

评论员观察

如何为贵州留下一套“代表作”

贵轩

期待十年之后，当一套套厚重典雅的丛书陈列于书架，人们会由衷地说：看，这就是贵州的“代表作”。

近期，贵州社科界迎来一项关键布局——省委宣传部印发《贵州省实施“社科规划引领行动” 深入推进文化出版高质量发展工作方案》，并部署全省贯彻落实。这份文件，立意深、格局大、落点实。从时间轴看，规划分三期推进、贯穿至2035年。十年一剑，不求速成、重在深耕；从目标看，“为贵州立心、为发展赋能”十个字，既是价值锚点，也是厚重责任；从路径看，“委托责任单位+后期资助预立项”机制，以出版为导向，鼓励在人民出版社、中华书局、商务印书馆等国家级旗舰平台推出精品。文件中的一句提醒尤为深刻：首席专家应秉持“为贵州留下一套‘代表作’”的学术理念。这既是对学者的期待，也是一种学术责任的唤醒。

这是一场立足长远、系统谋划的文化工程，旨在为贵州锻造出一套真正能传之久远、代表贵州精神气象的“代表作”。

为何锻造“代表作”？

贵州不缺名片，大数据、中国天眼、“村超”“村BA”、万桥飞架……这些亮眼的符号，映照出发展的速度与热度。然而，一个省的代表，不仅体现在经济社会的奔腾，更植根于文化的深沉与持久。

贵州不缺文化底蕴。红色文化丰富，红军长征在贵州活动时间最长、活动范围最广，中国革命在这里实现伟大转折。阳明文化厚重，“龙场悟道”在此发生，心学思想遗产影响深远。民族文化多元，18个世居民族共生共融，形成举世罕见的“文化千岛”。屯堡文化独特，六百年明代遗风犹存，见证维护国家统一、促进民族融合的历史进程。资源虽丰，若不深耕，便是沉睡的宝藏。

近年来，贵州大力实施“四大文化工程”，将其作为建设多彩贵州文化强省的重大战略部署。从“红飘带”长征文化数字艺术馆的精心运营，到“村字号”文体活动的火爆出圈，再到各类文艺精品层出不穷，贵州的文化家底正被生动激活。

但不得不正视，贵州仍需要一批在全国乃至世界范围内立得住、叫得响、传得开的学术精品。讲好贵州故事，离不开扎实的学术支撑。没有深度的研究，叙述易流于浅表；没有系统的理论，文化自信便难以筑牢。

二

“社科规划引领行动”直奔痛点，它要做的，不是零敲碎打的课题立项，而是系统谋划、总体规划、年度计划的有序推进。

聚焦重点，定向突破。红色文化八大专题、阳明文化两大版块、民族文化两大专题、屯堡文化等历史文化两大版块，每个专题直指贵州文化的根脉与精髓。这不是“撒胡椒面”式的课题招标，而是“掐尖”式的委托认领，让有实力的单位、有影响力的专家挑大梁、当主角。

成果导向，淬炼精品。实行“后期资助

预立项”，先预立项，成果经评审定级后再予支持，一个课题最高可获50万元资助。机制倒逼研究脱离“职称导向”“抽屉成果”，转向“出精品、出特色、出影响力”。

出版联动，瞄准高端。“研究+出版”深度融合，鼓励成果走向国家级旗舰出版社。这意味着，这些成果不仅要“出得来”，还要“走得远”，要真正进入主流学术视野，接受更广泛的检验。

如果说“四大文化工程”构筑了贵州文化强省的“四梁八柱”，那么“社科规划引领行动”，则为这座大厦浇筑了坚实的学术基座。

三

如何把这项工作抓实、抓出成效？方案给出了清晰的路径：各社科研究单位要围绕“三个想清楚”下功夫，最终达到“四见”的目标。

定位想清楚：要成为什么样的研究高地？贵州社科研究必须聚焦优势、打造标杆。红色文化、阳明文化、民族文化、屯堡文化等领域，皆可形成全国性影响力。各单位应找准主攻方向，力争做到“专而精、精而强”，要做就做全省拔尖、全国知名。

领军想清楚：由谁挂帅？做大学问，离不开大学者。一个高水平的首席专家，不仅能带出一支队伍，更能撑起一个领域。方案明确，首席专家原则上由具有正高级职称、在领域内有实力、有影响、有情怀的学者，且能全心投入。说到底，贵州拒绝“挂名式”领衔，就是要让懂行的人牵头、让有情怀的人坐镇。

团队想清楚：找什么样的子课题负责人才能出大成果、好成绩？要出大成果、好成绩，必须组建一支结构合理、能力互补的

研究团队。子课题负责人应兼具学术功底与协作精神，形成结构合理、优势互补的“集团军”，加强整体作战与系统攻关。

“三个想清楚”是谋划，“四见”是落点。谋定而后动，持之以恒，方能成事。

见阵地，建设具有实体内涵的研究平台，以稳定的机构、固定的场所、持续的投入、规范的运行，让研究者有处安身、有心治学。

见人才，培养和汇聚一支高水平的研究队伍，注重发现和培养本土人才，让贵州的学术事业后继有人、青蓝相继。

见成果，推出一批具备标志性、原创性、影响力的精品力作，为历史负责，让群众认可。

见“黔学”品牌，让贵州学术在国家级平台站稳脚跟，使“黔学”成为中国哲学社会科学图谱中的亮眼板块。

这项工作的深层追问是：我们能为未来留下什么？

当十年乃至百年后的人回望今天，我们希望看到的不是一堆束之高阁的“研究成果”，而是一套套能够代表贵州、能够传之后世的“代表作”。

这套作品，应系统梳理贵州的文化家底，让散落的瑰宝得以传承；应主动建构贵州的学术话语，在中国自主知识体系中发出有力声音；更应成为贵州人文化自信的载体，让每个人都能从中找到认同与力量。

为贵州立心，为发展赋能。这是一份承诺，也是一场需要静心耕耘的“文化苦旅”。期待十年之后，当一套套厚重典雅的丛书陈列于书架，人们会由衷地说：看，这就是贵州的“代表作”。

街谈巷议

农具流动让人情扎根

金妮

黔西南州兴仁市安和社区的“我们家厢房”，存放着158种、570余件生产生活工具。背篋、斧头、木锯、割草机，居民可以随时借用，也可以把自家的“家伙什”送来共享。这间今年初投用的厢房，成了4400多名搬迁群众的一件舒心事。

提到易地搬迁后续扶持，过去我们较多关注就业、助学、医疗等“硬保障”，但搬迁群众更深层的精神需求容易被忽视。从熟悉的山村迁入陌生的社区，需要在情感上融入社区生活环境。

社区把一间闲置门面交给群众，通过“存放一批、共享一批、补充一批、捐赠一批”的方式，为“家伙什”找到了新家。大家自己商量、自己动手、自己管理，从取名、搭货架到制定借用规则，全程由居民参与。一钉一锤敲出来的厢房，大家自然把它当成了“我们家”。

工具共享延伸出劳务互换。社区顺势组建起242人的志愿服务队伍，涵盖维修、家政、体力劳动等7类服务。居民可以在厢房发布和认领水电维修、老人照看等互助需求，就像过去农村的“我帮你栽一天秧，你帮我耕一天芭谷”。这种互助共享，正是易地搬迁社区需要的“软治理”。

搬进新社区，熟人社会的信任网络被打散了。借一回梯子，还一回人情；存一把斧头，留一份念想。这些小事，让厢房成了一个枢纽，工具流动起来，人情也流动起来。一来一往之间，生人变熟人、邻里变亲人。搬迁群众心里那份“悬空”的感觉，也就慢慢落了地。

热点锐见

人行道不该成为“快递道”

张天斌

人行道，本是行人从容所在。它承载着市民漫步的自得、老人出行的安稳、孩童嬉戏的欢乐，还有残障人士的尊严。车有车道、人走人行道，是一座城市文明的底线。

然而在贵阳街头，这一不言自明的道理正被车轮频频叩问。快递车、外卖车、各式小型配送车辆，甚至部分摩托车也纷纷驶上人行道。它们匆匆而过，平整地渐渐被碾碎，盲道也成了曲折紧张的“忙道”。

贵阳，“爽爽贵阳、避暑天堂”声名远播，连续五届荣获“全国文明城市”，甲秀楼的古韵、黔灵山的翠色、青云市集的烟火，满城的茶咖酒香，无不令人流连。正因如此，人行道上的这个现象格外值得深思。

这种现象的形成，有其历史原因。贵阳坡多路陡，早年非机动车道规划有限。时过境迁，随着快递、外卖行业飞速发展，大量电动车需要通行空间。专用道不足，机混道危险，于是人行道便成了无奈之选。

一条人行道，是城市肌理的“毛细血管”，也是百姓安全出行的“民生神经”。治理这类问题，不妨从几个方面入手。

首先是设物理隔离，保行人空间。关键路段设护栏、植绿柱，温柔而坚定地划出人车界限。观山湖区部分路段的尝试已见成效，行人安全感随之提升。其次是增补非机动车道，给出路、导流向。结合山城地形，在条件允许处辟出非机动车慢行系统，即使不宽，也能让电动车有路可走；新建道路更须前瞻规划，避免旧地重复。再次是加强养护，还路于民。全面排查修破损地砖，提升路面品质，既是美观更是安全。最后是强化管理，压实责任。交警、城管需常态巡查、柔性执法；外卖快递平台也应加强骑手教育，让速度与文明并行。

道路是城市的血脉，秩序是文明的温度。期待贵阳以步道“小缺口”、做好“大民生”，让便利市民生活的人行道，重新成为人人安心的归宿。毕竟，一座城市的魅力，不仅在于它有多少风景，更在于它如何对待每一个行走其中的人。

多彩新论

山水作伴有“心”居

陈久菊

万峰林峰峦如剑，织金洞钟乳石似林，黄果树瀑布若练……贵州的山水，藏着大自然神奇的笔触。近年来，到贵州看山水已成为不少游客的出行清单必选项。旅居贵州，最动人的体验便是尽览山水的神奇隽秀。

作为全国世界自然遗产数量最多的省份，贵州坐拥荔波喀斯特、赤水丹霞、施秉喀斯特、梵净山4处世界自然遗产，是全国唯一位列“中国南方喀斯特”与“中国丹霞”两大世界遗产项目的省份，被誉为全球世界自然遗产地貌类型的“双冠王”。自然风光神奇秀美的贵州，真山真水处处是，一步一景让人醉，“山地公园省”的绝美版图里，每一处山水都自带滤镜。

优良的生态更为山水添色。贵州森林覆盖率高，河流湖泊星罗棋布，山水相映成趣。在黔东南，梯田与村寨相依，云雾与炊烟共舞；在黔西南，万峰湖畔的晨雾与晚霞，构成一幅流动的油画。这种“一步一景、移步换景”的视觉体验，让游客仿佛置身天然画廊，在美景中得到极致放松。

聚焦旅居新生活，贵州正稳步推进从“卖景观”到“卖体验”的转变，将山水资源优势转化为产业优势。各地纷纷推出山水旅居专线，配套观景民宿、摄影驿站、写生基地等，让游客既能看山水，更能住进山水里。

看山水，享旅居，贵州正以世界级生态、精品化服务，擦亮旅游名片，让游客在黔贵大地，尽览山水神奇隽秀，邂逅诗意栖居。

产经观察

酸汤变“潮饮” 变中有新机

李海钦

日前，《凯里酸汤饮料》团体标准立项，将助力酸汤从传统“调味品”向“新饮品”领域进军。这一变化，拓展了酸汤产业的发展赛道，孕育着发展新机遇。

酸是极具贵州特色的味道。酸汤鱼、酸汤牛肉等用名遐迩；“三天不吃酸，走路打踉

蹿”，说出了酸汤在贵州饮食中的重要地位。

富含乳酸菌、醋酸菌及多种微量元素，兼具生津止渴、开胃健脾的功效，贵州酸汤本身具备消费级饮品的潜质。物资匮乏年代，老一辈人用米汤发酵制成白酸汤，劳作时用来解暑解乏。酸汤从“入锅”到“入杯”，

可让传承千年的“乡土味道”，以一种更年轻、更时尚、更便捷的形态回归现代生活。

酸甜苦辣咸，“酸”为百味之首。2025年，贵州酸汤产业全产业链总产值超80亿元，1600余家主题餐厅遍布全国60多个城市；今年初，葡萄味酸汤饮料在全球华人春

节联欢晚会上被抢购一空。“吃醋”加“喝酸”，是对酸汤的高效开发，也是对年轻消费群体的一次精准对话。随着“酸汤刺梨饮”“酸汤咖啡”“酸汤冰淇淋”等产品上市，贵州酸汤正在实现从灶台到餐桌、从调味品到新饮品的转变。

酸汤变“潮饮”，变中有新机。新机遇，就在酸汤具有的营养价值和承载的历史传统里，在产品创新带来的现代叙事中。酸汤入杯，也让在地性的味觉体验转化为可携带的潮流产品，可传播的文化符号。“调味品”化身“新饮品”，愈变味愈浓，愈变愈精彩。

图里有理

春日农事忙

春日沃野，万物勃发。黔西市各地，农户有序开展整地、播种、覆膜等水稻育秧作业；普定县黄桶街道，数十名工人在种植大棚里熟练地采摘菊花苗装袋，为新一轮种植和外销菊花种苗做准备；麻江县建成40余个村级供销综合服务站，“线上预约、线下配送”实现农资供应全覆盖……各地农户抢抓农时开展农事活动，忙碌身影与沃野田畴相映成趣。

这正是：田间春意深，农耕把式新。地肥宜苗长，人勤不负春。（文/李海钦）



4月11日，黔南州福泉市陆坪镇罗坳村，村民利用无人机吊运水稻秧盘。黄欢 摄（影像贵州）

政府服务“暖心”一分，经营主体“信心”也会随之增长。当越来越多的政府部门放下身段、主动作为，当越来越多的企业能够轻装上阵、专注发展，经济的韧性活力必将充分迸发。

暖心解困激发经营主体活力

杨兴东

“避责思维”转变为“负责思维”。长期以来，部分基层执法存在一种误区，认为只要严格执法，就是尽职尽责。殊不知，这种行为看似守住了规矩，实则不利于企业成长。黔西市市场监管局紧扣“大抓经营主体”，推动从管理到帮助、从处罚到服务的角色转身；执法人员不再是铁面无私的“裁判员”，而是化身为企业身边的“法律顾问”和“办事员”，主动靠前排查隐患、规范流程。这种“服务前置”的模式，不仅降低了企业的合规成本，更在无形中拉近了政企之间的距离，构建起“亲”而又“清”的新型政商关系。

观念转变是前提，精准纾困是关键。企业的痛点各不相同，有的缺资金、有的愁销路、有的盼技术。如果不顾实际，“大水漫灌”式地出台政策，往往难以奏效。位于清镇市卫城镇铝加工园的贵州柯柯数码科技有限公司，曾在初创期因设备投入大、原材料成本高而举步维艰。关键时刻，清镇经开

区管委会及清镇市经发集团主动牵线搭桥，由清镇工投优联产业发展有限公司通过“富矿开开·清铝集采”平台为其提供代采服务，一举破解了原材料成本偏高的难题。这启示我们，只有深入一线“把脉问诊”，针对不同企业的不同“病灶”，开出一企一策的精准药方，真正做到“一把钥匙开一把锁”，才能实现雪中送炭的帮扶效果，让企业真正感到温暖、看到希望。

暖心解困不能是一阵风，必须依靠常态化机制来护航。大抓经营主体，既要靠有优良营商环境、让利于企的制度设计，也要有帮助企业解决困难的常态化跟进措施。这就要求我们必须建立健全企业诉求快速响应机制，利用数字化手段，打通服务企业的“最后一公里”，确保企业的困难有人听、有人管、有人解。同时，要坚持法治思维，把握好执法的尺度与温度，因地制宜落实“首违不罚”“轻微免罚”等包容审慎监管措施，坚决杜绝“一刀切”式的粗暴执法。只有在

法治的轨道上，既讲原则也讲感情，既讲力度也讲温度，才能让企业家安心经营、放心投资，形成稳定的心理预期。

企业信心比黄金更重要，而信心的来源，往往就在于政府部门那一次次及时的回应、一项项精准的举措、一声声真诚的问候。黔西市和清镇市的经验表明，政府服务“暖心”一分，经营主体“信心”也会随之增长。当越来越多的职能部门放下身段、主动作为，越来越多的企业能够轻装上阵、专注发展，经济的韧性活力必将充分迸发。

眼下，我国经济正处于新旧动能转换的关键时期，各类经营主体面临着不小的压力与挑战。越是爬坡过坎的时候，越需要政府与企业同舟共济。各地各部门当以此为契机，把“暖心解困”理念融入工作的每一个环节，不仅要让企业“留得青山”，更要助力企业“赢得未来”，共同汇聚起推动高质量发展的磅礴力量。

（作者系湖南日报评论员）