

■ 评论员观察

黔货贵品出山出海要做好品牌叙事

金妮

从深山走向世界，黔货贵品的进阶之路是“两山论”的生动实践。品牌有故事、通道更畅通、创新不停步，贵州正以“出山出海”的铿锵步伐，书写从资源优势向市场胜势转化的时代答卷。

消博会作为我国唯一以消费为主题的国家级展会，既是全球精品的展示窗口，更是区域经济开放的“风向标”。今年，贵州26家企业携酒类、茶叶等百余件特色产品亮相，在高规格平台上开启“出山出海”新征程。如何让黔货贵品走得更远、卖得更好？破题之道值得探究。

立足本土特色，锻造“贵”字品牌。品牌建设是“黔货出山”“贵品出海”的基石。贵州依托得天独厚的生态资源，将酱香白酒、都匀毛尖、刺梨、天麻等特色产品转化为具有市场竞争力的品牌资产。在消博会上，来自贵州的非遗苗药浴、膏贴、养生茶等产品吸引众多客商驻足。参展企业将苗医文化与现代康养结合，打造出“泡、灸、贴、养”一体化服务模式，成为贵州中医药

产业“出山出海”的缩影。

类似的实践在贵州并不鲜见：刺梨从山间野果变身分子精华饮品，苗绣从传统手工艺升级为时尚奢侈品，天麻、灵芝通过生物科技转化为速溶滋补品……这些产品背后，有“贵州老字号”“高新技术企业”“专精特新”等品牌标签的加持，也是“原生态+科技赋能”融合模式的探索。

今年3月，贵州省农发集团发布省级优质农产品渠道品牌“贵品”，涵盖“贵精品、贵独有、贵优选、贵技艺、错峰鲜”五大类，首批认证21家企业，涉及肉牛、茶叶、辣椒等核心品类，并在广东、重庆等地增设557家品牌门店。区域公共品牌的集群效应进一步强化了品牌势能，“组队出山、抱团出海”，将地域文化转化为品牌叙事，进一步提升贵州农产品整体形象、规范农业品牌建设发展，强化了贵州产品的辨识度。

打通山海通道，构建开放网络。“出山”与“出海”，不仅是产品的流动，更是通道的贯通。近年来，贵州交通实现了跨越式发展，高速公路、铁路、航空等交通网络日益完善，成为西南地区重要的交通枢纽。交通优化降低了物流成本，使得农产品能够更快

速地运往全国各地。与此同时，贵州积极拓展国际物流通道，加强与沿海港口的合作，开通了多条海铁联运班列，为“黔货出山”“贵品出海”提供了便捷的物流路径。在销售上，除了传统的线下销售渠道，数字经济为“黔货出山”“贵品出海”插上了腾飞的翅膀。通过大力发展农村电商，借助直播带货、电商平台等，黔货贵品更顺畅地抵达消费者手中。

今年3月，贵州首次通过冷链物流向中东出口生鲜大蒜、生姜等农产品，12天的海陆联运将“黔味”送上中东餐桌。这一突破得益于贵阳综合保税区优化的通关流程与定制化温控方案，彰显贵州从“借船出海”转向“自主扬帆”。而在消博会上，贵州企业通过首次设立的外贸优品专区，将天麻、刺梨分子精华推向国际市场，也在进一步借助展会的“通道”价值。

创新驱动发展，激活可持续动能。加速“出山出海”，离不开科技与模式的创新。近年来，贵州利用大数据、物联网等技术，提升农业生产的智能化水平，实现农产品从种植、养殖到加工、销售的全过程质量追溯，保障产品质量安全。例如贵州绿茶利用物联

网技术，实时监测茶园的土壤湿度、温度、病虫害等情况，精准制定植保和采摘管理方案，提高茶叶品质。在营销手段上，除了传统的广告宣传，还充分利用新媒体平台，开展内容营销、社交营销等。此外，积极探索跨境电商新模式，借助海外电商平台，将黔货贵品直接推向国际市场，拓展国际消费群体。

可持续与延伸产业链价值链是“黔货出山”“贵品出海”的发展目标。实现持续性发展，必须建立稳定的产业供应链，加强农业产业基础设施建设，提高农业生产的抗风险能力。同时，注重人才培养，培育一批懂农业、懂市场、懂营销的专业人才队伍，为产业发展提供智力支持。此外，还要加强产业集群建设，围绕特色农产品，发展上下游配套产业，形成完整的产业链条，实现产业的规模化、集约化发展。

无论国际市场如何风云变化，黔货贵品出山出海的步伐始终坚定，以品质赢得市场，以开放助推发展。从深山走向世界，黔货贵品的进阶之路是“两山论”的生动实践。品牌有故事、通道更畅通、创新不停步，贵州正以“出山出海”的铿锵步伐，书写从资源优势向市场胜势转化的时代答卷。

■ 多彩文评

留下我们的根与魂

李海钦

日前，“乡愁印迹——贵州村史村事”展示平台上线。登录平台，只要动手指就能了解1175个村寨的村落简介、民俗趣事、文物古迹等详细资料。今年内，待全省13695个行政村基础信息被搬上云端，人们在线上就可“云游”万村。

乡村，是国家地理版图的基本单元，是历史记忆、文化认同、情感归属的空间载体。每个村庄，都是一代代村民在历史变迁中用勤劳、智慧、善良、拼搏塑造而成的乡愁故园。

一个村有一个村的历史，一个村有一个村的故事。我省拥有国家级历史文化名村16个，省级历史文化名村15个，“中国少数民族特色村寨”312个、“中国传统村落”757个、省级民族特色村寨1328个，更散落着成千上万个自然村落。村寨里，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。

地理气候、人口民俗、历史沿革、文物古迹、发展大事……村史村事多角度展现了过去与现在，打开了一扇村外人认识了解的窗口。成长记忆、童年往事、轶闻趣事、拼搏足迹……村史村事连结着历史与未来，寄托着村里人对故土的深情。

村史村事洋溢着浓烈的乡愁，也蕴藏着创新创造的“密码”。火爆全网的“村超”“村BA”有时代的创新，也有历史的传承，新近“出圈”的“村马”“村T”同样如此。今日之事，即为明日之史。历经农耕文明千年的淬炼，今天的乡村正阔步走向全面振兴，新的“村史”不断被记录，新的“村事”不断被书写。13695个行政村就是13695帧影像、13695篇故事，每个村庄的历史故事汇聚起来，将勾勒出乡村全面振兴的壮美图景。

“乡土文化的根不能断，农村不能成为荒芜的农村、留守的农村、记忆中的故园。”去年，“乡愁印迹——贵州村史村事征集”主题宣教活动启动；今年，“乡愁印迹——贵州村史村事”展示平台上线。从征集到展示，从“口口相传”到“文字记载”，存史留痕、记事润心，同铸村庄根与魂，勃发乡村力与美，将照亮乡村全面振兴的浩荡征程。

■ 图里有理



多彩流光在崖壁间流转，水雾蒸腾的黄果树大瀑布瞬间化作360度环形光影剧场，老景区跨界解锁新玩法；拥有600多年历史的安顺古城，在保护与创新中绘制出“明朝版的清明上河图”；这头阿婆手持银针绣花鞋，那头演武堂铜锣炸响，也堡旧时光被唤醒……文旅深度融合，丰富旅游产品业态，让游客沉浸式领略深厚的历史文化底蕴和蓬勃发展的旅游活力。

这正是：春日黔中景色娇，文旅创意眼前耀。开放自信迎客来，多彩贵州展新貌。

文/陈久菊

←天龙屯堡非遗体验表演——高台地戏。
贵州日报天眼新闻记者 李海钦 摄

↓安顺古城夜景。
贵州日报天眼新闻记者 范力 摄

■ 产经观察

给每块土地配上对的种子

湛晗

在乌蒙山腹地的毕节威宁，一颗洋芋正托举产业新希望：高淀粉型、低淀粉型、鲜食型、加工型、并用型；威芋3号、威芋5号、威芋7号、米拉洋芋、青薯9号。两组分类，前者是类型，后者是品种，照见威宁洋芋花样翻新，更见证现代山地特色高效农业的生动实践。

花样翻新背后，藏着现代农业的辩证法。从“米拉洋芋”到“威芋7号”，不只是名称迭代，更折射出发展思维的跃迁：从“有啥吃啥”到“要啥种啥”。鲜食薯进超市、加工薯送工厂、低淀粉型闹低价健康赛道……一颗土豆裂变成多重身份，土地还是那片土地，种法变了，价值自然就被激活了。

土里长出的从来不止有吃食，也可以是叫人腰杆挺直的话法。过去，高寒山区强日照，被视为威宁农业发展的短板，而今，立足土地特性，科研院所专家扎根田间培育出抗寒薯、耐旱薯，让不同山头对号入座种洋芋；对接市场需求，建立洋芋交易市场搞批发、触网直播卖零单，市场短板加速补齐。

“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”，期许深远的命题，自当拿出守正创新的解法。从威宁看全省，做好“土特产”文章，我们更添底气：给每块土地配上对的种子，给地道风物添上科技与市场力量，那些曾制约发展的“穷山恶水”，终将成为乡村全面振兴的“金山银山”。

■ 暖闻热评

托育模式不妨多一些

陈久菊

黔西南州安龙县人民医院，探索“医疗+托育”模式，为婴幼儿提供全面照护服务，减轻医院职工和附近居民家庭育儿的负担。“医育结合”让人眼前一亮。

医院带娃听起来觉得新鲜，细想起来却不意外。孩子是父母的心头肉，一笑一哭无不牵动父母的心。婴幼儿的健康成长，更是全社会共同关心的问题。铜仁市妇幼保健院组建了一支以医疗、托育、保育、护理为主的照护团队，为婴幼儿健康保驾护航；贵阳市妇幼保健院依托国家级儿童早期发展示范基地的保健专家、雄厚的儿内科、儿外科多学科专家团队助力托育……全省已有数十家公立医疗卫生机构开展托育服务。医疗团队护航、实时健康监测，因其专业让父母更放心。

除了医疗卫生机构，其它单位出动帮助家长“带娃”的也不在少数。贵阳市教育局牵头发动公办幼儿园开设托班，贵阳白云区泉湖街道完善嵌入式托育服务，铜仁玉屏引导各类社会主体把托育服务延伸到乡镇。多种多样的“带娃”，既缓解了家庭的育儿压力，更加科学多元的育儿方式，或许更有利于促进孩子全面健康成长。

党的二十届三中全会提出，加强普惠育幼服务体系建设，支持用人单位办托、社区嵌入式托育、家庭托育点等多种模式发展。通过不断完善保障政策，多形式、多层次、多渠道发展普惠托育服务，让老百姓在“家门口”享受到优质托育服务，正是各地应该积极鼓励推动的暖心事。

■ 热点众议

从明星“打鸟”看流量经济

湛晗

近日，演员李现在社交平台分享自己的“打鸟作业”，被生态环境部点赞，并以一己之力带火了“打鸟”相关的多个话题。全国各地文旅部门纷纷“喊话”，安利起自家“打鸟”好去处。一场由明星效应带火的生态行动，成为这个春天破圈的现象级讨论。

所谓“打鸟”，并非字面上的伤害鸟类，而是摄影爱好者约定俗成的用语，主要指使用长焦镜头远距离拍摄鸟类，拍摄时需精准对焦和耐心等待。相较传统环保宣传方式，李现“打鸟”这种沉浸式、场景化传播，也更容易激发游客的情感共鸣与实践效仿。

在贵州，铜仁梵净山、威宁草海、石阡鸳鸯湖；在云南，从高黎贡山、热带雨林到湖泊湿地……一幅幅持续上新“观鸟地图”，一次次羽蝶振翅、莺歌燕舞的定格，是生态文明建设实干实绩最生动的例证，也为生态流量与美丽经济共振提供宝贵窗口机遇。

优良生态环境是贵州最大的发展优势和竞争优势，以更大力度推进先行试验，徜徉黔贵山间水畔，我们欣然看到，贵州多地在“生态+观鸟+旅游+研学”上迈开了新步伐，更期待丰富生态旅游内涵、提升生态旅游体验，让游客“来了不想走，走了还想来”。

人与自然和谐共生，蓝天白云、绿水青山是标配，鸟鸣枝头、鱼翔浅底也是重要标识。拿出保护自然生态的硬约束、提升服务质量的软实力、多部门联动的组合拳、创新旅游产品的行动力，美丽经济定当生机勃勃，从绿水青山间捧出的“金饭碗”必然更加动人。

发展数字文旅产业正当其时

张旭

作为数字经济背景下的新兴概念，数字文旅产业是现代旅游业与信息技术深度融合的成果，是驱动旅游产业创新升级的重要引擎，也为推动中华优秀传统文化创造性转化创新性发展带来了新机遇。

“黄果树银河落九天，小七孔碧玉嵌人间，西江灯火映千年。看！我的名字就是贵州的诗与远方！”近期，数字人“黄小西”在朋友圈刷了屏。“黄小西”是基于贵州旅游大模型打造的AI智能体，它能为游客提供信息咨询、行程规划、智能订购、伴游导览、游记生成等游玩全过程智能服务，并解锁各类新玩法。

习近平总书记多次强调，要推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。数字经济健康发展有利于推动构建新发展格局。作为数字经济背景下的新兴概念，数字文旅

产业是现代旅游业与信息技术深度融合的成果，是驱动旅游产业创新升级的重要引擎，也为推动中华优秀传统文化创造性转化创新性发展带来了新机遇。

多彩贵州，文旅禀赋得天独厚，推动数字文旅产业发展优势明显。遵义会议、四渡赤水等红色文化全国知名；3项人类非遗代表作、99项国家级非遗，省级及以下项目逾千项，非遗宝贝灿若繁星；阳明文化、屯堡文化等各展风采……当前全省正大力实施“四大文化工程”，奋力打造习近平文化思想生动实践地，加快建设多彩贵州文化强省。

从文化资源看数字文旅信心十足，从数字经济看数字文旅更添实干豪情：从国家大数据综合试验区到数字经济发展创新区，今天的贵州，数字经济增速连续9年位居全国前列，数据开放指数位居全国前列，在建及投运重点数据中心达48个，是全球超大型数据中心聚集地之一，为数字文旅产业提供了坚强有力的技术支撑。

数字文旅产业不仅是技术应用，更是文

化创意与数字技术的深度融合。如何实现文化价值与经济价值的双重提升？于贵州而言，一方面持续夯实融合发展基础，加快补齐产业链、创新链等方面的短板，另一方面，要以市场为导向，守正创新用足数字经济先发优势，用好多姿多彩的自然珍宝、文化瑰宝，在数字基建、场景营造、制度创新上协同发力聚合力，以数字技术重构文旅叙事方式。

着眼全局，综合施策。健全文旅产业体系和市场体系，创新重大数字文旅项目带动机制，培育新业态新模式，坚持以新项目、新场景为抓手，优化产业布局，培育形成一批新增长点、增长极和增长带，提高产业规模化、集约化、专业化水平；持续深化产教融合，用好省外高水平大学“组团式”帮扶机遇，依托高等院校和职业学校等教育资源，深化“订单式”人才培养计划，培养技术与管理人才，创新制度供给，为数字文旅领域创新创业赋能添力。

聚焦场景，跨界融合。鼓励基于贵州优

秀地域文化的数字化采集、加工、创新、创作和生产，探索经济效益和社会效益并重的创作生产体制机制，持续推动技术升级和应用场景开发，运用好大数据、AR、VR、AI智能、无人机应用等前沿技术，探索开发更多沉浸式互动项目，如酱酒酿酒AR体验、蜡染VR实验、3D环绕游览、侗族大歌“云演艺”等业态，打通健全“创意—生产—消费”全链条，让更多游客、消费者参与其中、沉浸其中、乐在其中。

当数据要素成为基础性、战略性资源，当数字化文化消费场景成为文旅市场新风口，数字文旅产业将迎来更大的市场爆发，加快发展数字文旅产业其时已至。以一域之实践为全局多作贡献，在数字文旅+演艺场景、数字文旅+艺术创作、数字文旅+资源平台、数字文旅+公共服务等方面持续发力，人们乐见数字技术让文旅记忆可感可触、精神价值可传可承，更期待贵州将数据资源优势、文旅资源优势进一步转化为产业发展优势，加快推动贵州从旅游大省向旅游强省跨越。