜发展富民产业,让更多农村群众就近就业、增加收入;三是建设宜居宜业和美乡村,学习运用“千万工程”经验,持续开展“两清两改两治理”,推进移风易俗。

贵州民族报 分类公告 登报热线: 0851-86616485 手机咨询 17885552577 (微信同号) 遗失、声明、公告 温馨提示:本栏目仅作为信息提供,不能视为承担业务及签订合同的依据。客户交易前请查询对方单位及个人相关资质文件及有效证件,本栏目不作为承担法律责任的依据。刊登前提供与内容相关的材料。