

◇开局起步“十五五”

# 激活“微度假”消费新空间

李长津

贵州省“十五五”规划纲要提出，落实带薪错峰休假，结合实际探索设置中小学春秋假，积极发展假日经济。当前，以周末游、周边游、短途游为核心的“微度假”模式快速兴起，成为激活服务消费、培育新型消费场景的重要抓手。以错峰休假为牵引，大力发展情绪经济，深耕“微度假”赛道，在丰富产品供给、点亮夜间场景、完善服务配套、强化消费引导上持续发力，能够不断推动文旅、赛事、餐饮、康养等服务消费提质扩容，充分释放消费活力。

错峰休假落地见效，“微度假”迎来发展机遇。今年3月，省人社厅、省委组织部等四部门联合印发《关于进一步推动带薪休假错峰休假的通知》，明确坚持“应休尽休、错峰安排”原则，从带薪年休假落实、错峰引导、消费联动三方面作出部署。鼓励休假与周末、节庆衔接，探索“25天微度假”，推动休假与育儿假等统筹使用。这些举措推动错峰休假落地，为“微度假”提供时间保障，提升职工休假意愿，周末短途、错峰出行成为消费新趋势。

消费需求持续升级，“微度假”潜力释放。随着经济发展和居民收入提高，消费需求从观光打卡转向休闲体验、健康养生、短途化、高频化、个性化的“微度假”成为消费新潮流。居民出游意愿强烈，周末到周边景区游玩、乡村民宿休闲、城市街区打卡，成为越来越多居民的生活选择。同时，全省“县县通高速”、高铁网络不断完善，“快进慢游”旅游服务体系基本形成，贵阳至各市(州)1-2小时通达，为“微度假”提供便捷交通保障。

深耕周末“微度假”，构建多元化产品体系。立足资源禀赋，紧扣

错峰休假需求，以“小而精、专而特”为导向，打造分层分类、特色鲜明的周末“微度假”产品体系，满足不同客群消费需求。一是打造近郊休闲度假产品。围绕贵阳、遵义等中心城市，构建1-2小时“微度假”生活圈，依托周边乡村、森林等资源，培育度假综合体、主题露营地等项目，重点发展“露营+多元体验”组合产品适配青年群体，培育精品民宿，推出“民宿+农事+非遗”产品吸引家庭亲子客群。二是开发特色主题度假产品。结合春秋季节错峰时段，推出“赏花品茗、康养研学”线路；深耕民族、红色、生态资源，开发非遗体验、红色研学等主题产品，如依托西江千户苗寨、黄果树景区等推出专属体验产品，针对银发群体打造温泉疗养、中医康养、避暑旅居等“候鸟式”旅居产品。三是培育假日专属产品。衔接带薪休假与周末、节假日，推出“25天微度假”线路及优惠套餐，鼓励企业在非旺季推出折扣活动；依托山地资源大力发展攀岩、登山、探洞、骑行、越野、蹦极、跳伞、漂流、徒步等户外项目，打造青年客群释放情绪的消费新场景；深化“文旅+赛事”融合，依托“村超”“村BA”等“村字号”IP，打造“观赛+游玩+消费”一体化体验，引导居民错峰出游，释放消费潜力；推出体验型文旅融合产品，强化“跟着民俗游贵州”“跟着音乐游贵州”“跟着赛事游贵州”“跟着影视游贵州”文旅产品供给，持续扩大文旅互动引流效应，丰富消费场景供给。

点亮夜间消费场景，激发全时段消费活力。以国家级夜间文化和旅游消费集聚区建设为抓手，推动“文旅+餐饮+演艺+康养”深度融合。一是打造多元夜间消费集聚区。优化空间布局，在各市(州)、县域培育特色集聚区，推动贵阳青云市

集、太平路、阿云朵仓、青岩古镇、遵义1935、镇远古城、丹寨万达小镇等提质升级，打造标杆；依托城市街区、公园等打造文旅走廊，利用闲置空间发展文创、文化展演等业态；在乡村依托民族村寨、民俗，推出篝火晚会、民族歌舞等产品，丰富乡村夜间生活。二是丰富夜间文旅业态。打破“餐饮+购物”单一模式，推动多业态融入。鼓励夜间演艺升级，支持《再回西游》等精品演艺，打造沉浸式夜间演艺项目；发展夜间康养，推出温泉夜泡、中医理疗等产品，打造特色度假模式；发展夜间体育，依托场馆推出跑步、骑行等活动，激发运动消费活力。三是提升夜间消费品质。完善夜间交通、照明、停车等基础设施，优化交通接驳；加强市场监管，严厉打击价格欺诈、虚假宣传等行为，畅通12345、12315等消费者投诉渠道，营造安全有序的消费环境；推出夜间消费动线，为游客提供一站式消费指引，全面提升夜间消费体验。

完善服务配套体系，夯实消费升级基础。聚焦“吃住行游购娱”全链条，补齐服务配套短板，提升服务质量，为“微度假”消费提供坚实保障。一是优化交通接驳服务。持续优化“快进慢游”交通网络，加密中心城市至近郊景区、民宿的公交和旅游专线，开通周末及节假日“微度假”定制专线；加强交通疏导，增设临时停车设施、推广智慧停车，完善自驾车营地和充电桩等设施建设，提升自驾游水平。二是提升基础设施与服务水平。加大“微度假”目的地基础设施投入，完善供水供电、网络通信、卫生厕所等设施，加大乡村及偏远景区基础设施投入；提升民宿、农家乐等住宿和餐饮服务标准，开展服务人员专业培训，推动

服务规范化、专业化、标准化；升级“一码游贵州”平台，用好“黄小西”智能体，整合预约、购票、导航等功能，为游客提供行程规划、一键订购、AI伴游、游记生成等服务，实现“一部手机游贵州”。三是强化消费激励与保障。加大周末、错峰休假时段消费券定向发放力度，深化“消费券+票根经济”联动促销，鼓励企业推出套餐、折扣套餐，实现“一票多用、一券多惠”。

强化消费引导联动，推动休假消费同频共振。健全错峰休假与“微度假”消费联动机制，加强宣传引导、部门协同、企业联动，营造浓厚氛围。一是加强精准宣传推广。整合线上线下宣传资源，围绕错峰休假、周末“微度假”，多渠道宣传特色线路、优惠政策，提升居民知晓度；策划“本地游、周边游”主题活动，推出系列特色活动，提升消费场景的“文化味”，开拓更多新的消费场景和消费空间，持续增强文化赋能消费场景、提振消费活力等能力和水平；针对青年群体、家庭亲子客群、银发群体等不同客群精准推送定制化产品，引导理性错峰消费。二是健全部门协同联动机制。建立文旅、商务、发改、工会、交通、市场监管等多部门联动工作机制，形成产品开发与宣传、消费激励、交通保障、市场监管等领域齐抓共管格局。三是推动企业联动融合发展。引导景区、民宿、餐饮、商业综合体、文创等企业组建“微度假”产业联盟，整合资源、共享客源、联动促销；鼓励企业推出套票、错峰折扣等优惠政策，降低消费成本，提升消费吸引力；支持企业运用大数据等技术分析消费需求，定制个性化“微度假”方案，提升消费体验，推动休假消费潜力充分释放。

(作者单位：中共贵州省委党校)



贵阳清镇红枫湖景区。朱进 摄(影像贵州)

◇大家理论

贵州省“十五五”规划纲要提出，深入实施新时代立德树人工程。当前，新一轮科技革命和产业变革蓬勃兴起，新工科建设步伐持续加快。立足制造强国建设目标构建以先进制造业为骨干的现代化产业体系，构建适应新质生产力发展要求，高校机械学科既要在专业教学中夯实青年学子专业根基与工程能力，更要在理想信念塑造中厚植家国情怀，紧扣服务国家重大战略与区域经济社会发展，培育时代新人。高校机械学科一体推进教育科技人才发展，要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持立德树人根本任务，不仅要聚焦新科技、新产业、新业态、新模式调整专业和课程设置，还要深入梳理学科的价值理念、课程特点、思维方法，加强“大思政”建设。强化科学思维训练和科技伦理教育，涵养追求真理、勇攀高峰的使命担当。机械学科发展史承载着厚重家国传统与奋斗底色，从“两弹一星”到大飞机研制，从盾构机突破到航空发动机攻关，一件件大国重器的自立自强历程，都是铸魂育人的生动教材。应深挖学科发展中的家国情怀、科研攻关中的奋斗精神、工程实践中的工匠精神，将思政元素有机融入机械设计、智能制造等专业课程，推动思政课程与课程思政同向同行，引导青年学子将个人成长自觉融入国家发展大局，坚定投身制造强国建设的理想追求。

持续拓展育人阵地，打通实践育人链路。要推动思政小课堂与社会大课堂相结合，强化智慧新课堂。立足机械学科虚拟仿真、数字孪生、三维建模等技术优势，积极探索“AI+思政”“VR+思政”育人新模式。整合资源，搭建知识、问题、能力三位一体教学图谱，构建教师主导、智能技术辅助的新型教学形态。开发工程伦理VR情境教学系统，让学生在虚拟仿真场景中历练工程决策与理论判断能力。运用数字孪生技术还原重大工程建设历程与突破场景，以沉浸式体验增强青年科技自信与产业认同。依托大数据构建学生成长画像，实现精准供给、分类施教，推动思政育人从知识简单传递向精准深度协同跨越。

深化山海协作，构建产学研用协同育人格局。一体推进教育科技人才发展，促进科技自主创新和人才自主培养良性互动。抢抓省外高水平大学帮扶贵州省高校重点学科建设契机，深化校际结对合作，完善人才培养制度，把山海协作政策优势切实转化为立德树人制度优势，围绕产业发展需求，推动重点学科建设、科技攻关和成果转化。联合行业龙头企业、科研院所推行双导师制，共建联合实验室与工程创新平台，把真实工程场景作为锤炼学生专业素养与职业品格的实践课堂。深化新工科内涵建设，引入企业创新资源，推行工学交替、联合培养模式，将企业实践纳入人才培养刚性环节。组建高校、企业、科研院所、产业园区育人共同体，实现思政课堂与产业需求精准对接，让思政学习饱含实践温度，专业实践彰显精神高度。贯通教学、科研、管理、服务全链条，建强高素质专业化教师队伍，推动辅导员、学业导师、企业导师等育人力量同频共振，加快构建全员育人、全过程育人、全方位育人、全领域育人格局。

深耕校园文化建设，涵养新时代校园文明新风。对标文明校园创建“六个好”标准，将精神文明建设与党建思政、校园文化深度融合。坚持以文化人、以文育人，挖掘学科爱国奋斗故事、科研典型事迹、优秀校友榜样资源，丰富文明教育鲜活素材。常态化开展文明礼仪养成、优良学风创建、志愿服务实践等活动，引导青年学生自觉践行文明准则，崇尚严谨求实、精益求精的科学精神，勤奋好学、积极进取。营造比学赶超、共同进步的优良学风，推动学生在被动接受者到主动践行者转变，涵养新时代校园文明新风。

(作者单位：贵州大学)

## 系统构建创新人才培养体系

廖烨

◇实践与思考

## 产教融合赋能特色农产品品牌建设

何晓红 董成文

贵州省“十五五”规划纲要提出，统筹发展科技农业、绿色农业、质量农业、品牌农业，加快建设现代山地特色高效农业强省。发展品牌农业，是以品牌建设为核心抓手，依托特色资源禀赋，打造辨识度度高、溢价能力强、信誉稳定的特色农产品品牌。职业教育立足产品需求优化专业布局，打造“生产+品牌运营+物流管理”的复合型专业集群，贯通产业链和人才链，其依托产教融合模式，通过精准对接产业需求，构建技术支撑、文化赋能、渠道拓展的全链条服务体系，赋能特色农产品品牌建设。

锚定品质根基强化标准供给。品质稳定是特色农产品品牌立身之本。职业教育凭借技术研发与人才培养优势，构建“标准制定—落地推广—长效保障”的产教协同机制，从源头筑牢品牌根基。标准制定突出

地域特色。职业院校联合农业科研院所、行业协会及龙头企业组建跨领域团队，剖析特色农产品生长特性、加工工艺与品质要求，将国标与地域特色结合，制定“种植—加工—储运”全流程规范。如，针对茶类，需聚焦鲜叶采摘成熟度、杀青揉捻参数、干燥储存环境等关键环节，形成科学实操的技术指南。标准落地关键在于推广。职业院校打造“校内实训基地+校外专业服务站”双平台，通过校内实训让学生掌握标准流程，再组织师生深入产区开展技术帮扶与培训。同时构建“订单式”培养模式，按产业需求设核心课程，定向培育专业人才。

深挖文化基因赋能品牌内涵建设。品牌竞争力的核心是具备文化辨识度。通过“资源挖掘—价值转化—传播扩散”，让文化成为品牌的精神内核。建立跨主体协同机制挖掘文化资源。职业院校联合地方文

化部门、非遗保护机构及乡土文化研究专家学者，组建文化研究团队，通过田野调查、实践研学、口述史整理等方式，系统梳理特色产品的文化脉络。如，针对茶类产品，可深挖手工制茶技艺等非遗的文化价值、文化故事、民俗活动等，收集茶器、古茶树标本等实物资源，形成系统化的文化资源库，为品牌内涵建设提供支撑。搭建多元载体转化文化价值。在教学层面，将文化资源融入课程体系，开设茶文化研究、品牌故事创作等课程，培育兼具技术能力与文化传播能力的复合型人才；在实践层面，依托创新创业赛事，引导师生将文化元素与产品设计、包装创新相结合，开发“农产品+文创”的特色产品。同时，借助师生实践成果撰写文化传承指南，或通过学生创新创业故事、非遗技艺展示等场景化传

播，让品牌文化走进公众视野，提升品牌文化辨识度。

构建多元市场拓展机制，拓宽特色农产品品牌发展空间。构建“线上+线下+海外”的立体渠道网络，激活品牌市场活力。发挥商贸物流、市场营销等专业集群优势，联合电商平台、物流企业共建实训基地，组建产教融合电商团队，开展直播带货、品牌推广等实践操作，快速打开线上市场。针对产区农户与小微企业开展电商技能培训，覆盖直播技术、客户服务、物流对接等全流程内容，培育带货骨干。组织师生参与地方展会、政务交流、文化宣讲等活动，让特色农产品进入高端消费场景，提升品牌形象。借助教育国际交流平台，联动海外院校开展文化交流活动，通过特色农产品文化展示、技艺体验等方式，搭建国际化传播桥梁。同时，发挥物产管理、国际贸易等专业优势，协助企业对接海外市场品控标准、构建跨境物流链路。

(作者单位：贵州经贸职业技术学院)

## 从“村字号”实践看乡村振兴的内生逻辑

李玢

近年来，贵州一批植根乡土、源自群众的“村字号”文旅体活动持续出圈，从村寨走向全国、走向世界，成为观察新时代乡村振兴的重要窗口。透过这些生动实践可以看到，乡村振兴的关键在于把群众参与、乡土资源、产业发展和基层治理有机贯通起来，形成可持续发展的内生发展机制。其内生逻辑在于，以群众主体激活文化生命力，以产业融合拓展发展空间，以守正创新保持乡土本色，以有效治理保障长效运行，最终落脚到乡村文明培育和乡村全面振兴。

从“群众看”到“群众办”，激活乡村文化的主体力量。乡村文化的根基在群众，活力也在群众。乡村文化是在乡村日常生活中、公共交往和群众创造中不断生长出来的。贵州“村字号”实践的价值，在于群众真正成为文化活动的组织者、参与者和受益者。这说明，推进乡村文化振兴，应着力建立群众能参与、愿参与、常参与的制度化渠道，把群众自发热情转化为常态化文化实践。依托村民自治组织、返乡青年、非遗代表性传承人、基层文化骨干等力量，健全群众议事、活动共办、成果共享的文化参与机制。政府部门更多在方向引导、资源统筹、服务保

障上发力。从“一时热”到“长效兴”，推动文化流量转化为发展动能。文化出圈只是起点，产业承接才是关键。从新时代人文学科视角看，文化资源不仅是乡村振兴的精神财富，也能够转化为推动高质量发展的现实生产力。贵州“村字号”实践的价值，在于把文化资源转化为发展资源，把群众认同转化为市场认同，把乡土特色转化为持久吸引力。群众文化活动与地方资源、乡村产业和现代传播有效连接，能够推动文化价值、社会效益和经济效益相统一。流量转化为发展动能，要打通“文化引流—服务承接—产品转化—群众增收—反哺传承”的链条。围绕乡土赛事、民族节庆、非遗展示、地方美食、特色农产品等资源，完善餐饮住宿、交通服务、农特产品销售、文创开发、电商直播等配套业态，推动游客流量转化为消费增量，品牌影响转化为产品价值，文化认同转化为市场认同。要把社会效益放在首位，推动文旅融合发展，提升文化内涵，完善公共服务、延伸产业链条、带动群众增收。文化发展成果更多惠及群众，乡村文化经济循环才有持续基础。从“学形式”到“悟方法”，因

地制宜、守正创新是推进乡村文化建设的根本手段。贵州“村字号”实践，值得借鉴的是尊重乡土、尊重群众、尊重规律的发展理念。乡村文化建设贵在因地制宜。不同乡村的历史传统、民族风情、资源条件、人口结构和产业基础各不相同，文化振兴不能套用同一模板。各地应从本地历史文脉、民俗传统、民族文化、生产生活方式和精神文化特质中寻找生长点，培育具有地域辨识度、群众认同感和持续生命力的文化品牌。在因地制宜的基础上，还要把握好守正创新的辩证关系。守正创新的重点，在于守住文化根脉，打开时代通道。传统文化进入现代传播场景，需要在新的表达方式、组织形式和传播渠道中强化群众主体性。短视频、直播、电商平台、数字展陈等方式可以扩大乡村文化传播力，但要避免过度娱乐化、浅表化和泛化倾向。乡土文化既要“被看见”，更要“被理解”；既要“活起来”，也要“守得住”。从“不越位”到“不缺位”，以有效治理护航文化长红。乡村文化活动的越出圈，越需要治理跟进。要处理好政府引导与群众主体之间的关系。政府不越位，保留基层创造的鲜活气息；政府不缺位，保障

文化实践有序发展，在基础设施、安全保障、交通组织、环境卫生、市场监管、品牌保护、宣传推广等方面提供支撑。从长远看，应构建党委领导、政府引导、群众主体、市场参与、社会协同的乡村振兴格局。多方协同，才能推动乡村文化振兴从单点出圈走向系统培育，从短期热度走向长期建设。还要完善乡村文化品牌培育、评估和保护机制。对具有文化特色、群众基础和发展潜力的项目，持续支持、科学培育；对具有地方辨识度的文化品牌，强化知识产权保护和规范运营。

从“文化出圈”到“文明培育”，厚植乡村全面振兴的精神根基。从中国式现代化和乡村全面振兴的视野看，贵州“村字号”实践的价值，在于把乡村实际与文化传统贯通起来。它立足不同村寨、不同民族、不同地域的文化传统和发展实际，在尊重差异中激发创造活力，推动民族歌舞、服饰技艺、节庆习俗、乡土礼俗等传统资源进入现代生活和公共传播。这既体现了从实际出发推进文化建设的方法论，也体现了推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的时代要求。乡村文化振兴不是对传统的静态保存，而是在守护文化根脉基础上的创造性延续，把乡土文化的生命力转化为乡村发展的组织力、凝聚力和产业竞争力。

(作者单位：浙江金融职业学院)

本版责编：陈翔 张莹 杨春凌 王璐 版式设计：雷雨施 张睿