

评论员观察

贵州“新三样”，何以拥抱世界？

柯锐

放眼“新三样”外贸大盘，全国平均出口增速27.1%，贵州182%的增速遥遥领先。即便整体外贸基数不及沿海省份，但细分赛道的爆发潜力，已经让贵州在全球绿色能源产业链站稳脚跟。

400辆定制大巴从贵阳首发沙特阿拉伯！

“贵州造”新能源大巴，首次批量挺进中东市场。除了新能源汽车，批量进入中东市场的还有“贵州造”锂电池、光伏产品。

深藏西南内陆的贵州，不靠沿海港口，不靠地缘近海优势，靠着新能源汽车、锂电池、光伏组成的“新三样”，在全球外贸赛道跑出惊人增速。

2025年，贵州“新三样”出口增幅高达182%，远超全国平均水平。实打实的数据证明：内陆不靠海，照样能连通全世界。

长久以来，内陆地区出海难，一直是制约经济发展的瓶颈。

没有天然海港，远离外贸口岸，物流成本偏高，曾是束缚中西部省份对外开放的桎梏。

过去，提起外贸出海，人们第一时间想到沿海城市。依山而建、遍山地山的贵州，似乎很难和远洋贸易、全球市场挂钩。但如今，随着“新三样”强势突围，贵州创新监管模式机制，全省货物进出口总额增速不俗。由此，彻底打破人们对内陆地区“出海难”的固有刻板印象，重新定义内陆出海的新机遇。

亮眼的数字，是新兴产业高质量发展最直观的证明。

拉长时间线看，“十四五”期间，贵州紧抓“一带一路”建设风口，锚定东南亚、南亚、中亚等海外重点市场，联动印尼、泰国、老挝等多国，搭建政企常态化合作桥梁。通过深耕落地，全省货物进出口总额年均增长9.2%，对外开放底盘越筑越牢。

近两年，新兴产业增长势头再度爆发。2025年，贵州“新三样”出口暴涨182%；今年一季度，全省锂电池进出口额5.24亿元，同比增长38.23%；电动汽车进出口额1.01亿元、同比飙升1434.92%。一串串飙升的数字背后，是“贵州造”走出深山、奔赴全球的铿锵脚步。

外贸提速，离不开营商环境持续优化和监管模式创新突破。

产品要出海，通关效率是关键。针对

锂电池批量大、交货紧、品类繁杂的出口痛点，贵州落地“出口锂电池包装智慧检验模式”。以前两三天才能办完的查验手续，如今半小时办结。效率大幅提升，企业出海成本随之下降。

今年4月初，全国首票采用“口岸属地一体化”监管模式的进口再生黑粉业务在贵州铜仁成功落地，口岸与属地高效衔接，开创了全国同类业务监管的先河。

全链条智慧监管，通关快、管控严，为“贵州造”勇闯海外市场插上了翅膀，后发优势凸显，托举“新三样”远航海外。

顶层设计持续加码，为“贵州造”出海保驾护航。

今年的贵州省政府工作报告提出，持续开展组团出海拓市场增订单行动。一边深耕高附加值新能源产品培育，一边畅通陆海物流脉络。扩容陆海新通道班列、黔粤班列，开行中欧、中亚班列。

一条条铁路干线，变成贵州连通全球的陆上“出海口”，把深山腹地与海外市场紧紧串联。政策落地、通道扩容、服务升级，三重利好叠加，让贵州新能源产业告别孤立发展。

曾经，贵州产业发展存在短板。中小企业零散分布、上下游各自为战，采购碎片化、订单小型化，面临“散装难

题”。

伴随产业链战略落地，依托龙头企业主企业聚拢资源，整合省内中小制造企业原材料需求，零散采购汇成规模化全球集采订单。

产业由散变聚，上下游协同发力，形成了全球原料引进、贵州就地智造、成品远销全球的双向循环产业链。

放眼“新三样”外贸大盘，全国平均出口增速27.1%，贵州182%的增速遥遥领先。即便整体外贸基数不及沿海省份，但细分赛道的爆发潜力，已经让贵州在全球绿色能源产业链站稳脚跟。

四五百辆客车开进中东，只是“贵州造”出海的一个缩影。未来，还会有更多“贵州造”走进世界市场。

贵州“新三样”逆势出海，正在改写内陆城市出海逻辑，对内陆省份发展有借鉴意义。

不靠海港不等于无缘外贸，身处内陆不等于封闭落后。找准特色赛道、夯实产业链条、优化通关物流、用好政策红利，内陆地区一样能冲破地理束缚，打通内外双向循环。

从深山洼地到全球绿色供应链关键一环，贵州用产业实力证明，地理区位不是发展的天花板，找准赛道、深耕产业，内陆同样能拥抱广阔世界。

(作者系新京报高级评论员)

成语新解

有的放矢与无的放矢

简言之

箭的价值在于命中靶心，为政的根本是解决民生问题。有“的”之矢，一箭中的；无“的”之矢，万箭无功。

毛泽东同志曾形象地说：“没有调查，就没有发言权。”调查研究“的”，就是客观实际、群众需求、问题导向；脱离了“的”，再多的“矢”也不不过主观臆想的产物。

“无的放矢”在工作中的表现并不少见。有的决策看似热热闹闹、声势浩大，却经不起实践检验。项目上马时拍胸脯，推进中拍胸脯，出了问题拍大腿。凡此种种，皆归结为“无的放矢”的范畴。其根源在于，没有把“的”立在对实际情况的精准把握上，而是立个人臆想或短期功利之上。

形式主义、官僚主义是党的大敌、人民的大敌。而“无的放矢”正是形式主义的典型症候，动作做了很多，靶子却不知在何处。

与之相反，“有的放矢”背后是实事求是的思想路线，是唯物辩证法抓主要矛盾的基本方法论。只有像“解剖麻雀”一样沉下去，把情况摸透、把症结找准，发出的“矢”才能正中靶心。

这也是一个政绩观的问题。政绩观正，则“的”立在人民心中；政绩观偏，则“的”画在汇报材料里。树立和践行正确政绩观，就要坚持实事求是，按客观规律办事，使一切工作经得起实践、人民、历史的检验。

热点众议

让录取通知书回归纯粹

权若青

近日，教育部明确要求推动高校录取通知书回归“一页纸”，坚决杜绝奢华录取通知书、新生礼盒等不良风气。今年全国高考报名人数达1290万人，在千万学子即将奔赴人生新阶段之际，让通知书卸下“浓妆”，并非否定心意，而是要找回那份“见字如面”的深情与匠心。

录取通知书是大学与新生的第一次正式接触，承载着特殊的仪式感和育人功能。前些年，一些高校在录取通知书上争奇斗艳，芯片、徽章、文创礼盒层出不穷，费用不菲却喧宾夺主。当通知书变成了“伴手礼盲盒”，其本身的告知功能与精神感召力反而被消解。

杜绝奢华之风，并非否定仪式感，而是呼唤返璞归真的匠心。陕西师范大学坚持十余年毛笔手写录取通知书，翰墨飘香，一笔一划皆是传承与敬畏；清华大学曾随通知书寄出一本“校长赠书”，寓意“好好读书”，以书香浸润新生心田；南开大学在通知书中附上一粒莲花种子，寓意新生如莲绽放、扎根成长。这些做法简约而不简单，让学生在拆开信封的瞬间，触摸到的是所大学的品格、风骨与深情。

于方寸之间见天地，于素朴之中有深意。“一页纸”本身就是告诉学生：大学之道，不在虚华的外表，而在求实的学问、在笃行的担当。当录取通知书剥离奢华侈化的包装，回归到传递信息、启迪思想的本位，它便完成了对新生第一次关于“何为大学精神”的启蒙。

1290万新生，1290万份期待。期待更多高校能在这一纸录取通知书上精耕细作，在学子心中留下深情的凝望和用心良苦的托付，便是最好的新生第一课。

现场评论

点燃这份“抢”的精气神

李海钦

贵安新区高峰镇龙宝村，曾因民宿短缺留住游客。今年以来，村里将闲置房屋改造成民宿，对老旧茶馆进行翻新。在此过程中，村民你追我赶，实现了“不敢抢”到“跟着干”再到“抢着干”的变化。发展信心被一步步点燃，“抢”的势头在村里荡开。

抢，是不甘人后的追求。这些年，不少村寨依托民宿产业吃上了旅游饭，这阵风

也吹到龙宝村。去年丰收节，1500多人涌进龙宝村看稻浪、拍风光、买新米，热闹非凡。可因村里床位寥寥无几、没有足够的住宿条件，天色一晓人群便匆匆离去。嗅到发展机遇，当地知不足而奋进，全力发展民宿产业。如今，新民宿开门迎客，旧茶馆修缮翻新，村民积极改造房屋，“抢”的热潮一浪接一浪。

抢，是勇于突破的进取。干任何

事，观念上的障碍消除了、行动才会迅猛有力。针对村民“种好田是本分，搞旅游太虚”的观念，“房子旧、没经验、怕亏本”的顾虑，当地组织村民外出考察，亲眼看、当面问、切身悟，考察回来谈感受、说计划、算细账。一旦告别“舒适圈”、突破观念的枷锁，遇到问题，人就不再消极回避而是主动面对，化忧虑为冷静，想方设法把事情做成。

图里有理

湛哈

抓好粮食生产，是守牢耕地红线、保障粮食安全的关键。眼下正是夏种夏管的关键时节，起秧、插秧、施肥管护……这样的忙碌场景正在全省各地田间地头同步上演。各地抢抓时节，大力推进良种良法、高标准农田建设和社会化服务，让“藏粮于地、藏粮于技”落地见效，真正把饭碗牢牢端在自己手中，用勤劳的双手托起丰收的希望。

这正是：田间地头人倍忙，手把青秧插成行。

藏粮于地又于技，秋来户户谷满仓。

(文/焯凡)



黔东南州从江县贯洞镇龙图村大坝田间，当地村民抢抓农时，开展稻田管护等作业。梁辉波 摄

当前，贵州赛事的热度有目共睹，但如何将这份热度转化为持久的动能，仍有不小的探索空间。赛事期间人气旺盛、消费火爆，这是可喜的开局；然而赛事落幕之后，能否继续保持吸引力、让流量真正留下来，还需要在运营上下更大功夫。

让“赛事热”转化为“经济热”

金妮

化的扎实探索。

赛事聚人气。赛事是天然的人流聚合器，直接带动餐饮、住宿、交通、零售等消费增长。“村超”揭幕战半场拉动榕江旅游综合收入8600万元，毕节“村超”主场联动响水滩音乐节，全网浏览量突破800万次，有效盘活本地避暑经济、夜间经济。贵阳马拉松、铜仁龙舟赛等大型赛事，带动周边酒店满房、餐馆排起长队，特色农产品、非遗文创借势热销，真正实现了办一场赛事、旺一方消费、富一方群众。

赛事促融合。全省各地跳出“就赛事办赛事”的单一思维，推动赛事与文旅、非遗、商业深度融合，延伸消费链条。黔南“票根经济”打通赛事与景区壁垒，让观赛流量转化为旅游客流；“村超”赛事融入芦笙演奏、民族歌舞等非遗元素，让体育竞技成为文化传播载体；各地同步推出特色体育集市、音乐节、民俗展演，形成多元消费场景。IP叠加、业态联动的模式，既放大了赛事声量，又丰富了消费供给，让短暂的赛事流量沉淀为持续的消费活力。

赛事赋能城市发展。赛事经济不仅拉动短期消费，更进一步推动城市功能完善、品质提升。正如《规划》所要求的，结合老旧街区厂区改造提升，从而丰富文旅体展等融合业态，创新沉浸式体验等多元消费场景。贵州各地借势赛事举办，完善体育场馆、市政道路、停车设施等基础设施，提升城市承载力；整治周边环境、优化服务流程，改善人居环境与营商环境；培育本土赛事团队、运营企业，带动体育产业、文创产业发展。一场赛事，既是城市形象的“展示窗”，也是城市更新的“助推器”，为长远发展积蓄动能。

当前，贵州赛事的热度有目共睹，但如何将这份热度转化为持久的动能，仍有不小的探索空间。赛事期间人气旺盛、消费火爆，这是可喜的开局；然而赛事落幕之后，能否继续保持吸引力、让流量真正留下来，还需要在运营上下更大功夫。《规划》将赛事经济纳入城市更新顶层设计，正是要求各地跳出短期思维，推动从“一时火爆”向“常态长效”转变。

从“流量”到“留量”再到“增

量”，需要多管齐下，更需要以系统思维谋长远。要做强IP培育，深耕“村超”、马拉松、龙舟赛等本土特色IP，打造“全年联动”的赛事体系，避免同质化竞争，让热度持续升温。要深化业态融合，紧扣“赛事+”理念，完善“票根经济”“联票优惠”等机制，打通赛事与景区、商圈的消费通道，让观赛人流转化为消费增量。要完善配套支撑，对接国家城市更新战略，加快老旧街区、闲置空间改造，优化交通、住宿、服务等配套，培育专业运营团队，推动体育产业规模化发展。要强化全域联动，打破市州壁垒，推动资源共享、客源互送，形成“城乡联动、全域共兴”的赛事经济格局。

体育热催生经济热，新场景孕育新机遇。在国家推动城市更新、培育新动能的战略机遇下，贵州凭借群众体育的深厚基础、山水人文的独特优势，赛事经济大有可为。持续推动赛事经济与城市更新、产业升级深度融合，贵州定能让“赛事热”持续升温，走出一条具有贵州特色的赛事经济高质量发展之路。

基层视角

不卖门票卖体验的做法对了

陈久菊

近日，有记者实地探访凯里下司古镇发现，相比以前收门票时，现在的景区更具活力。曾经，古镇收着门票，门庭冷落。自2024年4月大胆实行免费后，景区近年的旅游综合收入突破4.9亿元，较免费前增长37.61%。不收门票反而赚得更多，这座古镇究竟做对了什么？

长期以来，不少景区深陷门票经济的依赖。门票把许多学生、本地常客挡在门外，景区失去了宝贵的回头客。但转型绝非一免了之，免费打破了游客心里那道“值不值”的坎，也在倒逼管理者换一种思路：从单纯卖风景转向卖体验、卖生活方式。

加强管理，做好服务，是承接流量的基石。免费可能导致游客短期激增，超过景区承载力，拥堵、设施损坏等问题就会凸显。下司古镇构建“中心+公司”管理模式，对景区行政、民事、运营管理等事务进行细分，推行网格化管理，实行干部每日常态化巡查，规范商户经营，营造良好的市场秩序，用精细化的服务管理留住流量。

业态是否丰富，体验是否更好，决定着减法能不能变成加法。否则，免费就可能赔本赚吆喝。下司古镇将千年文脉与现代潮流无缝对接，通过丰富沉浸式、体验式业态转变运营模式。先后推出皮划艇、桨板水上运动体验项目，编排沉浸式演绎节目等，景区业态不断丰富。当古镇变成开放、鲜活的生活空间，游客不再来来去去匆匆。

两年转型淬炼，下司古镇从打卡小镇蜕变为沉浸式文旅目的地。文旅创收不能只靠门票经济的小账，更要算区域经济协同发展的大账。一个有生命力的景区，通过多层次、现代化的运营，所创造的价值和影响力，远远超过一张门票。