

■ 评论员观察

一根“链”串起贵州开放新变化

毕制

在全球产业链加速重构的时代背景下，贵州的实践证明，内陆地区同样可以通过深度融入全球供应链，实现从“跟跑”到“并跑”的跨越。

贵州连续4年参加中国国际供应链促进博览会。在这场汇聚全球85个国家和地区企业的盛会上，贵州展位面积与参展企业数量双双创下历史新高。透过这个国家级平台，贵州向世界展示了数智科技与特色产业的最新成果。

不只是“去看看”，贵州真正把链博会当成了深度融入全球产业版图的机遇；一根无形的“链”，正悄然串起贵州扩大高水平对外开放的生动图景。

顺着这根“链”往深处看，贵州产业能级的升级令人眼前一亮。在链博会上，数智智能、智慧交通、边缘云服务、具身

智能、低空经济这些前沿领域科技，纷纷在贵州展区亮相。展台上，AI高尔夫机器人、康养机器人、无人巴士、超轻型飞行器一字排开，与刺梨、酸汤、都匀毛尖同台亮相，传统与现代交织出一幅贵州产业进阶的生动画卷。

依托国家大数据（贵州）综合试验区的先发优势，贵州算力规模已突破170EFLOPS，智算占比超过98%，上百个大模型应用场景落地生根。贵州不再满足于单纯“卖产品”，而是开始“链资源”，发力迈向价值链中高端。

这根“链”也悄然重塑着贵州的开放格局。身处西南内陆，贵州曾长期受制于地理区位，通过深度参与全球供应链合作，这片土地正把“内陆腹地”转化为“开放枢纽”。链博会为贵州打开了一扇精准对接全球供需的窗口，无论是中东市场的数字科技合作，还是面向非洲、东南亚的特色农产品出海，贵州企业正借此打通跨境供需链。前三届链博会达成的152个意向合作项目、超4300

万元总金额，表明贵州不再是被动等待辐射的内陆省份，而是主动嵌入全球产业分工的关键节点。

更为深刻的变化，来自全新的发展逻辑。传统发展模式往往追求单点突破，而贵州在链博会上展现的是一种生态共赢思维。产业链本质上是供需链，上下游就是协作链。贵州将供应链重塑为“共赢链”，强调大中小企业融通、产业链上下游协同。4年间，从江在中国贸促会的对口帮扶下，将瑶浴、生态大米等特产推向国际市场；刺梨、酸汤等特色农产品通过链博会精准对接京东等头部企业与海外供应链，在共建、共享中实现价值共创。贵州企业不再孤军奋战，而是通过融入全球供应链生态，获得持续发展的内生动力。

面对全球产业链重构与外部环境的不确定性，贵州以更加开放的姿态拥抱全球合作。连续4年参展链博会，规模逐年扩大，规格持续提升，体现出贵州融入全球供应链供应链大市场的坚定决

心。这种开放立足自身比较优势，以大数据、智能制造、特色农业为支点，精准嵌入了全球价值链的关键环节。

一根“链”串起的，不仅是产品与市场的对接，更是理念与格局的升级。贵州正以链为媒，让地理上的先天不足转化为开放合作的后发优势，把资源禀赋锻造成具有竞争力的特色产业，更在单点突破的基础上生长出生态共赢的系统思维，展现出一种更具韧性、更可持续的开放型经济发展态势。在全球产业链加速重构的时代背景下，贵州的实践表明，内陆地区同样可以通过深度融入全球供应链，实现从“跟跑”到“并跑”的跨越。

开放故事还在继续。从买卖产品到“链接”资源，从内陆腹地到开放枢纽，由单点突破走向生态共赢，这根“链”正在重塑贵州的产业逻辑。以“链”会友、借“链”聚势的选择，彰显出一种难能可贵的开放定力与战略清醒。

（作者系南方周末特约评论员）

■ 三言两语

开栏的话：

曾几何时，“天无三日晴、地无三尺平、人无三分银”道尽困顿，“夜郎自大”“黔驴技穷”写尽菲薄。这是贵州曾经的“三言两语”。

然而，今非昔比。新时代的“三言两语”，早已褪去旧意，焕发新声。撕掉“三无”标签，告别“自大”与“技穷”的旧话，生长出的是“自信”与“技长”的新意。今日贵州，已成为党的十八大以来党和国家事业大踏步前进的生动缩影。

本报评论版今起开设“三言两语”言论专栏。每期300字以内，以“三言”讲清一个改革逻辑，以“两语”道破一个现象本质。不求面面俱到，但求一言中的。

新官要算好两本账

陈毓钊

新官要理好旧账，要害在敢理。

上任接过的不仅是权力，更是责任。面对历史遗留问题，必须事不避难、义不逃责，一笔一笔清、一件一件办，绝不搞“击鼓传花”，更不能“击鼓传雷”。

新官不乱添新账，关键在于防止政绩冲动。

寅吃卯粮、贪大求洋，一时痛快，貽患无穷。当以百姓心为心，多出顺民意、惠民生实招，不翻烧饼，一茬接一茬，多做打基础、利长远的好事。

“铁打的衙门流水的官”，接棒时不避难，交棒时账目清。如此，旧账理清了，新账防住了，高质量发展之路也就越走越宽。

■ 热点锐见

“八小时以外”不是监督盲区

湛略

日前，长沙市联合调查组，就长沙市体育局干部彭某某占用他人车位引发纠纷发布情况通报。根据调查情况，7月11日，长沙市体育局决定给予彭某某停职处理，纪检监察机关已对彭某某相关问题开展核实处理。

一个车位，何以引发如此大的舆论波澜？表面看是邻里纠纷，实则戳中了公众对干部作风问题的敏感神经。

“八小时以外”向来被一些人视作“私人时间”，仿佛下班之后就可以不受约束。《中国共产党纪律处分条例》对党员干部违背社会公德、侵害群众正当权益的行为设置了明确惩戒条款。台上讲规矩、台下耍横气，上班讲服务、

下班搞特权，这样的“两面人”，群众看得最清楚，也最反感。

生活作风绝非个人小事、私人事，而是关乎党风政风、关系干群关系的大事。一个人在“八小时以外”如何对待陌生人、如何处理邻里纠纷，最能看出人品。一个人连基本的社会公德都守不住，连邻里权益都如此漠视，很难让人相信，也很难在工作岗位上真正服务群众。

小节不守，大节易失。这桩沸沸扬扬的停车纠纷也警醒我们，作风建设没有“下班时间”，要把规矩立在日常、把监督落在细微，让特权意识无处遁形，让清风正气充盈干部履职与生活的每一个角落。

自动续费当少些“算计”

权若青

近日，北京市场监管部门对一电商平台“低价噱头+隐形捆绑”行为开出罚单，将自动续费的“坑”摆上台面。有消费者发现，平台将“7天试用期满后自动转为25元/月会员”的关键条款使用了与白色背景高度融合的灰色小字标注，稍不留神就看不见，开通只需轻轻一点，想取消却得像走迷宫。

“免费试用”“一分钱体验”，听着就让人心动，真要点了可能就掉进了月月扣钱的“陷阱”。这种设计，本质上是利用信息不对称和用户疏忽牟利。那些故意藏得严严实实的灰色小字，非但成不了商家的“遮丑布”，反倒坐实了连哄带骗的算计。

从《网络交易监督管理办法》到《互联网平台价格行为规则》，相关法律法规明确要求进行自动续费

必须以显著方式提醒，并提供简便的取消途径。可规定写得再好，落不到实处，照样是一纸空文。面对这些换了马甲的坑人老套路，监管就该动真格，罚出“肉疼”感。

治理这一顽疾，不能仅靠消费者个人维权，必须压实平台责任，建立完善快速响应与严厉处罚机制，让违规成本远超违法所得，倒逼平台主动纠偏。应用商店、支付平台等也应守土有责，简化维权流程，让消费者找得到、退得掉，不给玩猫腻的人留空子。

商业行为离不开信任。要小聪明、给用户下套，也许能赚取眼前的会员费，但砸的是自家招牌，丢的是长远的人心。少挖坑，多铺路，每一分钱都花得明明白白，大家才敢放心下单。

■ 基层视角

街巷“赶路人”也是基层治理“合伙人”

陈久菊

在安顺市平坝区，一场场以心换心的恳谈会开得火热。从“进小区难”到“停车没地儿”，外卖员、快递员当面提诉求，职能部门现场答复。社区更是搭建“城市守护者微信联盟群”，通过积分兑换机制，吸引新就业群体参与社区治理。

骑手日均骑行数十公里，接触上百个社区点位，织就一张深入城市肌理的动态网，他们对城市运行中的痛点最为敏感。在各地实践中，有的骑手受聘担任食品安全监督员，成为治理“幽灵外卖”的利器；有的化身“民情速递员”，上报井盖破损、树枝挡路等隐患，成为基层治理网络中的重要节点。

用好这支力量，既要让他们愿意参与，更要让他们敢于参与。

愿意参与，靠的是双向奔赴。平坝区把关爱做在前头，跑累了有免费歇脚充电的场地，寒暑假孩子没人管，社区就开办托管班。这种“诉求有回应、件件有

着落”的态度，焐热了小哥们的心。“积分换实物”让顺手清理楼道垃圾、上报安全隐患获得回报，参与的积极性自然被激活，目前平坝已有上百人次新就业群体参与志愿服务。

敢于参与，需要机制赋能。在繁忙工作之余投身公益并非易事。尽管一些骑手身处第一现场，却因缺乏专业技能而信心不足；有的因顾虑送餐超时或用户投诉，难以暂停下来。针对这些“痛点”，有的联合消防部门开展培训，系统提升骑手应急技能；有的将基础急救纳入培训，形成第一目击者救援力量。消除后顾之忧，大家的社会价值才能得到更充分地发挥。

让“赶路人”成为基层治理“合伙人”，是全新课题。坚持共赢思维，把服务做在前头、把制度建在实处，这支穿行在大街小巷的流动力量，才能释放更大能量。

本版投稿邮箱：gzrbspb@163.com

■ 街谈巷议

给游戏“上锁”，更要给问题“开方”

李海钦

近期，网易游戏公布2026年暑期未成年人游戏限玩日历：2026年7月1日至8月31日，未成年人仅可在每周五、周六、周日20时至21时登录游戏。每周游戏时长在3小时内，游戏总时长严格控制在27小时。

假期里，学生脱离了学校的管理，而不少家长又忙于上班无暇照料，加之未成年人自控力不强，若不加约束，沉迷游戏的风险会显著提升。长时间盯着屏幕不仅影响

学习，更损害视力、打乱作息、滋生浮躁情绪。从这个意义上说，“游戏限玩日历”好似一把“锁”，锁住了游戏时间，划出了清晰的保护边界。

这把“锁”并非凭空而来。2021年，国家新闻出版署发布的《关于进一步严格管理切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》要求，网络游戏企业仅可在周五、周六、周日和法定节假日每日20时至21时向未

成年人提供1小时网络游戏服务。暑期“限玩日历”，不过是将这条规定从学期延伸到了假期，堵住了“放假就可以多玩”的心理。

然而另一个问题接踵而至，给游戏“上锁”之后怎么办？

“限玩日历”把游戏时间压缩到每周3小时，但省下来的时间流向哪里？如果只是从打游戏变成刷短视频或无事可做，“限

玩”的意义势必大打折扣。家长需要做的不是“把手机一收了事”，而是帮助孩子规划好假期，利用阅读、运动、社会实践、兴趣探索等丰富的活动填充时间空隙。

同时，社区、图书馆、体育场馆，能否在暑期提供更多低成本、高可及性的活动空间？学校能否设计更有吸引力的暑期实践项目？当现实世界足够精彩，虚拟世界的吸引力自然会下降。

给游戏“上锁”，更需要给问题“开方”。如今，“锁”已经挂上去了，“方子”能不能开好，决定了“限玩日历”究竟是权宜之计、还是成长契机。62天除去27个小时游戏时间，剩下的每一分钟，都需要家校共同作答。

■ 漫评

休息也是治疗的一部分

近日，多条吐槽医院晨间查房体验的短视频在社交平台引发热议。不少住院患者和陪护，早晨六点多就要收拾床铺、规整窗台物品，迎接早点的查房，睡不好觉。一边是患者想要安静休养、保障基础睡眠的需求，另一边是医院沿袭多年、关乎诊疗安全的晨间查房制度。只有以严谨制度守护健康，以温情细节优化体验，医患“双向奔赴”，才能让标准化的医疗秩序更有温度，实现诊疗安全与患者休养体验的双向平衡。

（图/徐小迪）

以场景转型激活消费新空间

金妮

消费浪潮迭代，各行各业都在重构供需匹配逻辑，白酒行业正在经历一场深刻变革。有资料显示，白酒的消费动机正从社交驱动转向悦己为主。“十五五”规划纲要提出，坚持扩大内需这个战略基点，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。贵州作为酱香型白酒的发源地和主产区，酱香酒产能占全国80%以上，是全省重要的支柱产业。创新场景、拥抱生活，才能守牢这一产业基本盘并拓展新空间。

行动方案系统部署了业态、产品、经营主体、宣传推广四大升级行动。明确到2027年，省级新增打造10个特色酒庄、10条美酒美食街区、5家高星级白酒体验酒店、10个特色酒馆，升级打造21个酒旅融合景区；到2030年，白酒消费场景矩阵全面成型。

从特色酒庄的“一日酿酒师”“酒庄品酒会”等沉浸式体验，到美酒美食街区向“可玩、可学、可购、可社交”的白酒主题空间转型，一系列具象化布局打破传

统售卖边界，把白酒从货架上的标准商品拉入可触摸、可参与的日常场景，让消费者从“路过买一瓶酒”变为“坐下来、待得住、记得住”。

从“卖酒”到“卖生活方式”是产业思维的深层迭代。过去，白酒行业的核心逻辑是扩产、招商、压货，一切围绕出货量运转。但如今，这套逻辑正在面临挑战。中国酒业协会提出，酒业不再局限于酿造，而是通过“酒+文旅”“酒+餐”等新模式打造沉浸式体验，通过拓宽消费场景来拓宽增量、缓解渠道库存压力。

贵州以场景矩阵重构白酒消费入口，正是对这种消费趋势变化的精准回应。行动方案提出，要推动酒企线上线下协同直营，重点引进在品牌运营、数字营销、沉浸式体验等方面具有核心竞争力的企业。同时，研发场景化白酒产品，开发适配不同消费场景的定制产品，依托贵州特色资源开发果酒、露酒等新品。这既是对产品供给侧的丰富，也是对消费需求侧的尊重。

当白酒消费从产品交易转向生活体验，其价值增长点将不再局限于生产端，而是向体验、服务等第三产业延伸，这既是深化供给侧结构性改革的选择，也为贵州构建现代化产业体系提供了有力支撑。

近日，贵州省政府办公厅印发《贵州省打造“卖酒向卖生活方式”转变升级版行动方案（2026—2030年）》，以场景创新为突破口，推动白酒产业从“卖产品”向“卖生活方式”转型。方案的出台，既是深入实施提振消费专项行动的具体举措，也是立足贵州白酒产业比较优势、深化酒业供给侧结构性改革的积极探索。

创新消费场景是扩大内需的题中之义。随着提振消费专项行动落地显效，消费已成为我国经济增长的主动力和稳定锚。从消费经济新视角看，消费场景不仅是交易的物理空间，更是连接供给与需求的情绪纽带。优质的场景能创造需求、引领风尚，这正是当前消费从“性价比”转向“心价比”的重要趋势。而“消费环境优”，很大程度上取决于消费场景是否丰富、是否贴近生活、是否让人愿意留下来。