

评论员观察

贵州旅居 潜力无限

湛哈 敖子祺

旅居，作为新兴产业是时代新物种；作为一种生活形态，却并非新事。无论是夏日避暑、冬日温泉，还是康养休闲、亲子研学，只有在细分领域做到极致，打磨出几个“行业第一”，才算不辜负“老天爷赏的这碗饭”。

若发起一项问卷调查，贵州历史上，最负盛名的旅居客是谁？想必不少人都会选王阳明与徐霞客。

前者旅居龙场，一朝悟道，成就流传千古的阳明心学；后者踏遍黔山秀水，落笔成文，留下详实生动的山水游记。

旅居，作为新兴产业是时代新物种；作为一种生活形态，却并非新事。

从全国视野来看，各地皆有绝招：云南山水畅游“诗和远方”，海南沙滩承包冬日暖阳，江浙古镇飘着烟火气，广西长寿IP吸粉无数……

人人都在说“旅居”，贵州凭什么？今天的贵州，万物从容，山河可寄，馈赠无需付费的“生态红利”与“文化原浆”——

黄果树瀑悬银河，梵净山峰立禅光，小七孔碧潭漱玉，“公园省”多彩昂扬，作为全国拥有世界自然遗产地最多的省

份，这里呼吸皆琼露，空气清新如酿；俯仰即画屏，云霞近可望。苗绣灿若星月，侗歌飘过梯田，屯堡岁月流金，乌蒙尽展欢颜。恰似白居易诗中意：“不醉月中争去得？”此地山水可醉，风土人情可亲。

今天的贵州，烟火寻常，栖心不难，成就温泉并存的“生活高地”与“成本洼地”——

若抵达不被珍视，翻山越岭便失去意义。昔日的“地无三里平”，已被“县县通高速、市市通高铁”的现代路网重新定义；从西南腹地，跃升为串联成渝、粤港澳的“两小时生活圈”枢纽；贵州的妙处，在于成本与品质的平衡，租房购房成本不高，街巷里弄生活方便、风物特产地道鲜香。

奇绝风光、宜人气候、较低成本、多彩文化、便捷交通、生态康养……单项突出的地方不少，但能将这手“好牌”叠加得如此均衡且突出，贵州堪称独特。但选择一方天地旅居，还有更多现实的考量。

若无配套服务保障，何来旅居驻足停留？

若无医疗贴心兜底，何来旅居心安无忧？

若无文脉烟火浸润，何来旅居满心奔赴？

……

我们今天探讨贵州旅居长板在何处，也不能脱离发展语境就旅居谈旅居。

十多年前，看中一方清凉，少数重庆人来到毗邻的遵义桐梓，租住在农家避暑，是早期的旅居形态。如今，常住仅2.8万人的桐梓县九坝镇，每年涌入超过10万外地旅居客，1.3万户家庭在此置业，“十四五”期间发展尤为明显；其中，固然有市场需求的转换，也离不开这片土地对“旅居”二字的深刻理解。

古人待客，讲究洒扫庭除，才好开门迎客。“家当”厚实了，“屋子”敞亮了，自然会有客人愿意多来几次、多住几天，这也是贵州“十五五”开局之年这份邀约自信的由来。

这里，有民生基础铸就的强大磁力。交通筑基、医疗安心、人居提质、文化润心，一桩桩民生实事持续投入，释放民生福祉改善的“溢出效应”，自然积累了吸引旅居者的坚实底气。

这里，是乡愁和鸣新潮的情绪主场。在快速城市化的时代，贵州乡村保留了让人“魂牵梦绕”的乡愁底蕴，并被注入了崭新活力。从“乡愁花茂”，到各地火爆的避暑乡村，来这里当个幸福“村民”已成新风尚。

打开新鲜出炉的贵州旅居地图，清凉避暑、贵南阳光、康养疗愈三条旅居带幸福铺展，但细览这张旅居地图，贵州旅居的底子仍是气候引领。客观地说，坐拥天赐的气候与山水资源，贵州旅居的潜力，仍有不小的挖掘空间。

旅居贵州，精粹在多元：城镇旅居，可享便捷与活力；乡村旅居，可品乡愁焕新；康养旅居，可求身心安顿；文化旅游，可得沉浸体验；运动旅居，可释澎湃激情。但差距也在多元：品牌塑造仍有短板，未能形成近悦远来的辨识度；产品供给略显粗放，同质化问题偶有显现；季节仍有“偏科”，冬春季吸引力有待提升。

垂直才能带来溢价，精细才能铸就品牌。直面差距挖潜力，无论是夏日避暑、冬日温泉，还是康养休闲、亲子研学，只有在细分领域做到极致，打磨出几个“行业第一”，才算不辜负“老天爷赏的这碗饭”。

“旅居的兴起，是现代消费理念的嬗变。”正如中国旅游研究院副院长唐晓云所言。贵州要做的，正是精准呼应这场嬗变，让旅居成为一种可触可感、具体而微的生活方式，一个深入人心的旅居品牌。

什么才叫深入人心？到外省出差访友，提起贵州，省外朋友如今想到的，多是“凉快”“山水美”“万桥飞架”，这些是贵州标签，却不是生活本身。很多人只知道贵州的“凉”，却不知道“凉”背后的生活是什么，缺乏具象感知。

有一天，当人们听到“贵州”二字，脑海里浮现的不再只是风景，而是松弛、踏实、幸福的情绪体感——是卸下疲惫的安心，是遇见美好的欢喜，是安放乡愁的归属。到那时，贵州旅居，才算真正读懂了生活，也才算真正赢得了市场。

街谈巷议

都市里的乡愁味

李海钦

日前，《贵州省持续推进城市更新行动方案》印发。“加强既有建筑改造利用”“推进老旧小区、老旧厂区、城中村等改造提升”作为重点任务被写进了工作方案。

城市里的既有建筑、老旧厂区等，曾为建设发展作出过重要贡献，但是由于设施设备老化、安全风险增多、治理难度加

大等各方面原因，无法满足现代生活和生产需要。因此，有的楼宇陷入低效运用的境地，不少老旧厂区寂静的下来。

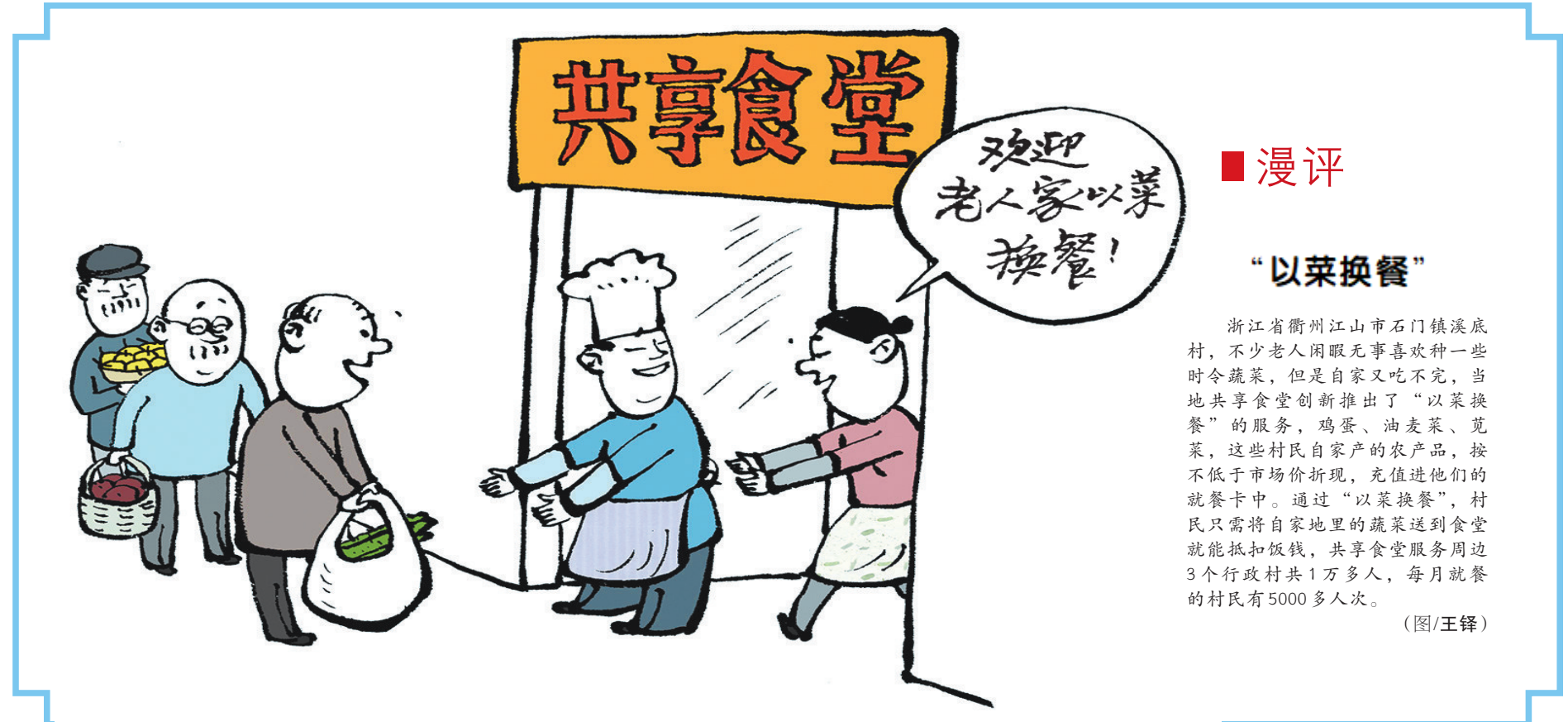
这些留下了岁月烙印的建筑，见证了那段激情燃烧的岁月，亲历了几代人火热的青春时光，成为回顾过往、追忆年华的“活历史”。它们在发展中融入城市记忆，成为城市历史脉络的一部分。老旧建筑焕

发新生，有利于提升资源集约利用水平，保护传承城市历史文化，彰显城市文化品位和底蕴特色。

在盘州市，昔日的盘江矿务局机电修配厂旧址，按照“修旧如旧”的手法，被打造成“三线”主题文化园；遗址的粗犷质感与自然的温润柔美和谐交融，成为深受市民喜爱的公共休闲空间。在贵阳市云岩区，诞生于20

世纪80年代的老办公楼，依托“核心商圈+双地铁”的优势，被打造为集生活、社交、成长于一体的青年社区，为在筑奋斗青年提供了一个栖居的家……这些事例表明，高质量更新、高水平运营、高效能治理，让老旧建筑焕发活力，是一项多赢之举。

城市里的既有建筑、老旧厂区等像一条纽带，联系着城市的过去与现在，关联着城市的未来。随着城市发展从大规模增量扩张阶段转向存量提质增量为主的阶段，持续推进城市更新，赋予老旧建筑新的生命，定能让人在过去与现在的碰撞融合中，感受到浓浓的乡愁。



漫评

“以菜换餐”

浙江省衢州市石门镇溪底村，不少老人闲暇无事喜欢种一些时令蔬菜，但是自家又吃不完，当地共享食堂创新推出了“以菜换餐”的服务，鸡蛋、油麦菜、苋菜，这些村民自家种的农产品，按不低于市场价折现，充值进他们的就餐卡中。通过“以菜换餐”，村民只需将自家地里的蔬菜送到食堂就能抵扣饭钱，共享食堂服务周边3个行政村共1万多人，每月就餐的村民有5000多人。

(图/王锋)

持续筑牢“干净黔茶”的品质根基，不断擦亮区域公用品牌的金字招牌，深入推动科技与产业深度融合，积极拥抱新茶饮消费趋势和国际化发展机遇，这片生于青山绿水间的叶子，必将成长为富民强省的“金叶子”，让贵州茶香飘向世界。

贵州茶从“大”到“强”的跃迁密码

刘建军 陈涛林

平方芽数提高31.2%，亩增产58.1%。贵州同时推广“以虫治虫”、绿肥控草等生态调控措施，杜绝化学除草剂施用；依托绿色农药国家重点实验室、中国—斯里兰卡茶叶绿色防控技术“一带一路”联合实验室等平台，为“干净黔茶”这一响亮品牌提供了核心科技支撑。如今，全省全域推行茶园绿色防控，“宁要草不要草甘膦”成为贵州茶人的共同坚守，“干净黔茶”的金字招牌，成为贵州茶产业最硬核的竞争力。

从“大”到“强”，品牌崛起与价值跃升。从茶叶大省迈向茶叶强省，品牌建设是必答题。贵州构建了“省级品牌+区域公用品牌+企业品牌”的品牌体系，“都匀毛尖”入选全国十大茶叶区域公用品牌，“湄潭翠芽”成为全国优秀茶叶区域公用品牌。2025年，都匀毛尖区域公用品牌价值攀升至55.88亿元，稳居贵州绿茶第一品牌、全国绿茶第一方阵。“湄潭翠芽”品牌价值48.87亿元，全国排名第28位。贵州红茶产量与出口均价双双登顶全国第一，“遵义红”品牌价值达56.8亿元，位列全国红茶品牌前三强；“普安红”品牌价值达32.5亿元，首次进入全国前十。在“都匀毛尖”“湄潭翠芽”“雷山银球茶”“遵义红”“普安红”“贵州抹茶”等公共品牌的引领下，形成了涵盖多品类、多香型的“产品矩阵”。贵州茶叶

正从“卖原料”走向“卖品牌”，价值跃升的路径日渐清晰。

破局之道，“传统经验”迈向“数据驱动”。品牌价值的背后是科技创新的硬核支撑。近年来，贵州省组建了茶产业专家服务团，联合贵州省农科院、贵州贵茶(集团)有限公司等省内高校科研院所和龙头企业，聚焦产业发展需求开展科技创新和产技术务，科技深度渗透贵州茶产业的每一个环节。

在茶园端，茶园数字化绿色高效栽培管理技术的创新和应用，实现了茶园农事管理效率的大幅提升和生产成本的有效降低；在加工端，智能化加工技术和设备的创新应用，让传统制茶工艺与现代标准化生产深度融合，这一融合成果延伸至新茶饮加工与产品开发领域，全面提升了茶叶及新茶饮原料加工的智能化、标准化水平；在产品端，不断攻关茶产业“种业芯片”，构建起品种选育的“贵州方阵”。此外，贵州大学科研团队依托茶科技小院建成示范基地，累计培训基层农技人员与茶农数千人；凭借茶园绿色防控与智慧植保相关成果，在全国博士后创新创业大赛中荣获金奖，为科技赋能产业发展注入了强劲动能。科技创新，让贵州茶产业从“靠天吃饭”走向“知天而作”，从“传统

经验”迈向“数据驱动”。

抹茶出海，开辟崭新赛道。近年来，贵州抹茶产业异军突起，建成全球最大的抹茶单体精制车间，2025年产量达2500吨，稳居全国第一，产品远销美国、日本、俄罗斯等54个国家和地区。2026年年初，32吨欧标抹茶从铜仁出发运渡重洋抵达瑞典，实现出口“开门红”。铜仁被授牌为“一带一路”抹茶高质量出口地区，“一带一路”国际茶贸易产业科技创新院抹茶研究中心也正式落户铜仁。以共建“一带一路”国家、东南亚、中亚、南亚为重点市场，贵州茶正沿着丝路茶香走向更广阔的世界舞台。

深情回眸，贵州茶产业已经实现了从“规模扩张”到“品质提升”的跨越；展望未来，从“茶叶大省”到“茶叶强省”的跃升，正迎来历史性机遇。持续筑牢“干净黔茶”的品质根基，不断擦亮区域公用品牌的金字招牌，深入推动科技与产业深度融合，积极拥抱新茶饮消费趋势和国际化发展机遇，这片生于青山绿水间的叶子，必将成长为富民强省的“金叶子”，让贵州茶香飘向世界。

(作者刘建军系贵州大学茶学院教授、院长，陈涛林系贵州大学茶学院副教授、茶叶加工教研室主任)

基层视角

助力野菜走向大市场

金妮

春山含笑，野菜正鲜。近日，“黔菜出山·山野珍珠”产销对接会在黔东南州黄平县旧州镇拉开帷幕。养心菜、紫背天葵、阳荷、水蕨菜等特色山野菜被端上品鉴台，通过清蒸、凉拌、煲汤等烹饪方式，散发野菜独特风味。省内外采购商走进标准化种植基地，看种苗、问技术、谈冷链，现场多家企业达成合作意向。

野菜曾是大山里的“度荒菜”，如今正成为消费升级时代的“健康菜”。贵州山高谷深、气候多样，可食用野菜资源丰富，折耳根、蕨菜、香椿等品种早已登上千家万户的餐桌。特别是折耳根，学名鱼腥草，2002年被原卫生部列入“既是食品又是药品的物品名单”，既是风味独特的佐餐佳品，也是清热解毒的养生食材。蕨菜口感清香滑润，富含多种维生素和微量元素，素有“山菜之王”美誉。这些“野味”，正迎来产业化开发的新机遇。

好生态如何转化为好效益，关键要找准产业发展路子。黄平县通过科技化和标准化种植，已建成野菜种植示范基地，驯化品种达20余种，亩产值远超传统作物。贵州蔬菜集团积极拓展省外市场，产品已进入大湾区、长三角及东南亚市场。从种苗扩繁到田间管理，从冷链物流到产销对接，产业链条环环相扣，让“小野菜”有了对接大市场的底气。

乡村全面振兴，产业是关键。山野菜产业规模虽“小”，但带动面广、附加值高，加上贵州独特的错峰上市优势，市场前景可期。政府引导、企业带动、农户参与，让山区群众在土地流转、基地务工、订单收购中获得稳定收益。漫山遍野的“野味”，正成为百姓增收致富的“幸福菜”。

暖闻热评

凝聚“帮一个算一个”的力量

黎思扬

“能帮一个算一个”，这句说了很多多次的话，随着袁大洪走到聚光灯下，被更多人所知，成为他23年公益之路的鲜活注脚。从月薪247元的抄表员到带领2300多名志愿者的贵州省道德模范，他用奉献书写了不凡的答卷。

下乡抄表，自掏腰包给村里3个受冻的孩子各买一双球鞋；之后每次进村，都会给困难家庭的孩子带去衣服、鞋子、文具；从一个人到一群人，袁大洪和团队共资助了176名困难学生，帮助他们完成学业，在各行各业发光发热……“一个”不是单纯的数字，而是一个个有血有肉的人。

善意的火种不在于大小，关键在于被点燃；一个人的力量或许有限，但当微光汇聚，就能照亮更多人前行的路。“能帮一个算一个”不张扬、不高调，讲究积少成多，蕴含温暖人心的力量。

世上没有从天而降的英雄，只有挺身而出的凡人。凡人如何挺身而出？在“能帮一个算一个”这句话里或许能找到一些答案：做公益不是负重前行，而是在力所能及的范围内去帮助别人，每个人都从身边做起、从帮助一个人开始，使涓涓细流汇成大海。

每一个被帮助的个体，都值得被认真对待；每一个温暖的灵魂，都蕴含着一份希望。体悟“能帮一个算一个”这份朴素而充满韧性的善意，当每个人都愿意伸出援手，我们生活的社会终将充满爱与希望。

热点锐见

足球更要从良知抓起

陈久菊

据川观新闻报道，10岁的孩子在本应挥洒汗水的绿茵场上对攻，却将球一次次踢向自家球门。这不是荒诞剧，而是近日发生在第五届中国青少年足球联赛北京赛区U10组比赛中的真实一幕。赛后，两队被取消资格，4名领队、主教练被终身禁足。

这场发生在10岁孩子身上的假球闹剧，绝非偶然。从2022年广东省运会U15假球，到如今U10年龄段“争着输球”，假球正向低龄蔓延。表面看，是赛制漏洞让两队为避强敌选择投机；深层看，却是成年人的功利算盘打在了孩子身上。体校、俱乐部将成绩与拨款、评优挂钩，教练薪资、晋升绑定名次，家长把足球当升学捷径，体育精神、诚信品德却被抛弃。

10岁正是价值观塑造成型的关键期，教练本应传递拼搏与尊重，却教唆孩子钻规则空子、公然造假。当孩子们茫然地执行教练的“战术”，他们学到的不是体育精神，而是如何钻规则的口子。这种行为毁掉的不只是一场比赛，更是孩子对公平、诚信的认知。让体育回归纯粹，不应只是一句口号。杜绝青少年假球，必须零容忍，及时纠偏。需反思：如何建立科学的评价体系，而不只以奖牌论英雄？

足球从娃娃抓起，更要从良知抓起。铲除功利主义的土壤，让体育回归育人本质，让那些稚嫩的脚步在阳光下堂堂正正地奔跑，才是足球运动未来的希望所在。