

评论员观察

找准兴业强县富民一体发展的起点

高刚

兴业、强县、富民并非时序固定的链式关系，任何一端均可作为逻辑原点，反向牵引另外两端整体跃升。摒弃路径依赖、杜绝照搬复制，立足本土实际找准起点，方能走出一条兴业强县富民一体推进的县域发展新路。

习近平总书记在贵州考察时强调，贵州要从自身实际出发，扎实推进以县城为重要载体的城镇化建设，推动兴业、强县、富民一体发展。一般认为，兴业是发展基础，强县是空间载体，富民是最终目标；如果没有兴业，强县和富民便无从谈起。兴业、强县、富民并非时序固定的链式关系，任何一端均可作为逻辑原点，反向牵引另外两端整体跃升，最终实现一体发展。

立足资源禀赋、历史积淀与区位优势，因地制宜选准起步点，是县域突破路径依赖困境、实现差异化高质量发展的关键所在。以兴业为起点，依托实体经济正向发

力、层层递进实现强县富民，是县域发展的主流路径。比如因酒而兴的仁怀市，汇集了1000多家酒企，构建起原料种植、酿造生产、包装物流、文旅融合的全产业链体系，形成千亿产业集群。完整产业体系创造的财富和税源，支撑起城乡基础设施升级、公共服务提质、基层治理增效，持续提升县域综合承载力与区域核心竞争力，稳步实现“强县”目标。而产业的扩容提质，不仅持续释放高质量就业岗位，还带动上下游小微企业集聚发展，增加创业机会，有效拓宽群众增收渠道，稳步实现全域“富民”愿景。

兴业先行的路径高度依赖资源禀赋与产业基础，并不适配所有县域。比如榕江县，作为最后一批脱贫县，工业底子薄、产业体系弱，属于典型的欠发达县域。发展初期，当地政府也希望通过招商引资撬动产业发展，以产业兴旺带动县域变强、群众变富。然而，因县域知名度低，市场吸引力严重不足，陷入“优质产业引不进、本土产业起不来”的发展僵局。探索新路，榕江成功打造“村超”县域IP，塑造专属县域品牌、积蓄全国性发展势能，率先实现县域软实力跃升、完成强县突破。品牌流量的持续汇聚，带动人流、

物流、资金流、信息流加速集聚，彻底破解招商引资难题。酒店餐饮、体育用品、农产品加工、特色文旅等产业如雨后春笋般不断涌现、蓬勃发展，补齐了县域产业链短板、夯实了经济底盘。产业的迭代升级，持续释放就业、创业空间，带动人才回流、乡村提质、群众增收和民生改善，成功构建“特色强县、流量兴业、产业富民”的完整发展闭环。

以富民为起点，则是依托人力资本前置积累、以雁归经济反向破局的发展逻辑，是最容易被忽视、却最适配中西部劳务输出大县的潜力型发展路径。这套发展逻辑最大限度挖掘了劳务输出的发展价值。比如正安县大量群众外出经商务工，在市场化环境中积累其他产业的实操技术、创业资本、行业渠道与现代经营理念，率先完成个体层面财富与能力双重跃升，实现起点意义上的富民。地方政府顺势搭建其他产业园吸引农民工返乡创业，并不断完善配套扶持政策、打通服务链条，促成技术、资金、市场资源批量回流落地。“无中生有”培育特色支柱产业，逐步打造集研发、生产、销售于一体的完整产业链，成功从传统劳务大县蝶变为独具魅

力的“吉他之都·音乐之城”，最终实现从个体富裕到产业兴旺、县域强盛的全域跃升，完成从个体富裕到产业兴旺、县域强盛的逆向传导。

县域禀赋千姿百态，发展条件各有优劣，兴业、强县、富民一体发展不存在统一固定的起步范式。三条发展路径各有适配场景、各有赋能优势：以兴业开局，是仁怀这类底蕴深厚、产业成熟县域的主流选择，发展底盘稳、提质成效快；以强县破局，是榕江这类工业薄弱、文旅资源禀赋独特县域的突围密钥，可通过打造标识性县域IP获取注意力资源，集聚发展要素，实现后发赶超；以富民起步，是正安这类劳务富集型县域的内源动力，把先富的百姓汇集起来形成推动产业兴旺和撬动县域整体跃升的关键力量。

三条路径在县域发展实践中可以相互嵌套、叠加赋能、协同发力。面向县域高质量发展新要求，各地唯有摒弃路径依赖、杜绝照搬复制，立足本土实际做足特色、锚定支点、找准起点，方能走出一条兴业强县富民一体推进的县域发展新路。（作者系贵州省社会科学院农村发展研究所所长、研究员）

热点锐见

舌尖安全关岂能“漏风漏水”

权若青

近日，深圳市市场监督管理局发布的抽检通告，让当地消费者心头一紧：小象超市桂花鱼检出违禁物质孔雀石绿，基因虾抗生素残留超标；永辉白萝卜、沃尔玛火龙果等也上了“黑榜”。2305批次样品检出86批次不合格，涉事品牌个个耳熟能详，舌尖安全再次敲响警钟。

孔雀石绿是水产生殖抑制剂，禁止使用的“毒物”，有潜在致癌性，损害肝脏造血系统。基因虾里的土霉素、金霉素等含量超标，则是滥用抗生素留下的祸根，长期食用会扰乱肠道菌群。这些本应被挡在餐桌之外的有害物质，能顺利“过关”，说到底，是企业品控疏忽、心存侥幸。

企业生意做的是信任，不能在广告里喊“新鲜直达”，却在安全关上“漏风漏水”。消费者担心的是，像小象超市桂花鱼这样的问题，究竟是偶发个案，还是长期“带病运行”？其他门店有没有类似的漏洞？企业若不拿出批溯源、整改措施，光靠一份道歉，无法抹去百姓心里的担忧。

食品安全法写得明白，销售含有违禁药物、兽药残留超标的食用农产品，属于明确违法行为，监管部门可没收产品、罚款，乃至责令停业。法律既然有“牙齿”，就要咬得准、咬得疼。市民期盼，不但要公布不合格样品，更要公开具体门店处罚结果和企业整改方案，拉网排查是否在全市多门店普遍性超标。如果只是下架了之、无碍于按下葫芦浮起瓢，难保下次不出事。

民以食为天，食以安为先。生鲜平台一头连着田间地头，一头连着百姓餐桌，这次深圳抽检是一记当头棒喝。希望监管继续“长牙带刺”、企业真抓整改，让每一棵菜、每一条鱼都经得起检验，老百姓才能吃得安心、放心。

“爱心驿站”为何不贴心

湛皓

为守护新业态劳动者，各地落地建设小哥驿站，本是补齐民生服务短板的暖心之举。但《半月谈》记者近期调查发现，部分城市的驿站正陷入尴尬境地：建了没人来、来了没人管、功能不对味，本该服务一线劳动者的阵地，反倒成了新的闲置资源。

“爱心驿站”为何不贴心？有的是选址与需求脱节，阵地成了“看得见、用不上”的摆设；有的是阵地宣传缺位，建了驿站却没人知晓；有的是建的时候物资齐备，运维却陷入失管状态……诸多问题的深层症结，在于重建设、轻运营，重数量、轻实效，让一座座驿站难逃闲置结局。

激活驿站的真正价值，得把功夫从“建得好”下到“用得好”上。选址不能盲

目铺摊子，而要精准贴合劳动者奔波的工作场景，盘活商圈边角、社区闲置空间，打造轻量化、精细化的便民微驿站。同时完善线上标识，在APP内部或导航地图上清晰标注站点位置、服务项目与开放时间，切实解决劳动者“找不到、不知情、用不便”的痛点。

方寸驿站，是城市民生服务的小窗口，更丈量着城市对奋斗者的善意与温度。关爱新业态群体，从来不是靠站点数量堆砌政绩、撑足场面，而是让每一处阵地都有人管、能常用、好用管用。把建设的余热、攻坚的韧劲，持之以恒投入到日常运营、精细管护之中，才能让驿站成为奔波在城市街巷的广大劳动者歇脚暖心的温情港湾。

多彩文评

《四渡》热度迅速转化为旅游热潮

陈久菊

重大革命历史题材影片《四渡》自6月26日上映以来，连续多日稳居单日票房前列，口碑与热度持续走高。猫眼专业版数据显示，截至7月4日12时27分，影片总票房突破1.6亿元。比票房数字更具深意的，是这部影片在现实中激起的千层浪：从网络空间的自发解读，到赤水河畔的实地探访，从历史叙事的多元传播，到红色旅游的持续升温，一部电影正在完成从银幕到现实的“过渡”。

千万粉丝博主“混子哥边画边讲”专程赶赴赤水河畔，实景拍摄四渡赤水

主题漫视视频，坦言“想把这段红色历史以更通俗的方式传播出去”；博主“奔放的小豆”将四渡赤水评价为“世界顶级”军事智慧……不同领域的创作者不约而同奔赴贵州，以各自擅长的方式重述历史、解读精神，让长征故事突破传统传播圈层，在全网形成持续热议的文化效应。

银幕上的热度，正迅速转化为线下的旅游热潮。贵州多个红色旅游目的地的游客量显著攀升；遵义会议纪念馆前人流络绎不绝，不少观众观影后专程前往学习长征

历史；娄山关景区成为红色打卡热门地，作为影片核心取景地，今年以来接待游客量已突破16万人次。

承接流量的，是贵州精准推出的“跟着《四渡》游贵州”影旅联动政策。省外游客凭影片票根，可享受省内国有A级景区免门票权益与500元消费券，还可领取“红飘带”演出100元立减优惠券。一张小小的票根，串联起观影、出行、消费全链条，让流量切实转化为增量。截至7月4日，“一码游贵州”平台已有超5万人领取免门票权益，直接带动线下消费热潮，

真正实现了电影热度与文旅经济的同频共振。

人们奔赴贵州，不只是为了打卡取景地的山水奇观，更是为了追寻这片土地上承载的长征记忆。当观众走出影院、走进娄山关的群山之间，“雄关漫道真如铁”不再只是书本里的诗句，而是可触摸的历史现场、可感知的精神力量。这种从“看故事”到“体验故事”的转变，正是红色文旅最动人的内核。

《四渡》带来的连锁效应，为红色IP赋能地方文旅发展提供了鲜活样本。一部诚意之作唤醒集体记忆，一套精准政策承接市场热情，一方山水承载精神传承——三者同频发力，既让红色文化打破传播边界，也让地方文旅找到增长新动能，更让长征精神在当代的行走与体验中，焕发出生生不息的生命力。

漫评

“护眼神器”不护眼

据中央广播电视总台中国之声报道，在各大网购平台上，各类主打缓解视疲劳的“滴眼液”“眼保健液”等护眼产品热销。不过，这些所谓的“护眼神器”，存在安全隐患。“健字号”“消字号”“妆字号”的滴眼产品，都不是药品或医疗器械，绝不能滴入眼睛。记者送检的三款产品，有的渗透压摩尔浓度存在异常，有的pH值存在异常；虽然在细菌总数上勉强符合化妆品安全技术规范，却都达不到药典对滴眼液的法定无菌要求。购买和使用眼部护理产品时，务必认准“国药准字”。

(图/王锋)



十年“痛客行”带来了什么

李海钦

升的精准针砭。游客的“痛点”就是文旅产业发展的“堵点”。

文化和旅游已经成为人民群众对美好生活向往的重要内容。每个旅行的人，都渴望高高兴兴出门、开开心心回家。但身在旅途，难免会遇到各种意想不到的状况。有些问题很小无伤大雅，有的问题让人伤透脑筋、搞坏心情。时常见诸网络的强制消费、诱导购物、“阴阳菜单”“天价菜品”、欺客、宰客等乱象，损害着游客利益；遭遇矛盾纠纷，游客出门在外维权成本高；景区景点软硬件设施跟不上，让体验打折，有好的意见建议而反馈渠道狭窄。凡此种种，既是游客之痛，亦是文旅产业发展需要解决的“堵点”。堵点不疏通，再美的风景也留不住人心。

“找茬”“挑刺”是为了让旅途更美好。来自天南海北的游客，人数众多、

需求多样，能够在旅途中发现吃、住、行、游、购、娱各方面存在的问题短板，并结合实际提出建设性的意见建议，是文旅产业发展的重要参与力量。游客主动化身“观察哨”，让相关部门的整改落实工作更有针对性、时效性。自2017年首届活动举办以来，“痛客行”活动累计浏览量超过1000万人次，留言评价、投诉举报及意见建议总量突破450万人次，累计发放奖金超240万元。游客反映的“痛点”得到逐一办理、回复、整改。“知痛”更“治痛”，一份份中肯的意见建议，为贵州文旅产业高质量发展添砖加瓦。

十年“痛客行”带来了什么？安顺市的实践或许给出了一个答案。今年“五一”期间，安顺12345热线盘出了一组特殊的数据：16件涉旅表扬工单，同比增长50%。广东游客丢了手机，景区工作人员帮着找回；四川游客购票受阻，志

愿者全程协助；重庆研究生因身份信息买不了学生票，专席工作人员在线指引……一个个“潜在的投诉”，最后变成了游客的“感谢”。

十年，耐心聆听游客意见建议，真金白银奖励“金点子”，切实整治整改问题，外在的约束变成内在的自觉、自发的行动，沉淀为一种风尚；十年，真诚对待游客的真知灼见，传递出一种感同身受的谅解、设身处地的体谅，人同此心、心同此理的共情力，提升了政策温度和人文情怀。

十年“痛客行”，引发人们对几个根本问题的思考：如何看待游客？如何对待游客投诉与反映？怎样化被动为主动、凝聚发展文化旅游产业的合力？保持开放的胸襟、包容的情怀、务实的作风，珍视每一份中肯的意见建议，闻过则喜、有则改之、集思广益。关于这道题的答案，贵州已经作答并将继续书写。

十年“痛客行”，真诚对待游客的真知灼见，传递出一种感同身受的谅解、设身处地的体谅，人同此心、心同此理的共情力，提升了政策温度和人文情怀。

进入暑假，贵州避暑游已经登上了热搜：贵阳机场旅客吞吐量首日起超7万人次，创下新高；铜仁暑运航线布局扩容，执飞十三条航线、通航十九座城市；展示贵州山水风光、人文风情、避暑旅居的短视频频频刷屏。

今夏贵州，除了清凉气候，还有一项已持续十年的活动同样引人注目——“多彩贵州满意旅游痛客行”。

2026年“痛客行”活动时间为6月至12月，分为宣传发动、曝光整改、总结奖励三个阶段。“痛点”、意见、建议的征集主要聚焦文化和旅游高质量发展、文化旅游行业监管、文化旅游公共设施、文化旅游企业服务、文化旅游从业人员服务、文化旅游安全六个方面。游客可化身“痛客”，专门负责发现短板与隐忧，他们的每一次“吐槽”，都是推动环境优化、服务提

基层视角

让品质成为最硬核的招牌

彭杨

山间野果裂变为30多亿元大产业，在高端市场卖出百元一斤单价。镇宁冰糖李“身价跃升”，验证了一条冷峻且深刻的产业逻辑，市场会对极致的品质给予最慷慨的奖赏。

好品质，是特色农产品闯荡大市场的硬核“通行证”。当市场关注从“有没有”向“好不好”转变，挑剔的消费者心甘情愿为一颗糖度更高、口感更脆的果子买单。冰糖李之所以身价倍增、供不应求，正是把“好吃”这件事做到了极致，让品质成了最硬核的招牌。

然而，一家一户的“好”是偶然，千家万户的“好”才是产业。守护这份“好”，关键要把品控做到极

致。镇宁编制9项生产管理标准、引入智能分拣线、推行“二码合一”防伪溯源，“身价跃升”，验证了一条冷峻且深刻的产业逻辑，市场会对极致的品质给予最慷慨的奖赏。

正是这份对品质近乎严苛的坚守，才换来了市场的青睐和消费者的信赖。事实表明，标准立得越严、品质守得越牢，产品“身价”反而越高。贵州的好山好水孕育了茶叶、刺梨、猕猴桃等众多优质特产，越是被市场追捧，越要倍加珍惜。唯有高标准、严要求，引导广大经营主体把品质这块“长板”锻造得更长，才能让每一份产品都经得起市场检验。兴农富民的产业路，才能越走越宽。

街头巷议

“拉链路”不该成为痛点

汪月

刚铺好又挖开，刚填平又开挖，不少城市路面反复上演“你方挖罢我登场”的循环。城市“动脉”在一次次开挖与缝合中，掏空了群众耐心，以至于市民笑称“拉链路”。

症结何在？根子在于“九龙治水”式的管理体制与“政

出多门”的决策惯性。供水、燃气、电力、通信等管线分属不同部门，各有规划，各拉各网，缺少互通互连的默契。群众心头有杆秤。摒弃“九龙治水”，拿出绣花功夫，才能让城市道路不再“开膛破肚”，让民生工程真正暖到心头。