

## ■ 评论员观察

## 用好比较优势这把“金钥匙”

伍少安

发挥比较优势,资源利用才会产生最大效能,高质量发展才拥有坚实支撑。经过“十四五”时期发展的积累,贵州大地呈现出优势更优的气象。应当继续用好比较优势这把“金钥匙”,将各地、各行业的发展优势汇聚成为全省发展胜势。

“十四五”规划即将收官,这正是总结过往、展望未来的时候。整体上看,“十四五”时期贵州强化比较优势,大抓产业、大抓项目、大抓招商,推动全省经济社会发展取得新成就;分行业看,立足资源禀赋、产业基础、比较优势精准选择主导产业,创造性谱写了工业经济高质量发展新篇章;坚持因地制宜、发挥优势,推动现代山地特色高效农业取得新成效。从整体到局部,从全省到各州市,比较优势成为推动发展的“金钥匙”。

经济学家已经论证,一个企业只有生产自己优势产品,才能实现利益最大化;由此可以推导出,一个地区生产自己的优势产品,在市场经济中与他人合作,才能实现利益最大化。高质量发展的一个要义,就是要让资源产生最大效益。对于后发追赶的贵州来说,更需要“从全域谋划一域”,在全国大局中找准自己的相对优势,在积极主动融入大局中,把比较优势转化为发展胜势。

“富矿精开”是贵州发挥比较优势的典型案例。能源保障和安全,事关国计民生,是须臾不可忽视的“国之大者”。而贵州是蕴藏丰富矿产资源的宝地,有49种资源储量位居全国前十,其中的20种位居前三。贵州以“富矿精开”为抓手,加快推进磷、煤、铝、锰等优势矿产资源精深利用,矿产产业规模体量得到明显提升,优势矿产资源深加工产业集群和新能源新材料产业集群正在形成,以贵州优势在服务国家战略中赢得了贵州发展。

乡村振兴,产业兴旺是重点。贵州把

比较优势作为发展特色产业的立足点,加快推进农业“接二连三”。地处乌蒙山腹地的毕节市,利用森林资源优势,打造大方—七星关—赫章天麻产业带,林下仿野生天麻种植规模全国第一,2024年综合产值达40亿元。省级层面,主抓茶叶、辣椒、肉牛、中药材、食用菌、刺梨、竹、油茶和酸汤等特色优势产业,着力建设现代山地特色高效农业强省。大方天麻、遵义朝天椒、关岭黄牛等14个“贵字号”区域公用品牌入选全国农业品牌精品,辣椒、刺梨、李子、天麻、薏仁、太子参种植规模全国第一,特色农业成了农民增收致富的绿色银行。

贵州数字经济的勃兴,更是以“无中生有”锻造出新比较优势的范本。2024年,全省数字产业规模达到2549.4亿元,数字经济增速连续9年位居全国前列。当前,以数据为核心生产要素的新兴产业正加速崛起,《贵州省大数据发展专项资金支持数据产业重点发展方向(2025年

版)》等文件,将推动贵州构筑数字经济差异化优势,助力贵州在数据要素市场化配置改革中走前列。

经过“十四五”时期的发展积累,贵州大地呈现出优势更优的气象。“六大产业基地”正在蜕变成“六大产业集群”,产业之间还耦合出新的发展优势,“能源+算力”的双要素优势,显著增强了贵州的区域竞争力,“智能化+文旅”的双要素优势也吸引了投资商的目光。随着县域涌现出一批主导产业,农产品加工转化率迈上新台阶,“贵”字号精品品牌深受市场欢迎,特色优势产业比以前更具优势,建设现代山地特色高效农业强省有了更加坚实的基础。

发挥比较优势是一个地区遵循经济规律推动发展的必然要求。下一步,应当继续用好比较优势这把“金钥匙”,各县乃至各地都要有打造自己优势产业的行动,将各地、各行业的发展优势汇聚成为全省发展胜势,信心满怀地在中国式现代化进程中展现贵州新风采。

## ■ 产经观察

## 持续为旅游市场加温

金妮

多彩贵州四季皆美,全域可游。雷山苗年5万游客齐聚,三都“村马”全网浏览量破12亿,织金洞、黄果树等景区免票福利人气爆棚……这个秋冬季,贵州文旅市场持续升温,与往年相比,人气不断。

资源深挖是提升人气的核心底气。摒弃“靠天吃饭”的传统思维,贵州将散落的民俗资源转化为常态化旅游产品。苗年

巡游、芦笙会、侗年等非遗活动密集上线,“村马”等“村字号”赛事持续破圈,让秋冬季节有了独特的文化标识。同时,科技赋能让资源焕发新活力,“红飘带”的沉浸式体验、《仰欧桑》的实景演出,将自然山水与文化演艺深度融合,打破了季节对旅游资源的限制,让秋冬文旅既有“烟火气”又有“科技感”。

客源拓展是提升人气的关键抓手。贵州精准施策,推出“贵州人游贵州”“武陵山区域优惠”等差异化政策,既激活本地及周边客源市场,又吸引远方游客。线上线下联动的营销同样亮眼,抖音话题互动、文旅直播推广,让“秋冬游贵州”的邀约触达更广大人群。数据显示,雷山苗年带来5449万元旅游收入,而“村马”系

列活动更是创造了超百亿元的综合收益。

服务升级是提升人气的坚实基础。贵州以福利加码为切入点,景区免票、滑雪年卡、温泉联动等政策,降低了旅游门槛。同时,从研学团队接待到长者优惠门票,从旅游服务智能体到全域旅游配套,细节处的服务优化让游客体验感持续提升。优质服务与特色资源形成合力,让游客“愿意来、留得住、还想来”,为季节间的客流衔接创造了条件。

旅游市场的持续升温,是资源、客源、服务协同发力的结果。不断深挖文化内涵、精准对接需求、提升服务品质,才能通过提升人气实现“四季常旺”。

## ■ 图里有理



11月16日,贵阳市花溪十里河滩,众多游人前来赏景游玩。熊洪全 摄



↑11月16日,遵义市正安县谢坝乡上关村,游客拍摄古银杏树。赵永章 摄

气候是宝贵的资源。上周末,久违的阳光登场,市民纷纷走出家门投入大自然的怀抱。蓝天、青山、碧水、金林,编织成一幅绚丽多彩的油画。河水蜿蜒流淌,倒映着岸边树影,枫叶红、银杏黄错落交织,别有一番韵味。人们穿梭树下、走过水边、步入花丛,打卡留念,享受冬日好风光。

这正是:冬日复晴诗意生,山水相映趣自成。

定格瞬间忆长久,人入画中景色明。(文/李海钦)

医检结果互认工作正以互利互惠的模式,展现出强大的生命力。相信在不断探索和完善中,医检结果互认将在全省更多地区落地生根,让越来越多的患者从中受益。

近年来,贵州出台《贵州省进一步推进医学检验检查结果互认工作实施方案》等文件,涵盖了医学检验和医学影像检查项目,涉及医疗服务全流程。记者近日深入一线观察方案执行情况,从患者的切身感受,到医疗体系的积极变化,医检结果互认工作正以实实在在的成效,为解决群众看病难、看病贵问题提供了新的思路。截至目前,全省所有接入平台医疗机构通过平台共享调阅1328.47万项次,减少重复检查检验780.72万项次,减轻群众医疗负担12549.56万元。

过去患者在不同医院就诊,往往需要重复进行相同的检查检验,不仅增加了经济负担,还让患者多次奔波,耗费大量时间和精力。且重复检查造成了医疗资源的浪费,增加了医保基金的支出。贵州推进

医检结果互认改革以来,多地患者普遍无需再为重复检查而烦恼,费用负担明显减轻,就医体验得到改善。受访患者均对医检结果互认的成效表示认可,对医疗服务的满意度大幅提升。

医检结果互认工作赢得社会肯定,敢于创新是前提。省组出台了一系列详细且具有针对性的文件,明确了互认的范围、标准和流程,为互认工作提供了坚实的政策保障。打破医疗机构之间的壁垒,不仅在二级、三级医疗机构之间推进互认,还在二级对三级医疗机构以及城市医疗集团、县域医共体内部积极推动,形成了全方位、多层次的互认格局。

领先的智能与信息化技术,是医检结果互认取得可喜成效的重要支撑。搭建省级检查检验结果共享交换平台,推动各地平台与省级平台互联互通,实现数据的集

中汇聚和共享。各地也纷纷搭建特色平台,如黔东南州的“影像云”与“医技云”、黔东南州的州级共享平台等。医生在开具检查检验申请时,系统会自动提示患者有符合条件的互认报告,显著提升工作效率。信息化技术还为互认工作的规范化提供了保障,通过全流程质控体系,确保每一次互认都有迹可循、有据可查,让互认结果更加准确可靠。

在肯定成绩的同时,也要看到,不同地区、不同医疗机构之间的设备和技术水平存在差异,如何确保互认结果的质量和准确性,是需要持续攻关的难题。这需要通过完善相关制度和机制来加以解决。二级以下医疗机构结果互认还存在短板,基层受限于信息基础设施薄弱等原因,还存在互认盲区等,这些问

题均亟待化解。

医检结果互认不能孤立推进,应与其他医改措施形成合力。比如与分级诊疗制度相衔接,让患者在基层医疗机构进行检查检验,结果得到上级医院认可,提升家门口看病的便捷性。与医保支付制度改革相衔接,通过调整医保报销政策,提高医保基金的使用效率。按病种付费政策全面落实,过度检查得以根治,将大幅提升医患双方参与互认的积极性。当前多项重大医改齐头并进,将医检结果互认融入其中协同推进正当其时。

从互认中实现多方共赢,是过去的成功经验,也是未来的努力方向。医检结果互认工作正以互利互惠的模式,展现出强大的生命力。相信在不断探索和完善中,医检结果互认将在全省更多地区落地生根,让越来越多的患者从中受益。

(作者系医疗行业知名评论员)

## ■ 暖闻热评

## 英雄同框 信仰共鸣

湛晗

11月17日,“排雷英雄”杜富国等4位先进典型,走进云南华坪女高。孩子们喊着“哥哥姐姐好”,唱起《英雄赞歌》。合影留念时,张桂梅终究没有忍住,摘下眼镜,转身轻拭泪痕。“泪”洒当场的,还有一向坚毅的杜富国。(“丽江发布”微信公众号11月17日)

一个在滇西山区坚守四十余载,创办全国第一所全免费女子高中,照亮大山女孩梦想;一个在排雷场上喊出“你退后,让我来”,六个字展现铮铮铁骨,以血肉挡住危险。当“燃灯者”对话“守护者”,英雄和英雄同框、信仰与信仰共鸣在很多人心头泛起涟漪。

“好孩子,喝水了吗?吃饭了吗?身体怎么样?”“没问题的,我很好,什么都好”……视频中,张桂梅轻声询问杜富国,问答间,她声音几度哽咽,杜富国立刻用残缺的双臂尽力去抱她的双手。在声声叮咛中,杜富国红了眼眶,抬起左臂用衣袖擦了擦鼻翼。

热泪翻涌自难禁,今番英雄惜英雄。张桂梅、杜富国两位楷模奉献领域有别,初心别无二致。他们有血有肉、会疼会泪,正因如此,他们的坚强勇敢才更加可亲可敬。人们为这场双向奔赴的真心感佩,也因那质朴的关怀、难掩的心疼、相惜的温暖而深深动容。

没有什么财富,比英雄精神还要宝贵、还要长远。珍藏感动后,如何把对英雄楷模的敬慕转化为实实在在的行动?力量有大小之分,精神却无高下之别:平凡岗位上专注敬业,他人需要时搭一把手,时代召唤中多一点担当,这是对英雄精神最浓情质朴的礼赞。

## ■ 街谈巷议

## “主角”属于每个奋斗者

李海钦

近期,省委宣传部出品、全程在贵州实地取景的电视剧《乌蒙深处》,正在央视一套黄金时段热播。该剧以乌蒙山区“悬崖村”的蜕变历程为叙事核心,通过三组人物命运,全景式展示了乡村全面振兴过程中的奋斗故事。

艺术来源于现实,但高于现实。与虚构的作品相比,取材于现实的作品往往蕴藏更深沉的力量,观众可以从不同的视角找到现实的影子。剧中人物袁月亮,作为苗绣非遗代表性传承人,带领绣娘将“指尖技艺”转化为“指尖经济”,这是不少民族村寨的日常;麻青蒿回乡打造“来家串玩”民宿,恰是贵州民宿产业发展的缩影;袁富蒲坚守高粱种植、探索智慧农业,也在产业振兴中找到了现实回应。

身边的自然山水、非遗技艺、生活场景、发展实践等被改编、搬上屏幕,在黄金时段展示给全国观众。这无疑会激励、鼓舞广大扎根乡村、开拓进取的青年。时间的车轮滚滚向前,个体命运的变化、人生境遇的转折,无不令人感慨万千。

与剧中有名有姓的主角不同,在实践的舞台上,每个奋斗者都是“主角”。电视剧首播之后,不少观众感慨,“你上次学的蜡染派上用场了,我们支持你”“剧里演的都是我们家乡的发展变化,让我越看越明白:老祖宗传下来的非遗,就是富村富民的好法子”。由此可见,哪怕一部老电视剧,也会引发观众的不同思考与情感共鸣。

从现实到屏幕再回到现实,人们从剧中体会不同的收获。正是这份收获给予人力量,鼓舞和激励广大乡村的奋斗者,用智慧和勤劳开创更美好的未来。

## 发挥消费券的“乘数效应”

朱登芳

贵州省商务厅最新数据显示,前三季度,贵州紧盯春节、暑期、国庆中秋等重点消费节点,以“多彩贵州欢乐购”促销活动为抓手,先后发放普惠消费券、餐饮消费券、助商惠民购物季消费券,累计带动民生消费超20亿元。

消费券不是简单补贴,是从节点踩得准、投放瞄得精、使用管得好等多维度发力,让消费券发挥“乘数效应”,成为激活市场的精准杠杆。

节点踩得准,消费热得快。春节元宵发普惠券,瞄准年货采购刚需;暑期推餐饮券,契合避暑消费热潮。贵州节点发力,应季出招,每一轮发券都踩在消费“鼓点”上,让政策红利与消费需求同频共振。

精准投放,不搞“大水漫灌”。消费券发放讲究“盯紧民生、瞄准小微”。零售、餐饮是民生消费基本盘,也是中小微企业聚集地,贵州把消费券“主阵地”设在这里,既让群众花钱更划算,也让商家经营有盼头。

党的二十届四中全会提出,坚持惠民生和促消费、投资于物和投资于人紧密结合,以新需求引领新供给,以新供给创造新需求,促进消费和投资、供给和需求良性互动。

从长远看,消费券的真正价值,不仅是撬动消费数字,更是撬动群众持续消费的信心。未来,从短期提振走向长期拉动,不断优化精准度、丰富种类、严控规范,让“真金白银”的实惠激发人们消费意愿,信心一旺,消费活水自然长流。

## ■ 热点锐见

## 公文写作不能搞“拿来主义”

陈久菊

近日,澎湃新闻报道,内蒙古、青海、广西等地相继推进公文抄袭问题专项整治,直击机关公文“材料搬家”“旧稿翻新”等文风作风顽疾。这场整治行动向“拿来主义”亮剑,传递出公文抄袭绝非小事,刹利形式主义歪风的鲜明信号。

政府公文,是政策落地的重要载体。但长期以来,一些公文确实存在重复雷同,乃至直接复制粘贴、生搬硬套的问题,也闹出过抬头错误、地名错乱等不少笑话。

公文抄袭暴露了部分干部能力短板与责任心缺失。自己写不如抄材料,甚至水平和见识拼不过AI等现象,暴露出基层干部公文写作能力的不足。更有些干部存在应付了事的心态,这才发生了连地名都抄袭的可笑一幕。文风体现作风,公文“拿来主义”看似文字失范,实则折射出部分机关作风漂浮、懒政怠政,是“四风”问题的一种表现,严重损害党和政府公信力。

同时,一些地方过度重视材料,甚至产生了“材料厚度等于工作力度”的扭曲观念,导致基层干部疲于赶制。在“数量优先于质量”的考核导向下,复制粘贴成了省时省力的捷径。因此,整治公文抄袭,还必须持之以恒将基层减负落到实处。

这次多省区的专项整治,仅仅是起点。让原创成为底线,让务实成为常态,公信力才能在每一份严谨的公文中累积壮大。从改文风出发,推动作风转变,这才是整治公文抄袭的深层意义。