◇开局起步“十五五”

发展文旅“一人公司”新业态

邓小海

当前，人工智能正加快推动产业组织形态与生产方式变革。一人公司（OPC，One Person Company）作为依托AI工具实现全链路自主运营的新型轻量级创业形态，正从数字经济领域加速向文旅产业渗透。文旅产业具有内容生产密集、创意属性突出、组织方式灵活的鲜明特点，与OPC低成本、轻量化的组织形态天然契合。立足贵州实际，把握文旅产业与OPC融合发展趋势，加快培育文旅OPC新业态，对于赋能贵州文旅产业高质量发展、激活创新创业活力、拓宽青年就业渠道，具有重要的现实意义。

顺应时代大势，深刻认识文旅OPC兴起的必然逻辑。OPC的兴起，是技术革命、产业变革与就业结构变迁三重逻辑交汇的必然结果。从技术逻辑看，生成式人工智能的突破性进展，使“超级个体”成为可能。AI工具能够承担文本创作、图像生成、视频剪辑、数据分析、营销分发等大量重复性专业劳动，显著降低内容生产的门槛与边际成本，让单个创业者得以匹配过去一个团队的能力。人工智能越普及，个体的生产力边界越被拓展，一人公司便越可行。从产业逻辑看，文旅产业正处于从资源驱动向内容驱动、体验驱动转型的关键期。旅游目的地的竞争，越来越表现为优质内容、特色IP和个性体验的竞争。无论是景区宣传、非遗传播，还是文创开发、研学组织，都高度依赖创意与内容供给。文旅产业这种“轻资产、重内容”的属性，恰恰为OPC提供了广阔的应用土壤。从就业逻辑看，OPC以低门槛、低成本、灵活度高的特征，开辟了轻创业新路径，让更多青年能够依托专业知识和AI工具实现自主就业、灵活增收。

立足省情优势，夯实文旅OPC发展的坚实基础。贵州发展文旅OPC新业态，具备得天独厚的条件。算力与数据底座坚实。贵州是全国重要的算力枢纽，贵安新区数据中心集群集聚了华为、腾讯等头部企业数据中心，算力资源丰富、成本优势明显。依托“一码游贵州”平台和贵州旅游行业大模型，覆盖“吃住行游购娱”全环节的数据要素体系初步成型，汇聚大量旅游资源、旅游商品、旅游服务企业等数据，为文旅OPC开展智能创作、精准营销提供了强大数据支撑。文旅资源与IP富集。贵州拥有“村超”“村BA”等现象级文旅IP，以及“黄小西”等文旅数字IP。升级后的“黄小西”AI智能体已入驻微信、高德地图等平台，服务覆盖重点旅游景区，部署落地酒店。丰富多元的民族文化、非遗资源、山地生态与乡村旅游场景，为文旅OPC提供了源源不断的创作素材。实践探索先行先试。贵阳贵安出台全省首个人工智能OPC全生命周期市场监管合规指引，推出18项便利服务措施、36条合规经营提示，从“准入—经营—退出”全生命周期提供更加精准、便捷的市场监管服务；贵州“模数工场”OPC社区揭牌吸引企业入驻，以极低租金和一站式服务降低创业成本；贵安OPC全球数字出海平台、贵安新区首期OPC训练营相继落地；全省已初步形成“制度引导、平台托举、社区孵化、出海赋能”的OPC发展生态，为文旅领域应用推广积累了宝贵经验。

锚定主攻方向，拓展文旅OPC应用场景。加快文旅OPC发展，关键在于找准场景、激活主体、畅通路径。聚焦内容创作与传播。鼓励文旅OPC深耕短视频、图文、直播等内容赛道，围绕山地旅游、民族村寨、非遗美食、避暑康养等特色主题，开展文旅内容创作与多平台分发，以“小而美”的个体创作丰富全省文旅内容生态，提升贵州旅游的线上声量与转化效率。聚焦乡村旅游运营。依托省级以上乡村旅游重点村镇和“村字号”IP矩阵，支持文旅OPC承担村寨宣传推介、线路策划、民宿管家、研学服务等运营环节，以轻量化的个体服务补齐乡村文旅运营人才短板，推动流量向县域消费转化。聚焦非遗文创转化。引导文旅OPC参与苗绣、蜡染、银饰锻造、制茶酿酒等非遗技艺的文创开发、数字化传播与电商销售，让传统技艺通过一人公司的灵活机制转化为可体验、可消费的旅游商品，实现文化传承与创业增收双赢。聚焦数字营销服务。借鉴雁荡山“文旅OPC”通过招募导游、大学生转型“超级个体”破解营销成本高、效率低的经验，培育一批掌握AI智能体工具的文旅数字营销服务商，为景区、酒店、旅行社提供内容代运营、智能客服、流量运营等专业服务，重构文旅营销生态。聚焦跨境出海拓展。依托贵安OPC全球数字出海平台和跨境一站式服务，鼓励文旅OPC面向国际市场创作多语种文旅内容、开发文创产品，讲好贵州故事、传播中国乡村之美，拓展文旅服务贸易新空间。

强化支撑保障，营造文旅OPC发展良好生态。加快文旅OPC发展，须坚持政府引导、市场主导、生态协同，健全全链条支撑体系。完善制度供给。总结推广贵阳贵安合规指引经验，围绕登记注册、知识产权、税务社保、数据合规等环节，为文旅OPC提供覆盖“准入—经营—退出”全生命周期的精准服务，探索工位号登记、沙盒监管等包容审慎监管方式，为轻资产创业筑牢制度保障。搭建平台载体。依托贵安新区、贵阳大数据科创城、贵州“模数工场”等载体，建设一批文旅OPC专业孵化社区，提供低成本办公空间、算力资源、AI工具包和专业指导，打造“订单池+算力扶持+政策配套”的成熟运营模式，让文旅OPC“拎包入驻、轻装上阵”。强化人才培育。深化产教融合、校企合作，在职业院校和高校布局AI文旅技能课程，开展文旅OPC训练营、创业大赛等实践活动，培养一批既懂AI工具、又懂文旅运营的“超级个体”，推动人才链、创新链与产业链深度融合。加大金融与数据要素支持。用好文旅产业投资基金、普惠金融工具，为文旅OPC提供创业担保、低息贷款等融资支持；进一步开放文旅公共数据资源，完善“一码游贵州”“黄小西”等平台面向个体创业者的接口与服务，让数据要素成为文旅OPC创新创业的核心要素。

文旅OPC是人工智能时代文旅产业组织形态的重要变革方向。应抢抓先机、乘势而上，以制度创新激发活力、以场景应用牵引发展、以生态营造夯实根基，加快培育壮大文旅OPC新业态，让更多“超级个体”成为推动贵州文旅产业高质量发展的生力军。

（作者单位：贵州省社会科学院）



贵阳市花溪区骑龙九道拐打造“咖啡+落日”文旅新业态。

张加林 摄（影像贵州）

◇大家理论

多维度展现多彩贵州文旅魅力

石金 王刚

习近平总书记指出，要进一步推动文化和旅游融合发展，发展全域旅游，把文化旅游业打造成为支柱产业。近年来，贵州以文化为魂、生态为基、创新为翼，以建设高品质旅游目的地为目标推进旅游产业化，打造“多彩贵州”文旅新品牌。

精炼文旅核心IP，构建矩阵框架。“村字号”IP火热破圈：“村超”“村BA”“村T”“村马”“村舞”等赛事活动，将乡村体育与民族文化有机融合，以群众性文体活动的强大感染力，成为乡村文旅爆点。都市系列IP活力四射：路边音乐会、城市马拉松、特色文创空间等特色内容，以多元魅力吸引着广大游客，为都市文旅产业注入全新活力。“黄小西吃晚饭”串联经典景区，尽显贵州自然生态人文之美。红色文化、民族文化等通过“红飘带”和《伟大转折》剧目、《多彩贵州风》文艺演出等创新形式，提升文化传播效能。目前，各大核心IP初步构建贵州文旅IP矩阵，为旅游高质量发展有效赋能。

加强IP规划，引领全域发展。当前，贵州各文旅IP呈现出蓬勃发展的良好态势，应该着力打造“多彩贵州文旅IP+多元主题IP+特色IP”的三级架构体系：立足贵州整体形象与文化精髓，提炼出具有广泛吸引力和辨识度的核心符号，强化多彩贵州文旅品牌形象；多元主题IP应整合经典景观、乡村文化、都市风貌、红色资源等特色元素，构建主题鲜明的品牌IP集群；特色IP则聚焦细分领域，挖掘小众亮点，注重打造沉浸式场景体验等内容，推动文旅产业向纵深发展。通过系统谋划全省文旅IP矩阵，引领旅游业协同发展，实现资源共享、优势互补。

打造特色IP，实现差异化竞争。应以特色为导向进行深度开发，形成“人无我有、人有我优”的差异化文旅核心竞争力。“村字号”系列IP着重打造极具乡土气息与民族文化魅力的旅游体验；都市系列IP则着重彰显城市所蕴含的蓬勃生机，多维度呈现现代都市的多元魅力；经典景观IP围绕自然生态风光做文章，进一步亮出贵州“山地公园省”的鲜明标识，同时积极创新挖掘剧情融合、徒步探险、极限运动等特色元素，为传统自然文旅体验注入新活力；地域文化系列IP以情景体验为关键抓手，借助科技创新、舞台创新、表演创新等形式，生动鲜活地呈现贵州深厚的历史文化底蕴。要通过差异化塑造各IP特色，多维度展现多彩贵州文旅魅力，精准匹配游客的个性化需求，全方位提升文旅的吸引力与美誉度。

促进IP融合，激发全域旅游活力。各文旅IP应积极打破边界，实现创意融合，为旅游发展开拓出更为广阔的空间。“咖啡+瀑布”“咖啡+桥梁”等打卡模式的火爆出圈，成为IP融合发展的鲜活案例。将消费场景植入生态景观，既满足都市人对“诗意栖居”的想象，又为自然风光注入时尚基因。“我在都匀当明星”沉浸式古风文旅活动，以“影视+非遗+节庆”为特色，让游客从“旁观者”变身“剧中人”，亲身参与“一镜成名”“飞天威亚”“隐藏剧情”等影视项目，实现了文化体验的价值转化。未来，应持续深入探索IP融合路径，为旅游注入源源不断的活力。

（作者单位：贵阳学院）

加快构建国家物流枢纽协同发展新体系

袁开福 肖增田 唐珂艾

习近平总书记指出，流通体系在国民经济中发挥着基础性作用，构建新发展格局，必须把建设现代流通体系作为一项重要战略任务来抓。贵州将国家物流枢纽建设作为服务国家战略、融入新发展格局的重要抓手，获批贵阳贵安空港型、陆港型、生产服务型、商贸服务型国家物流枢纽和遵义陆港型国家物流枢纽，六盘水国家骨干冷链物流基地。“十五五”时期，要以提升物流资源组织能力和产业服务能力为主线，加快构建分工明确、功能互补、衔接顺畅、资源共享的国家物流枢纽协同发展新体系，更好地服务贵州产业发展和高水平对外开放。

以制度创新破壁垒。要充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，以制度创新破除协同壁垒，以市场机制理顺利益关系，形成政府统筹引导、企业协同运作的枢纽发展格局。强化省级统筹，组建国家物流枢纽联盟，将国家物流枢纽所属的重点物流园区、运输企业、口岸平台和供应链企业纳入常态化协作体系，建立“货源共集、班列共组、舱位共享、利益共赢”的协作机制。围绕联合集货、共用箱源、协同开行等业务，按照货源贡献、设施投入和运营绩效分配收益，对短驳、调箱、仓储周转等共性成本实行约定分担，推动各枢纽由争夺存量货源转向共同培育增量市场。建立货源、运力、项目和问题清单，实行定期会商和跟踪反馈，促进业务协同、信息互通和利益协调。推动各枢纽错位发展、功能互补：贵阳陆港型枢纽重点发展国际班列、多式联运和区域分拨；贵阳生产服务型枢纽强化大宗商品和制造业供应链服务；贵阳空港型枢纽突出航空货运、跨境电商、医药冷链和高附加值产品运输；遵义陆港型枢纽围绕酱香白酒、特色食品和装备制造发展专业物流。深化与成渝地区、粤港澳大湾区及北部湾港协作，承接订舱、报关、箱务等服务功能，推动企业通过联盟获得线路匹配、订舱、报关、仓储和换装等一站式服务，实现一票货物省内集拼、手续协同办理，提升贵州面向西南腹地的货源集结能力。

以产业融合强支撑。推动枢纽与产业布局、园区发展衔接，实现“嵌入共生”。围绕重点产业绘制物流需求图谱，实行“一业一策、一企一案”，引导枢纽运营主体由仓储、运输、货代等基础业务，向库存管理、质量追溯和供应链服务延伸。针对白酒产业集群，研究制定“白酒专列”运输标准和服务规范，推动遵义集货、贵阳组班、粤港澳大湾区分拨，将包装、检测认证、展示交易和供应链结算等增值环节更多留在当地；针对磷化工、新能源电池及材料产业，完善专业仓储设施和专用箱配置，健全安全运输体系；针对刺梨、猕猴桃、蜂糖李等“贵”字号农产品，补齐预冷、分选、包装、冷链运输等设施和服务短板，降低损耗、缩短上市时间。同时，深化陆港与综合保税区联动，串联保税物流、流通加工、跨境贸易和结算服务；支持空港盘活存量空间，引入医药、生鲜、电商等航空货运适配型业态。通过“枢纽+产业”适配性评估和定制化物流方案，为企业提供覆盖原料采购、生产配送、成品分拨和市场销售的一体化服务，形成产业带动货源集聚、物流促进产业升级的良性循环。

以通道协同、节点补强畅循环。统筹“通道、枢纽、网络”建设，以通道资源整合提升运输组织效率，以关键节点补强夯实物流网络支撑。具体操作上，整合西部陆海新通道以及黔粤、中老、中欧、中亚等班列线路，依托枢纽联盟建立货源信息库，按照品类、流向、时效和成本匹配线路、舱位和箱源，在重点园区布局集装箱公共提还箱点，合理配置前置空箱，减少跨区域调箱和车辆空驶。加强公路、铁路、航空等运输方式的设施衔接和规则协同，推广“一次委托、一单到底、一箱直达、一口报价”的多式联运模式，培育承担全程运输责任的多式联运经营人。聚焦改貌口岸、黔北（遵义）物流园等关键节点，分类推进存量设施改造，提升改貌口岸仓储、堆场和中转换装能力，盘活围网区闲置设施。统筹改造仓储、堆场、铁路装卸线和公铁换装平台，减少短途倒运和重复装卸。明确贵阳空港、贵阳综合保税区、遵义综合保税区功能分工，发挥航空货运、保税物流、跨境电商、报关和国际分拨作用，推动开放平台与国家物流枢纽、重点产业园区和国际物流通道衔接，使企业就近完成集货、申报、换装和转运。健全以物流降本和产业带动为导向的评价机制，将评价结果作为项目安排、资金支持和政策优化依据，引导资源向协同效益突出、产业带动明显、运营模式可持续的枢纽项目、通道项目和物流主体倾斜。

以数据互联增效能。发挥数字基础和应用场景优势，构建全省物流“智慧大脑”，促进货源、运力、仓储、线路和通关服务高效匹配。统筹建设物流枢纽信息协同平台，统一货源、运力、仓储、班列、舱位、箱源、通关等领域的数据标准和接口规则，明确公共数据开放清单、企业数据授权边界和安全责任，打通枢纽、园区、铁路场站、航空货站、口岸平台及企业系统之间的数据壁垒。合理划分公共平台与企业平台功能，前者重点承担信息归集、资源查询、供需匹配、运行监测和公共服务，后者承载订单管理、运输调度和客户服务。围绕企业需求，开发联合集货、智能配载、仓储调度、线路比选、单证办理、全程查询和成本分析等功能，建设移动端和企业端应用，实现一站式下单、单证自动流转和货物全程追踪。在提升物流资源配置效率和公共服务能力的基础上，稳妥开展信用评价，拓展供应链金融、保险和风险管理等增值服务，更好满足企业降本增效和融资发展的需要。

（作者单位：贵州财经大学）

打通山地特色农业价值实现链条

王凯

2025年3月，习近平总书记在贵州考察时指出，要因地制宜发展现代山地特色高效农业，培育具有持久市场竞争力的特色主导产业。这一要求点明了贵州农业现代化的特殊路径，立足山地特色，做精做优现代山地特色高效农业。经过多年培育，辣椒、刺梨、李子、天麻、薏仁、太子参种植规模居全国前列，茶叶、中药材、猕猴桃稳居全国第一方阵，12个农业特色优势产业撑起贵州现代农业的骨架。品质家底持续夯实，都匀毛尖、遵义朝天椒、关岭黄牛、修文猕猴桃等入选全国农业品牌精品培育计划。下一步，要从品牌、加工、流通、装备四端发力，打通“贵”字号农产品价值链条。

农业产业的市场竞争力评价趋势：品牌溢价、加工增值和到手收益。消费端，城乡居民需求分层加快，越来越多消费者愿意为可溯源、有故事、品质稳定的产品支付溢价，这为山地产区打开了靠品质取胜的空间。产业端，加工产能向县域集聚，农产品增值环节正在从城市回流到产地，把增值收益留在县域的可能性显著提高。流通端，冷链与数字平台让远山不再遥远，2025年1月至11月，全省农村网络零售额达253.67亿元、同比增长32.81%，山间时鲜得以在更短时间内抵达更远的市场。把这些趋势串起来看，价值实现不只是产业链末端的一项销售技巧，而是贯穿产前、产中、产后的系统性能力，是品牌、加工、流通、装备四端共同作用的结果。四端之间是一条链条上的四个环节，各有分工又彼此咬合。品牌定价值，解决优质不被识别的问题；加工创价值，解决原料低价外流的问题；流通保价值，解决好产品在运输途中损耗的问题；装备与数字稳价值，解决品质波动导致标准落地难的问题。链条的强度取决于最薄弱的那一环，任何一端缺位，其余三端的投入都会打折扣。这正是打通价值实现链条必须多端协同发力的道理所在。

做优品牌是生态稀缺性转化为市场溢价的载体。我省不少产品品质过硬，要打破“养在深闺人未识”的现实困境，症结往往不在品质本身，而是要在被看见、被认可、被信任三个环节上下功夫。被看见，需要把单品推介与产区故事结合起来，用好电商直播、展会平台和赛事流量，让好物与消费者高频相遇。被认可，需要建立公开透明的品牌价值评估与发布机制，让品质有可比较的衡量尺度，避免各说各话。被信任，则需要健全质量标准与全程追溯体系，让消费者买得明白、吃得放心。更基础的一层，是理顺区域公用品牌的管理与授权机制，强化品牌运营，推动头部精品、中坚名品、特色单品协同发力，让分散的品牌形成合力。

做强精深加工是价值实现链条上的增值关键。积极发展农产品加工业，优化产业布局，推动农村由卖初级农产品向卖制成品转变，把增值收益更多留在县域。对贵州而言，发展精深加工意味着从卖茶青转向卖抹茶、新茶饮原料，从卖活牛转向卖精细分割的冷鲜牛肉、牛肉制品等，让增值在加工环节延长。“农头工尾”的增值逻辑意味着加工产能要向产地和县域下沉，通过初加工、精深加工和综合利用让县域既提供原料也分享利润，把更多产值利润留在产区，而不是只承担种养这一低收益环节。茶叶、辣椒、刺梨、中药材等优势品类各有各的加工路径，共同方向是补齐初加工、做强精深加工、推进副产物综合利用。农文旅融合则打开了另一重空间，用好“村超”“村BA”这类现象级文旅体活动和重点景区的巨大流量，把旅游线路与体验场景变成“贵”字号农产品的展示平台，游客就成了品牌最自然的传播载体。

做好储运流通决定商品价值能快速抵达实现。农产品从田头到餐桌要经过的工序环节多，产品保鲜、降低损耗是必须要做好的功课，产地预冷因而成为产品储运流通整条链上性价比较高的投入。把建设重点向田间地头前移，在产业基地配套预冷、仓储保鲜和分拣包装设施，让果菜在最短时间内进入适宜储运状态，是产品保鲜、减少损耗最直接的抓手。长远看，依托国家物流枢纽提升集散能力，在重点消费市场布局营销窗口和前置仓，推动单品出山由散装零担升级为批量直发，能让“贵”字号农产品在销区更有议价底气。往细处看，深化农村客货邮融合，畅通快递进村与电商上行，让分散的小农户也能稳定接入大市场，价值实现的链条才算真正延伸到末端。

做强品控是溢价前提，特种装备与数智赋能双向协作。围绕辣椒、刺梨、中药材等优势品类，组织省内科研院所与农机企业联合攻关，同时发展农机社会化服务，把分散小农户纳入标准化作业体系，是提升农资使用效率的现实路径。数字化转型更多在于让标准可执行、让品质可验证。要把已有的农业数字化平台向新型经营主体和小农户延伸，用数据模型辅助种植决策和病虫害预警，发展数字化分级分选让好产品按质论价，完善质量安全追溯实现从田间到餐桌的可视化，品质就有了稳定的技术底座。装备与数字技术只是手段而非目的，其服务的始终是品质的稳定与标准的落地。

品牌、加工、流通、装备四端协同发力，说到底是为了让农户在产业链上获得更稳定的收益，让优质与优价在一条完整的链条上形成良性循环。把这四端打通，既是高质量发展的内在需要，也为全国丘陵山区提供一份可参照的方案。

（作者单位：贵州理工学院）

本版责编：陈翔 张莹 杨春凌 王瑶 版式设计：蔡桂莉