

■ 评论员观察

贵州避暑旅游热现象的冷思考

刘孝蓉

越是热潮澎湃，越需冷静思考。我们必须清醒地认识到，巨大流量既是对我们生态禀赋的肯定，更是对我们服务保障能力的“压力测试”。

刚刚过去的这个夏季，全国大多数地区热浪席卷。当许多城市在高温中煎熬时，贵州这个“天然大空调”迎来一年中旅游最旺的季节。机场、高铁站摩肩接踵，景区街区游人如织，酒店民宿持续爆满，城乡随处可见的外地牌照车，让贵州人产生仿佛到了省外的错觉。

“到贵州去避暑”成为众多游客的共同选择。从各地综合情况来看，这并不是说而已，数据的“热度”印证了市场的“热情”。1月到7月，安顺仅黄果树景区就接待游客331.43万人次，同比增长10.07%，进入8月以来，游客数量更是持续上涨，连日接待游客超过5万人。5月至7月，六盘水市接待过夜游客181.15万人次，同比增长14.8%。这份由“凉资源”引爆的“热经济”，是贵州持之以恒推进旅游产业化，政策优势充分彰显的生动写照，成绩斐然，令人振奋。

近年来，贵州避暑旅游品牌声名鹊起，“中国凉都·六盘水”“爽爽贵阳·避

暑天堂”“安顺·21度的夏天”等名片越擦越亮。长三角、珠三角、川渝等“火炉”地区的游客蜂拥而至，不仅带旺了景区，更激活了餐饮、住宿、交通、购物等一条条产业链，文旅消费为地方经济发展注入了强劲动力。1月至7月，旅游热潮带动安顺商品房外销同比增长9.6%，旅居度假经济持续火爆。

然而，越是热潮澎湃，越需冷静思考。我们必须清醒地认识到，巨大流量既是对贵州生态禀赋的认可，更是对贵州旅游服务保障能力的“压力测试”。

一思：基础设施与接待能力是否跟得上流量的增速？旺季的超负荷运转问题凸显。部分热门景区漫长的排队等待降低了游客的体验与好感；通往新兴避暑地的产业，做强避暑经济，重点从三个方面入手。

二思：旅游服务与市场规范的“软实力”是否配得上山水气候的“硬颜值”？调查发现，来到贵州的游客对风景和气候均是赞不绝口，但一些民宿、餐饮商家服务质量参差不齐，个别地区“随意涨价”“欺客宰客”现象值得警惕；部分从业人员的专业技能和服务意识仍有较大提升空

间；景区纠纷和旅游投诉时有发生，市场的常态化监管机制仍需加强。如何让“颜值”转化为“价值”，让“回头客”变成“回头客”，服务质量提升是关键。

三思，网红气质的“高流量”是否能转变为消费场景的“高留量”。通过网红产品带来的流量，最容易被下一个网红接走。贵州如何依托凉爽气候，千方百计增加游客停留时间，延长产业链、提升附加值，是推动贵州避暑旅游从“规模增长”向“质量效益”转型的关键。

据世界气象组织数据，2025年7月是全球有记录以来第三热的7月，仅次于2023年和2024年同期。当全球都在高温热浪中渴望清凉，贵州的绝美山水、清凉气候、休闲生活方式，具有不可估量的发展前景。未来，贵州如何从避暑旅游做大避暑产业，做强避暑经济，重点从三个方面入手。

从同质竞争到创新提升：重点抓服务质量。当前旅游产业的竞争已经从资源和产品的竞争进入服务的竞争阶段。游客受用的服务价值也是对服务的更高需求。气候可以相同，资源可以类似，唯有服务具备极大弹性空间。需要进一步完善避暑硬件设施与公共服务配套，大力推行避暑旅游服务标准和认证，强化市场监管和从业人员培训，倡导个性化、精细化服务，用智慧手段优化客流疏导和管理，持续开展游客满意度监测和提升。

从网红热点到持续发展：重点抓品牌建设。随着避暑旅游需求的持续升温，避暑产业发展得到各地重视，云南、东北三省、内蒙古都在积极开发避暑旅游产品，布局避暑旅游市场，贵州如何守住避暑经济的先发优势，需要在持续更新产品，丰富业态的同时，坚持不懈塑造避暑旅游品牌，扩大国内外宣传推广范围，让“避暑到贵州”的品牌形象深入人心。

从避暑旅游到避暑经济：重点抓产业联动。当前，游客的需求已从“看风景”转向“享生活”，从对景区的走马观花到对地方生活方式的深度体验，追求更深度的参与和更个性化的服务。需要依托凉爽气候，深挖“凉爽+”潜力，推动文旅、体旅、康旅、农旅深度融合，创新融入民族文化、红色文化、山地体育、乡村休闲等元素，大力发展战略旅游、研学探秘、户外运动、夜间经济等新业态，建设一批高品质、差异化、沉浸式的旅游产品和消费场景，联动一二三产创新，形成本地产业链，才能做大城市避暑经济。

避暑旅游的“热”，是贵州发展的宝贵机遇。唯有以冷静的头脑审视热潮下的痛点，以务实的行动补齐发展中的短板，方能推动贵州从“避暑胜地”走向“度假天堂”，让贵州的“清凉”真正转化为高质量发展的“热能”。

（作者系文化和旅游部旅游质量监督管理所研究员）

发布通报。这种立行立改的工作作风，让游客切身感受到旅游服务的提升。

服务越来越周到，体验不断改善。梵净山景区针对游客反映的基础设施短板，累计投入1200余万元完成厕所升级改造、遮雨棚增设等项目。各景区通过大数据分析和智能分流系统优化资源配置，最大限度减少游客的等待时间。以“痛客行”为契机，各地不断优化服务，提升游客体验。

旅途中，最美的风景是人心的温度，是服务的用心和游客的舒心。持续九年的“痛客行”活动，务实的整改提升，使各方面的作用得到了正向叠加。在解决问题、优化服务中，贵州文旅不断迈上新台阶。

将“痛客行”进行到底

陈久菊

日前，贵州省文化和旅游厅发布消息，郑重表示“多彩贵州满意旅游痛客行”活动持续进行中，欢迎广大游客提出问题和整改建议。这不仅仅是口头上的表态，也是贵州旅游业持续九年的承诺，展现出了将“痛客行”进行到底的坚定决心。

问题反馈机制日益完善，形成了顺畅高效的反映通道。游客可通过贵州省文化和旅游厅官网、12345热线等多渠道便捷反馈遇到的“痛点”。这些渠道搭建起游客与文旅部门沟通的桥梁，让问题能迅速被收集，不再石沉大海。比如，今年6月，有游客分享了自己反映某景区通道被摊位堵塞，随手拍摄上传平台后，很快就得到关注解决。九年来，“痛客行”问题反馈平台累计浏览量超1000万人次，收到具有重要价值的意见建议2500余条。

闭环式的问题处理机制，确保了每一个游客的声音都能得到及时回应和处理。

整改越来越迅速，效果愈发明显。今年暑期，兴义万峰林景区面对激增的客流，通过智慧交通建设迅速化解游客出行难题；贵阳酒店价格上涨问题一经发现，市场监管部门第一时间出手公布典型案例；安顺黄果树景区餐饮收费问题，一天之内就完成调查并

发布通报。这种立行立改的工作作风，让游客切身感受到旅游服务的提升。

服务越来越周到，体验不断改善。梵

净山景区针对游客反映的基础设施短板，

累计投入1200余万元完成厕所升级改造、

遮雨棚增设等项目。各景区通过大数据分

析和智能分流系统优化资源配置，最大限

度减少游客的等待时间。以“痛客行”为契

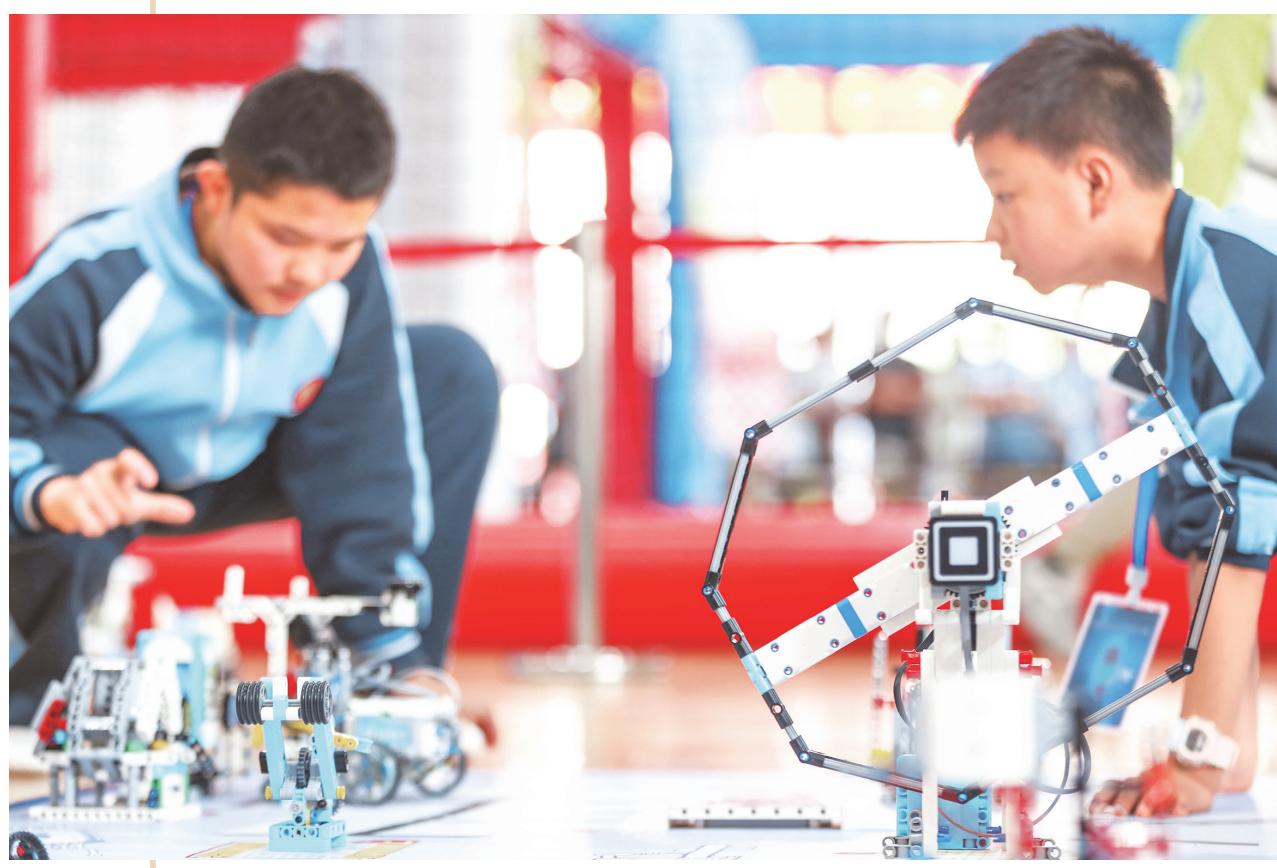
机，各地不断优化服务，提升游客体验。

旅途中，最美的风景是人心的温度，是

服务的用心和游客的舒心。持续九年的“

“痛客行”活动，务实的整改提升，使各方面

的作用得到了正向叠加。在解决问题、优化服务中，贵州文旅不断迈上新台阶。



参赛选手在毕节市2025年青少年机器人竞赛中调试机器人。高琦 摄

■ 图里有理



↑游客在黔东南州从江县岜沙苗寨景区与AI下棋机器人对弈。吴德军 摄

2025中国国际大数据产业博览会将于8月28日至30日在贵阳市举行。2025年，“人工智能”是绕不开的词汇。春晚舞台上，身着花袄的机器人尽情扭秧歌，赢得满堂喝彩；DeepSeek等人工智能大模型为千行百业装上“智能钥匙”、插上“数字化翅膀”……人工智能从科幻作品中的想象变为现实生活的一部分，从简单自动化工具变成可以进行复杂决策和学习的智能系统，正在赋能千行百业。

这正是：

数智创新真奇绝，千行百业写新篇。

学会用好新技术，点石成金正当时。

（文/李海钦）

■ 现场评论

真正的风景不只是表面的壮丽，而是深植于土地的历史记忆与生命印记。背后往往有着深沉的生命故事，教会人们铭记历史，理解风景背后沉甸甸的重量。

天空放晴，站在黔西南州晴隆县二十四道拐景区观景台上俯瞰，一条长4公里，宛如巨龙盘山的公路自深谷蜿蜒而上，在坡度近60度的坡面上划出20多道急促的“S”形弯道，在满目苍翠中分外惹眼。这条公路，曾让史学专家魂牵梦绕，辗转千里苦苦追寻。而现在，乘坐观光车，几分钟时间就可以从谷底驶到两山间的垭口。

二十四道拐，这条始建于1935年、次年通车的要道，直线距离350米、垂直高差260米、路面宽6米，连续24个急弯连接山脚与垭口。抗战期间，无数军车从这里驶过、翻山越岭，将战略物资源源不断地运往抗战前线。1942年，为了满足每月运输1.5万吨战略物资的运输需求，美国陆军1880工兵营开始进驻晴隆，协助当地再次征集大量民工，

对二十四道拐进行扩宽、取直。抗战期间，约有45万吨各类战略物资从这里运送到抗战前方，为抗日战争的胜利作出了重要贡献。因此，二十四道拐也被称为“抗战生命线”。

硝烟散去，二十四道拐静静坐落山间。昔日抗战物资运输的“生命线”，成为当地文化旅游发展的旅游线，正用新的“打开方式”领着人们回溯那风雨如晦的岁月。

二十四道拐作为风景线的文化价值、旅游价值不言而喻：从高处看，20多道拐如游蛇下山，惊、险、雄之感扑面而来。在近60度的斜坡上设计盘山公路实现顺利爬升，在喀斯特岩层之上依靠人力开山凿石、挖土搬运，激荡起人们对设计者灵巧构思、建设者攻坚克难的景仰之情。抗战时期，几十万吨的战略物资从这里运往前线支持抗战。“在晴隆，3岁小孩都知道二十四道拐”晴隆县文史专家陈亚林这句话，说

出了二十四道拐在当地人心中的分量。历史遗迹蕴含一股“真实”的力量，它以本来的面目示人，吸引人关注、思索，辅以记录在册的史料、人们口口相传的信息，向无数后来人“讲述”亲历的历史事件，传递出一种厚重且真实的力量。

人工巧筑与自然山势相得益彰，形成震撼视觉奇观；恢宏艰险的筑路工程和厚重的抗战历史，穿越时空至今仍震撼人心。二十四道拐抗战公路，2006年被评为全国重点文物保护单位，2014年入选第一批国家级抗战纪念设施、遗址名录。当地结合文物保护、文化创新和旅游开发，建成二十四道拐展览馆，陈列珍贵文物和影像资料；依托二十四道拐开发研学课程，推出重走抗战路等徒步项目。附近学校每年都会组织学生前来研学、参观，在游览中增进对历史的了解，让先辈们的革命精神如同种子，在孩子们心中生根发芽。

眼前的风景线，也是抗战“生命线”，背后有着深沉的生命故事，教会人们铭记历史，理解风景背后沉甸甸的重量。

在“抗战生命线”上聆听时空回响

李海钦

真正的风景不只是表面的壮丽，而是深植于土地的历史记忆与生命印记。修建二十四道拐时，当地修筑公路的民工，不但自带口粮，还要自带锄头、锤子、扁担、粪箕等工具，风餐露宿，用血肉之躯在陡坡上硬生生凿出一条“生命线”。从这个角度说，二十四道拐不仅保存了作为公路的物质形态，也在无声中传承了其精神内核，成为连接过去与现在的时空桥梁。游客在这里感受到的不仅是视觉上的震撼，更是一种历史在场感、一种与先辈的精神对话。就像曾徒步走过二十四道拐的师生所说的那样“两个小时的徒步，让我知道了革命先辈在抗战中的艰难”“希望同学们能够通过徒步和参观展览馆，铭记历史、砥砺前行”。

眼前的风景线，也是抗战“生命线”，背后有着深沉的生命故事，教会人们铭记历史，理解风景背后沉甸甸的重量。

■ 焦点众议

数智服务让诗和远方触手可及

金妮

科技与山水相逢，旅行便被赋予了新的诗意。

驻足黄果树瀑布前，游客不再需要为朋友圈文案索思冥想，“AI游贵州”智能体自会生成诗意图文字。作为国内首个省级文旅AI智能体，这套系统为游客提供从行程规划、多语言导览到智能推荐的全程服务，能够一键搞定“吃住行游购娱”。旅行变得更加便捷智能。

即将在2025数博会上发布的“黄小西”旅游服务智能体2.0版本，则带着更自然的交互体验走来。凭借直观的界面和优化的多轮对话能力，它能深度理解游客需求，通过多个旅游平台为旅客提供随时随地的智能支持，让每个人都能拥有属于自己的个性化旅行管家。

数智服务给文旅产业带来的，远不止体验的提升，更在推动深层次变革。利用数字技术，景区可以分析游客偏好，为不同群体提供定制化服务，让资源利用更高效，营销推广更精准，从传统的规模化服务转向个性化的精准体验。

放眼全国，数字技术正以多种形式融入文旅场景。重庆武陵山大裂谷的悬崖AI咖啡馆，让机器人为游客提供特色服务；数字文博平台“山海”则打造了一座“24小时不打烊博物馆”，已上线逾5万件数字藏品，让历史文化突破时空限制。

当然，在为游客带来便捷智能的同时，要同步做好数据安全、隐私保护及技术适配等保障。这些不仅关系到用户体验，也影响产业健康发展，需要行业共同建立规范、完善治理。随着技术不断成熟和监管措施落地，AI将更好地服务于文旅体验升级，让智慧旅行既便捷又安心。

智慧旅行不仅是技术赋能，更是人文与科技的完美融合。让每个游客既享受科技带来的便利，又不失旅行中那份温暖的人文关怀，从而使诗和远方触手可及。

■ 青春论坛

AI为返乡青年创造更多机遇

谢子健

时下，乡村全面振兴、AI产业蓬勃发展，这两大时代浪潮的并行与交织，为有志青年，特别是熟悉前沿科技的年轻人返乡创业就业，带来了前所未有的机遇。

作为熟悉互联网生态和数字化工具的返乡青年，需勇于尝试新模式、新业态，更快地将AI作为赋能乡村产业振兴的“新农具”。而如何在这个过程中找准自己的位置，实现个人价值与社会价值的统一呢？

破题的点在于根据乡村实际需求，结合自身优势，打造一个“小而美”的AI创业模式。比如结合当地的手工艺品、非遗项目、土特产品等，利用AI进行创意设计辅助、个性化定制、品牌故事AIGC生成、线上AI主播推广、用户数据分析等，打造“小而美”的AI赋能特色产业；或将AI技术应用于农家乐、乡村民宿的智能预订管理、个性化服务推荐、智能家居体验；或可开发基于AI的乡村旅游智能导游、线路规划等。

实际操作中，不妨从引入某个环节的AI小工具，如AI客服、AIGC故事文案开始，逐步体验和推广。发挥熟悉乡土的优势，利用AI辅助进行短视频脚本创作、视频剪辑优化、直播间互动分析、粉丝画像等，打造具有个人特色的“新农人”IP，通过内容电商销售农产品或推广乡村生活方式。

眼下，AI技术为乡村电商注入了新的活力，从农产品销售到品牌打造，AI正在重塑农产品流通的全链路，有效对接市场，帮助农民解决“酒香也怕巷子深”的难题。“AI+”新业态、新模式加速涌现为乡村经济注入新活力，为返乡青年创造更多就业创业机会，将让更多青年在希望的田野上绽放绚丽光彩。

（作者单位：黔西南州普安县青山镇人民政府）

树木与育人

李坤

金榜题名是人生一件大事。眼下，不少家长正沉浸在孩子拿到大学录取通知书的喜悦中，但一些地方，家长也因吃不完的“升学宴”、高额的礼金而烦恼。

黔东南州黄平县黄飘村不办“升学宴”改种“状元树”的做法广受关注。黄飘村有个规定：每年为所有考入大学本科以上的学子颁发村级奖学金和荣誉证书，还要让孩子在林间亲手种下一棵属于自己的银杏树，这种做法已持续5年。如今，这片“状元林”绿意盎然。

请客设宴原本是人情社会中的一件平常事，也是一种邻里亲友之间增进感情的方式。婚丧嫁娶人生大事正常办、合理办无可非议，但一些地方滥办酒席五花八门。满月酒、剃头酒、升学酒、搬家酒、开业酒、喜事酒……各种应接不暇、巧立名目的酒席，不仅造成食物浪费，助长攀比之风，破坏公序良俗，也为不少群众背上沉重的经济负担。

与之形成鲜明对比的是，不办“升学宴”改种“状元树”的做法不仅让村民卸下沉重的请吃、送礼负担，还在村里形成一种重视教育、崇尚读书的文明风尚，从比礼金到比种树，从比排场到比育人，正如村民所言：“比物质更珍贵的，是子孙后代的精神丰盈。”

十年树木，百年树人。“状元林”吹出的文明新风，吹拂广袤的乡村沃野。这是乡村移风易俗、化风成俗的一面镜子，照见了乡村全面振兴的美好。积极弘扬向上向善的社会风尚，驰而不息抓好农村移风易俗，践行社会主义核心价值观，现代文明理念必将在乡村深深扎根。