

■ 评论员观察

盎然绿色是幸福的底色

李海钦

良好生态是优美环境、是产业资源，也是乡愁记忆、文化载体。我们认识生态的价值，理应从更加立体的维度进行思考，看到生态与经济、社会、文化等各方面的相互作用，从而更加深刻地理解——优良生态环境是贵州最大的发展优势。

刚刚过去的2025年生态文明贵阳国际论坛上，多彩贵州的生态文明建设吸引了世界的目光。近年来，从主动植绿护绿爱绿，到不约而同的“生态行动”，再到“绿水青山就是金山银山”，贵州以绿色为根本，大力拓宽“两山”转化路径，让各族人民有更加可感可知的获得感幸福感。

大自然孕育人类，人对自然的认识了解、对人与自然关系的思索，是个长盛不衰的话题。良好生态是优美环境、是产业

资源，也是乡愁记忆、文化载体。我们认识生态的价值，理应从更加立体的维度进行思考，看到生态与经济、社会、文化等各方面的相互作用，从而更加深刻地理解——优良生态环境是贵州最大的发展优势。

良好生态环境是最普惠的民生福祉。全省森林覆盖率达63.3%，中心城市环境空气质量优良天数比率保持99%以上，主要河流出境断面水质优良率保持100%。从推窗见绿、满目葱茏，到临溪戏水、清凉度夏，碧绿的山、清澈的水，人们身处其中日日取用，青山绿水映照着贵州人民的“生态幸福”。

良好的生态环境是最厚实的获得感幸福感。好生态催生新业态，随着生态资源属性不断释放、比较优势不断彰显，藏在深闺的“自然珍宝”不断走到台前，生态优势不断转化为发展优势。避暑季“候鸟”人群纷至沓来，游客购房定居变“住客”，贵州“土特产”出山出海，绿色经济占比达48%……良好生态赋能产业发展，变成俏市的产品与服务，成为人们“幸福不

动产”“绿色提款机”。

生态产业化、产业生态化。贵州的优良生态成为山地特色农业的最有力支撑，成为贵州旅游最引以为傲的优势，成为白酒、食品、药材等特色产业最坚实的护城河，产业带来了就业，带来了商贸，带来了城市的繁华和乡村的红火。优良的生态让贵州不仅绿意盎然，产业发展同样生机勃勃。

良好的生态环境是情感的寄托、心灵的归宿。自然生态带来的价值，既体现为可量化的经济指标，也体现为无法用数字衡量的价值。作为“喀斯特”王国，全省1.3万多个行政村坐落绿水青山之间，成为历史记忆、文化认同、情感归属的空间载体。故土家园里，有中国特色的农事节气，有天人合一的生态伦理，有各具特色的宅院民居，有自然朴实的农业景观，有耕读传家的祖传家训，有邻里守望的乡风民俗。望得见山，看得见水，记得住乡愁。依山傍水的民居布局，小桥流水的乡村风貌，炊烟袅袅的田园景观……这些元

素构成人们心底浓烈的乡愁记忆，寄托对家园的深厚情感，化作人们心底的归属感与安全感，无形中引导人们思索人与自然的关系。

于是我们看到，有人驾一艘小船、在一江之上，30多年义务守护“母亲河”；有人以林为家、以树为伴，20多年来守护万亩林海；有人40年如一日义务巡河，实地查找污染源并手绘巡河图向职能部门提出治理建议……他们在享受自然慷慨馈赠的同时，主动守护自然山水。一个人的行为带动一群人，一群人的行动展现的是贵州始终如一的绿色坚守，持续不断壮大呵护生态环境的力量，进而实现青山常在、碧水长流。

盎然绿色是幸福的底色。发挥优良生态环境这个最大优势，需要我们以更加立体、更多元的视角理解人与自然的共生逻辑，更好地了解自身、了解生活的天地，真切体悟绿水青山如何造福千家万户。珍惜大自然所赠予的一切，才能更好地走向未来。

■ 多彩文评

让赛事融入山水点燃激情

金妮

贵州是赛事热土。今年下半年，贵州将围绕山地户外、夏训夏赛、“赛动黔景”“五色体育”等优势品牌，集中推出超2000场各类赛事，推动文旅体深度融合，持续向建设山地民族特色体育强省之路迈进。

近年来，“村BA”“村超”“村马”火爆出圈，马拉松、攀岩、桨板等项目参与人数连年攀升。这些赛事不仅点燃全民健身热情，更成为引流消费的强劲引擎。随着夏季清凉优势凸显，下半年密集赛事将

为贵州文旅体产业注入新动能。

热闹背后，更需冷静思考：如何让赛事流量真正扎根，让体育的炫、旅游的景、文化的魂深度交融，迸发出超乎想象的“黔”力？

用好山水，特色办赛。贵州的优势在山地、在生态、在民族文化。体育赛事不能是孤立的竞技，应该成为展示贵州山水风光、民族风情的一个鲜活窗口。要实现游客来看比赛，顺便就能领略到本地的自然与人文。重点要避免生硬的“贴标签”，

要让赛事本身就成为体验当地特色的一部分。比如，赛道设计能否串联起核心景区？赛场氛围能否融入当地民族元素？让参与者感觉“来比赛”就是“来旅游”。

赛事终了，体验不息。文体旅融合，考验的是配套和转化能力。参赛包里，要装进“文旅优惠券”，联动周边景点、民宿、餐厅和特色村寨，让赛事脚步自然延伸。比如，为参赛者和观众设计深度体验线路，将核心景区与赛事巧妙串联，提供赛后专属的文旅套餐。又或者，是否能在

赛场周边形成特色市集，集中展示和销售当地农特产品、手工艺品？让赛事成为引爆区域消费的“导火索”。同时，还可以鼓励参与者分享他们的“贵州赛事+旅游”故事，利用社交媒体放大影响力，吸引更多潜在游客，形成“参赛者即代言人”的效应。

打好“赛事经济牌”，释放文体旅融合效益，离不开完善的基础设施和优质的服务保障。既要持续投入完善体育馆、交通设施、住宿餐饮等硬件基础，更要重点提升管理水平和服务水平，为游客和参赛人员提供舒适、便捷的环境。

以赛事为引擎推动文旅体融合，方向正确、潜力巨大。关键在于融合的深度、体验的精度和转化的效率。让赛事的“酷”劲，转化为推动贵州发展的持久“黔”力。

近年来，我省深入实施整体提升卫生健康水平攻坚行动计划、深化医药卫生体制改革，加快促进优质医疗资源扩容下沉和均衡布局，逐步形成了覆盖省、市、县、乡、村的五级医疗卫生服务体系，医疗卫生服务的公平性和可及性显著提高，服务质量效率持续改善。此外，通过国家巡回医疗、省级医院帮扶等举措，优质医疗资源不断下沉，基层群众就医的可及性和便利性大幅提升，曾经困扰百姓的“看病远、看病难”问题正逐步改善。

这正是：
医疗卫生布新局，五级网络全覆盖。
优质资源下基层，就医便利上台阶。

(文/金妮)



在黔南州贵定县摆果村卫生室药房里，乡村医生细心整理药品。

贵州日报天眼新闻记者 潘德玉 摄

■ 图里有理



贵阳市南明区永乐乡干井村卫生室的乡村医生正在为村民测量血压。 赵松 摄

挖掘“土货超市”的多重价值

高刚

以建立“土货超市”为代表的生态农产品市场体系为抓手，构建起生态农产品价值实现机制，有利于乡村产业振兴和生态振兴一体推进，在提高农产品附加值的基础上推动兴业、强县、富民一体发展。

贵阳市观山湖区中铁阅山湖小区附近的“远山农产”门店，土猪肉、土鸡、土鸭、豇豆、茄子、辣椒、玉米、西瓜、豆腐等商品琳琅满目。在当天从遵义凤冈运来的40多个品种“土货”里，蔬菜还带有露珠，豆腐还留有余温。像“远山农产”这样的土货超市，在贵阳还有很多家，主要围绕“山”“土”命名，如“山边手工农产”“高山厨娘”等。

“土货超市”让市民吃得放心。农业农村部开展的国家农产品质量安全监测数据显示，2025年第一季度，抽检的蔬菜、水

果、畜禽产品和水产品4大类7526个样品，涉及102个品种和131项参数，合格率为98.3%。随着生活水平的不断提高，老百姓不但要求吃得饱，更要求吃好、吃健康、吃放心，对生态农产品的需求也就越来越强烈。从供给侧的角度看，市民想要购买到绿色生态的农产品不容易：要么买不到，要么在一些高端市场有，价格偏贵。而“土货超市”的开张，把店铺开在市民家门口，能够有效满足老百姓对“土货”消费的需要。

“土货超市”拓展生态农业的发展空间。生态农业，讲究绿色健康。支撑“土货”生产的要素之一是农家肥，农家肥主要由牲畜粪便堆积发酵而成，曾经被当做重要的肥料。而今，农家肥的弃用和化学肥料的过量使用，除草剂取代传统手工除草，这是当前农业生产的主要形态。化学肥料种植的农产品，产量往往更高，投入的劳力也更少。但是，消费者普遍反映用这种方式种植出来的农产品，“没有了以前

的味道了”。农民之所以不愿意花更多劳力开展生态种植，一方面是外出务工所带来的收益更高；另一方面，生态农产品在市场上并不能被清晰地辨认出来，从而影响其价值。于是，老百姓就不再愿意开展生态种植养殖。

在农村，不少农民的种植和养殖有两套体系：自己吃的年猪，是熟饲料喂养的，而喂来卖的猪，则用饲料喂养；自己吃的蔬菜，是用农家肥种植的，种来卖的则不然。“土货超市”的建立，使拓展了生态农产品价值的实现通道。在“土货超市”卖的“土货”，价格可以稍高，有了收益作为保证，农民也就更愿意生产“土货”，进而形成价值实现与生产意愿之间的互促互进、良性循环。

“土货超市”需要技术赋能、规范发展。支撑“土货超市”的核心是高品质的“土货”。“土货”从田间到餐桌的整个生态化生产流程需要技术赋能、规范发展。“土货”生产前端，需要加强种养循环技术的

研发，特别是要结合各地的资源条件和实际需要开发适宜的有机肥料；要加强对有机土地的认证和保护，对一些被污染的土地，要加强整治改良。“土货”生产过程，应以农民合作社为载体加强对生产环境的自我监督，严格按照生态的标准进行农业生产；充分利用信息技术，通过农产品溯源系统对农产品质量安全进行全程监管。

“土货”销售环节，要建立绿色农产品检测监督体系和标识管理制度，如可对“土货超市”进行绿色认证并颁发证书。建立“土货超市”标准体系和行业公约，一经发现所售产品不符合标准即取消证书，提升“土货超市”的公信力。

产业振兴是乡村全面振兴的基础和关键。以建立“土货超市”为代表的生态农产品市场体系为抓手，构建起生态农产品价值实现机制，有利于乡村产业振兴和生态振兴一体推进。

(作者系贵州省社会科学院文化研究所所长、研究员)

■ 青春论坛

回归“常识”是成长必修

谌喻

近日，中国青年报·中青校媒面向全国高校大学生发起一项问卷调查，共回收来自163所高校学生填写的有效问卷1389份，结果显示：89.27%受访者认为高校有必要开设生活类常识课程，81.19%受访者表示若学校开设相关课程，自己愿意选修。

生活类常识课程受追捧，反映出来的是，当代大学生与社会现实存在一定的“真空”地带。教育的目的从来不是培养“不食烟火”的专家，而是塑造能妥善安顿身心、从容应对的个体，填补“生活常识盲区”，实则是大学教育功能的回归与拓展。

或许有人认为，高校作为学术殿堂，主要是向学生传播科学文化知识，生活常识这类“鸡毛蒜皮”不该占用宝贵教育资源。还有人质疑，生活常识可在实践中自然习得；互联网时代信息发达，各种攻略一搜就知道，为啥非得要特地开一门课程来系统学？

然而，攻略五花八门，靠不靠谱得打个问号，社会也不会为年轻人预留无限的试错空间。租房遭遇黑中介、求职陷入招聘骗局，这些经历带来的不仅是物质损失，更可能消解青年奋斗热情。作为人才培养主阵地，高校有责任将生活的风险与挑战前置处理。

我们既要为此类课程开设而欣慰，也要清醒看到，若课程无法真正“接通地气”，课堂里的“租房要点”“医保流程”讲解难免沦为空谈；学生为学分而学，教师为任务而教，最终恐怕只落得一句“学了，仿佛又没学”慨叹，徒增虚名而无实在价值。

要让“生活常识课”真正成为成长必修课，还需要在教学内容设计、教学形态探索、教学人员拓展上多做些努力。如将数字安全、AI伦理等新兴议题纳入课程；如在场景模拟、社会实践等环节多花点心思；如邀请专家、企业HR和政府部门人员登台分享。

纸上得来终觉浅，绝知此事要躬行。常识之所以被称为“常识”，系统性学习固然紧要，但亲自探索、领会总结更为关键。我们期待，手持专业所铸“金刚钻”、生活智慧“十八般武艺”的青年勇敢走出校门，在摸爬滚打中增长见识、提升敏锐、磨砺成长。

心火既燃，无惧道阻且长

孔金美

鸟蒙腹地，群山绵延。从家到镇上，是摩托车半小时的颠簸之旅；从镇上到县城，是大巴车两小时的蜿蜒路程。这样的路，是成长的第一道足迹。高中毕业，我带着几分懵懂接触了新闻传媒专业。

系统的理论积淀和执着的实践摸索，让我逐渐触摸到新闻的肌理：它以声画为刃，剖解真实，铭刻时代。凭着一腔热血，我考入贵州师范大学攻读研究生，并用打工所得买了人生第一台相机——第一笔向未来的“投资”。研究生阶段，参与学校与复旦大学联合实践队的经历，让我得以与新华社、中国记协、贵州日报等业界前辈合作交流，在一次次实地拍摄与稿件撰写中，真正触及媒体的真谛。实习阶段，协助养老院退住的老人、帮助落入婚姻陷阱的殷先生等经历，使我深刻体会到新闻作用于现实、为民发声的力量；在一张张舒展的笑颜中令我确信，新闻不仅是高处的“瞭望塔”、也是扎入泥土的“开山镐”。

移动互联网时代，传媒行业面临诸多挑战，但心火既燃足以照亮前路，无惧道阻且长。山路未尽、步履未停，我将继续用文字、镜头和话筒，记叙磅礴黔山铺展的无垠画卷，以真心真情传递大地回响。

(作者系贵州师范大学传媒学院2023级研究生)

■ 院坝会

“以心换心”见基层治理温度

陈久菊

面对地质灾害威胁，4年间，紫云自治县白石岩乡岩上村两次搬迁，搬走40户192位村民，还剩下40户143人。今年以来，当地通过5次院坝会获得村民信任，最终说服大家安全撤离。从最初14户同意到40户全员签约，五场院坝会见证的不仅是数字的变化，更是基层治理中“以心换心”的生动实践。

当第一次院坝会上村民质疑“住了几十年都没事，为什么要搬”时，反映的是中国人安土重迁的传统心理。村民们难离故土，这是可以理解，也是必须尊重的。这个存在山体滑坡隐患的村寨，村民祖祖辈辈生活在其中，屋宇承载着难以割舍的乡愁。乡镇干部没有简单否定这种情感，而是通过未来四场不同形式的院坝会，让村民逐步完成心理调适。这种尊重，正是当地基层干部们用心用情的体现。

以理动人是打开心结的关键钥匙。大道理大家都懂，而要真的触动老百姓，下定决心搬迁，需要更加有力的说服。白石岩乡副乡长罗志江展开的地质监测图、播放的警示教育片、展示的航拍图像，构成了完整的说服证据链。特别是6月8日第三次院坝会上，航拍图显示的如狰狞伤疤横亘山体的裂缝，让村民直观认识到“命比啥都重要”。科学数据与可视化呈现的结合，让沟通更具说服力。

以情动人是破解难题的最后一步。6月19日第五次院坝会在已搬迁村民的新宅召开，这种以“实景推介会”的形式让村民感叹：这才像过日子的地方。身穿红马甲的党员干部每日一巡，从各方面帮助村民们适应新生活。计划将在新房附近发展产业，让搬迁户既安居又乐业。正是这些充满温情的细节，让政策落实既有力度又有温度，让村民们发自内心地点赞：干部们比我们想得还细。

再好的政策，也需要站在群众角度，用心用情做工作。基层治理既需要科学理性的硬支撑，也需要人文关怀的软实力。从晒谷场的第一次会议到村民新宅中的第五次会议，我们看到了这样的基层治理温度。