

■ 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，从全省到各市州，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加工，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，全省数字经济规模达到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”正在蜕变成为“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”，各县乃至各村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，全域旅游可游。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，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

旅游、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

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

医检结果互认将让更多患者受益

罗志华

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。省级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。

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，是需要持续攻克的难题。部分医生对互认工作可能还存在顾虑，担心因互认而承担不必要的风险，这也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结合，让患者在基层医疗机构进行体检检验，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

谌晗

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”，英雄与英雄同框、信仰与信仰共鸣在很多人心中掀起涟漪。

“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，他们的坚强勇毅才更加可亲可敬。人们为这场双向奔赴的真心感谢，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意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。剧中人物袁月华，作为苗绣非遗传承人，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；麻青高回乡打造“来家里玩”民宿，恰是贵州民宿产业发展的缩影；袁菖蒲坚守高粱种植、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，无不令人慨叹万千。

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”电视剧里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，哪怕同一部电视剧，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，鼓舞和激励广袤乡村的奋斗者，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。

党的二十大四中全会提出，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，消费活力自然长流。

■ 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，狠刹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合雷同，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来的可笑一幕。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。从文风出发，推动作风转变，这才是整治公文抄袭的深层意义。