

评论员观察

用科技擦亮土特产“金字招牌”

王岑

土特产的“金字招牌”，既要靠水土滋养，更要靠科技擦亮。持续推动科技成果与土特产深度融合，建强创新平台、强化技术攻关、完善转化机制，让更多“土味”特产搭上科技快车，才能让一个个土特产变成乡村全面发展的富民产业。

一方水土孕育一方风物。在贵州，镇宁六马蜂糖李、凯里酸汤、从江瑶浴，这些深藏于贵州山水间的土特产，是乡土地的味道，更是乡村振兴的宝贵资源。曾经受限于传统生产模式，不少土特产“小众出圈”却难成“产业气候”。如今，农业栽培技术让蜂糖李丰产提质，菌种驯化技术让酸汤实现规模化生产，中药提纯技术让瑶浴产品走向市场，科技创新为贵州土特产注入发展新动能，一个个“土字号”变成响当当的“金招牌”。

科技赋能，破解土特产发展的成长瓶颈。土特产的价值在于“土”的特色，短板也往往藏在生产的旧模式里：镇宁蜂糖李味美却曾靠天吃饭，产量不稳、品质不均成为发展壮大的掣肘；凯里酸汤凭借独特风味俘获味蕾，却因传统发酵周期长、风味难控，难以实现规模化量产；从江瑶浴传承千年养生智慧，却因工艺粗放、提纯不足，难以形成标准化产业。科技创新的介入，精准破解了这些痛点——栽培与化控技术让蜂糖李产量提升15%以上，果实品质更优；菌种驯化技术将酸汤发酵期压缩至7天，风味还原度超90%，为产业规模化扫清障碍；现代中药分离提纯技术让瑶浴产品实现品质升级，就成年产值6000万元的产业规模。科技以精准的技术突破，让土特产摆脱传统桎梏，实现从“零散生产”到“产业发展”的跨越。

科技赋能，锻造土特产的核心竞争力。贵州“新春第一会”强调，以更高站位、更大力度、更实举措推动科技创新和产业升级深度融合，为贵州走好高质量发展新

路提供科技硬支撑。土特产要想走出深山、走向全国，既需要守住“土味”本真，更需要以科技为翼打造差异化优势。蜂糖李的技术升级，不是改变其原生态特质，而是让自然馈赠的品质更稳定、更可控，形成“果大核小、甜脆多汁”的独特标识；酸汤的科技改造，不是丢掉传统发酵的灵魂，而是通过标准化技术实现“传统风味+工业量产”的双重优势；瑶浴的创新发展，不是背离草本养生的初心，而是以现代技术让古老配方更符合现代消费需求。科技创新让土特产在守住文化根脉和风味特色的基础上，拥有了标准化、规模化、品牌化的发展能力，这正是其在市场竞争中站稳脚跟的核心底气。

科技赋能，激活乡村产业的发展引擎。土特产是乡村产业的重要载体，其发展质效直接关系到乡村产业振兴。贵州立足资源禀赋，将科技创新作为发挥比较优势的关键抓手，推动土特产产业从“单打独斗”向“集群发展”迈进，这与全省加快建设强实验室体系、推动产学研用一体化的发展思路同频共振。

从蜂糖李的提质增产，到酸汤的产业升级，再到瑶浴的品牌崛起，科技赋能的不仅是单一产品，更是整条产业链的升级。它让农产品从田间地头走向加工车间，从初级产品变成高附加值商品，让更多农民分享产业发展红利，也让贵州的山地特色资源转化为发展胜势，为现代山地特色高效农业发展注入源源不断的动力。

土特产的“金字招牌”，既要靠水土滋养，更要靠科技擦亮。贵州以科技创新赋能土特产发展，既守住了乡土地的味道，又走出了产业的新路，这是发展新质生产力的具体实践。未来，唯有持续推动科技成果与土特产深度融合，建强创新平台、强化技术攻关、完善转化机制，让更多“土味”特产搭上科技快车，才能让一个个土特产变成乡村全面发展的富民产业，让贵州的山水之美转化为发展之优、民生之福，为走好高质量发展新路铺就更坚实的产业基石。

（作者系贵州长征干部学院讲师，省级干部教育培训名师工作室骨干教师）

暖闻热评

呵护每个追梦的人

李海钦

今年贵州将开行26趟务工专列，护送2万余人春节后返岗。作为劳务输出大省，每年春节后的返岗复工直接关系到千家万户的收入。务工专列、专车等“点对点”集中运输，帮助务工人员开启新一年的务工增收之旅。

26趟务工专列2万余人，这不只是一串简单的数字，而是一场充满人文关怀的民生行动。飞驰的列车，承载着山区儿女对未来的憧憬，寄托着大家对美

好生活的向往，犹如一面镜子，映照出对务工人员深情关怀。

正值春运，热门方向车票“一票难求”。务工人员如果自行购票前往，难免会因买不到车票而影响返岗。务工专列开行，这种“家门口”到“厂门口”无缝衔接的“一站式”运输，降低了务工人员的出行成本，减少旅途的精力消耗，可让务工人员更好把精力放在工作上。从家乡驶出的

专列，一头连着山区渴望就业增收的劳动力，一头连着珠三角、长三角等经济发达地区的企业用工缺口，搭建了一座人力资源优化配置的桥梁，实现了人力资源的精准匹配。

务工专列，是一趟从家到岗位的远行之旅，折射人社部门服务的优化升级。提前摸排出行需求、协调开行之旅，送上精心准备的暖心礼包；车站设立“务工人员绿色通道”，志愿服务

“小分队”全程引导搬运行李；列车提供平价餐食与反诈宣传、消防设备使用方法……从节后返岗复工到建设省外劳务协作站135个，为全省600万省外务工人员搭建起“就业有门、维权有路、服务有感”的全方位支撑体系，服务被延伸到细微之处。这种从“走得了”到“走得好”的转变，让务工人员“感受到了家乡的温暖”。

一年之计在于春。在春节的余味中，务工人员满怀憧憬踏上返岗复工路程，开启新一年的打拼之旅。多措并举帮助他们开开心心出门、安安心心上班，努力解决后顾之忧，才能更好把春节团圆积蓄的力量化作创造美好生活的动力。



漫评

“身上有汗、眼里有光”

教育部近期在京召开深入实施“健康第一”工作部署会，明确将深入实施学生体质健康计划，着力提升学生体质健康水平，严防“阴阳课表”，严查挤占体育课、课间不准学生出教室等行为。把体育课上足，把课间还给孩子，是“健康第一”的要求，也是对教育常识的回归。在这个春天里，让孩子们在运动中感受快乐，在奔跑中释放天性。

（图文/王琪）

特色商圈本身就是夜间消费的重要载体，那些让人愿意停留的空间，天然具备吸引夜晚人流的禀赋。白天营造的场景魅力，为夜晚消费积淀人气基础；夜晚延伸的消费时段，又让白天的场景投入获得更充分回报。这种良性循环，正是消费市场走向成熟的表现。

创新场景延伸时段扩大消费

金妮

潮流融为一体，成为年轻人打卡、社交、消费的新地标。购物融入场景化的体验之中，消费不再是一种交易，而成为一种自然而然的生活延伸。

这是消费市场正在发生的变化。过去，商圈是商品的集合，消费者为“买到什么”而来；如今，商圈是生活的载体，消费者为“体验到什么”而留。前者是功能驱动的，随时可能被线上替代；后者是情感驱动的，具有不可替代的体验价值。各地立足自身资源禀赋，将地域文化、民俗特色、时尚元素与商业运营深度融合，打造差异化、特色化消费场景，不仅激活了局部消费热点，更优化了全省消费空间布局。

场景焕新的意义，除了拉动短期消费增长，更在于创造可持续的消费黏性。从贵阳路边音乐会唱响新春欢歌，到“村超”“村BA”“村T”“村马”持续火爆出圈，贵州主动造节、造赛、造场景，将文化、体育、旅游与商业有机融合，让“流量”变“留量”，“人气”变“财气”，这正是“场景即消费”理念的生动实践，为消费市场注入了源源不断的内生动力。

全时段供给拓展时间价值。如果说商圈焕新激活的是消费的空间维度，那么

时段延伸打开的则是消费的时间维度。数据显示，春节期间贵州日间消费规模达126.62亿元，占总额的76.73%。真正值得关注的，是夜间消费的表现。38.4亿元的市场规模、23.27%的占比，意味着消费边界正在向深夜延伸，夜间消费成为全省消费市场的重要补充和增长动力。

今年春节，贵阳以“非遗潮年”为主题，以“夜游”为核心引擎，掀起一场全域联动的夜间文旅热潮。青岩古镇深挖历史文化脉，推出夜间演艺近两百场，实现“每晚有主题、步步有光影、时时可互动”。天河潭、桃源河等地也纷纷推出“烟花+电音+篝火”、温泉夜游等复合型产品。夜游经济的繁荣，带动了“夜宿”“夜购”等关联业态全面升温。贵阳市过夜游客达87.18万人次，同比增长34%。这充分说明，夜间消费的增长，既为消费总量做贡献，也为消费结构优化拓展了空间。游客的消费行为得以延续、行程安排更具弹性，本地居民的假日生活也更加饱满。

将空间与时间两个维度放在一起比较，会发现两者之间存在着着内在关联。特色商圈本身就是夜间消费的重要载体。那些让人愿意停留的空间，天然具

备吸引夜晚人流的禀赋。青云市集的热闹可以持续到深夜，嗨FUN步行街的灯光秀专为夜晚设计，场景焕新与时段延伸相互交织、彼此强化。白天营造的场景魅力，为夜晚消费积淀人气基础；夜晚延伸的消费时段，又让白天的场景投入获得更充分回报。这种良性循环，正是消费市场走向成熟的表现。

过去，我们谈论消费活力，往往关注的是总量增长了多少。但透过今年的春节数据，我们看到的不仅是165.02亿元的消费总额，更是消费增长逻辑的深层转变。正如2026年贵州省政府工作报告所强调的，“清理消费领域不合理或‘一刀切’限制性措施，落实职工带薪错峰休假制度，让大家有时间、有场景、有意愿消费”“推出一批非遗夜市、中医药文化夜市等主题消费场景，培育更多消费增长点”，推动消费扩容升级提质摆在突出位置。

场景创新拓空间，时段延伸增活力。推动消费从被动释放转向主动创造，从规模增长转向质量提升，随着消费供给持续优化，贵州消费市场必将保持稳健发展势头，为高质量发展注入更加坚实、持久的动力。

街谈巷议

用乡村集市激活乡土资源

陈久菊

一段时间以来，贵州不少城市周边的乡村集市火了。往日清静的集市变得车水马龙，洋溢着乡村发展的蓬勃生机。

安顺平坝小河湾村的周末集市，一早就有不少从贵阳开车前来的顾客。不到上午9点，有村民530斤猪肉销售一空。这种反向赶集之所以兴起，关键在于抓住了需求二字。交通条件改善拉近了市区到乡村的距离；城里人追求健康饮食，带露水的蔬菜、土鸡土鸭等正是他们眼中的紧俏货；那份割舍不断的乡愁情怀，在讨价还价的喧嚣里，在热气腾腾的牛杂汤锅里，人们找回了记忆里赶集的味道。

顺应这种需求，各地因势利导让沉睡的资源“醒过来”。清镇市麦格乡与城投公司合作流转闲置土地建设便民市集，每年租金收入34万元，村集体分红14万元、入股村民分红10万元；贵安新区茅草村利用闲置资源打造一公里长的农贸市场，350余个摊位惠及周边三个乡镇街道近万人。

打造好乡村集市，关键要持续精准需求、优化服务。观山湖区下麦城村开集第一天就列出问题清单，着手增设临时停车区、优化排水系统。花溪区孟关乡多部门齐上阵，市场监管部门设点开展食品安全检测，消费者买肉扫码就能知道来源地，通过细节的完善，积累集市的口碑。有的集市在丰富业态上下功夫，引入非遗体验、手工艺展示、直播带货等，让集市不仅是买卖场，更是文化的体验场。

小小乡村集市，撬动多方共赢。村民省去奔波之苦、村集体每年有固定分红、城市消费者多了个休闲采购的好去处。当更多的乡村集市迸发出活力，我们看到，盘活闲置资产盘的是资源，活的是乡村，暖的是人心。

基层视角

线上留言板架起幸福连心桥

赵赟

据极目新闻报道，这几天，湖南省永州市蓝山县委书记的个人社交账号，因对网友留言反映的民生实事逐个回复并给出处理意见，获得网友真心点赞。

互联网时代，社交平台早已不是单纯的个人空间，而是社情民意的重要集散地，成为千群沟通的新型桥梁。群众在线下反映问题诉求，往往需要跑部门、找窗口、走流程，环节多、耗时长，自然无法与线上“点对点”沟通相提并论。县委书记在个人社交账号上倾听民声，是把治理阵地搬到了线上，把服务窗口设在了指尖，老百姓手机一点，书记就能看到、能回复、能处理，打破了千群之间的物理隔阂与心理距离。

开通社交账号容易，坚持事事有回应、件件抓落实难。这位县委书记之所以赢得群众认可，关键在于面对群众留言，不回避、不敷衍、不拖延，无论是道路维修、环境整治、邻里纠纷，还是教育医疗、民生保障、政策咨询，都认真登记、及时交办、跟踪督办、公开反馈，让治理触角延伸到每一个角落，变“政府端菜”为“群众点菜”，实现了治理围着民生转、工作跟着需求走。

互联网时代，干部上网不是“作秀”而是“上班”，走好网络群众路线，就得走到网络上、走到评论区里去。网上留言板，线下办实事，小小账号承载民生重量，彰显公仆情怀。期待更多干部走出办公室、走进网络间，与群众当网友，真心了解诉求、切实解决难题，使更多线上留言板成为民情直通车、幸福连心桥。

（作者单位：遵义市委网信办）

热点锐见

莫让“灌食增重”减损舌尖上的信任

进略

2月23日，话题#商家称36斤羊烤完剩6.9斤是正常#冲上热搜榜首，引发社会关注。2月24日，重庆市南岸区市场监督管理局发布情况通报，该商家从购进活羊到宰杀前，曾非正常持续给羊投喂玉米、干草等饲料和水，以达到虚增活羊重量的目的，已责令其停止违法行为并按“退一赔三”进行赔付。（红星新闻 2月24日）

消费者全程监督活羊称重、宰杀，甚至给羊腿、羊尾做了专属标记，却没想到，精心防备仍难敌不法商家套路。有网友调侃“这羊怕不是喝了一肚子水来上班的”，有网友吐槽“商家的算盘打得，我在千里之外都听见了”，还有人分享自己类似经历：买海鲜时被悄悄“注水”，点现杀家禽时被暗中“掉包”。

透过这些诙谐又带着愤怒的评论，我们看到了消费者对“诚信消费”的期待，对“套路消费”的抵制。消费者的这份“较真”，不是小题大做，而是对自身权益的维护，更是推动行业规范发展的重要力量。《侵害消费者权益行为处罚办法》早已明确，经营者向消费者提供的商品或服务信息，应当真实、全面、准确，不得有虚假或引人误解的宣传行为。

滞后的道歉、事后的赔付并不能挽回口碑，更不能作为商家失信的挡箭牌。值得警惕的是，“灌食增重”“注水掺假”这类套路并非个案，在现杀现卖、海鲜水产等餐饮品类中并不鲜见，有些不法商家甚至抱有“道歉就能了事”的侥幸心理。对这些有损公平交易的行为，行业主管部门必须坚决“零容忍”。

舌尖上的信任，一半源于食材的安全可口，一半源于消费的安心踏实。守住秤量准、安全健康、服务周到的经营初心，让诚信经营成为行业常态，生意才能长长久久、红红火火。