

■ 评论员观察

锚定人工智能风口 跃升数据产业价值

伍少安

能否精准锚定产业风口、抢抓时代机遇，是决定一个地区高质量发展成色的关键。人工智能浪潮席卷而来，贵州主动抢占未来产业数据制高点，推动数据产业持续向价值链高端延伸。

近日召开的贵州省数据产业高质量发展新闻发布会，展示了数据产业规模持续扩大、各州市特色赛道多点开花的成效，释放了贵州在人工智能时代抢占新赛道、培育新质生产力的强力信号。

放眼全省，一幅数字经济的蓬勃画卷正徐徐展开：贵安新区锚定全省数据产业主战场定位，前瞻布局人工智能数据工厂；遵义立足酱酒、文旅等本土产业，以数据标注赋能传统产业数字化转型；黔东南依托“村BA”“村超”等本土特色资源，打造凯里数智产业园……今年全省数据产业经营主体已达5.6万余家，去年数智产业总规模达2994.65亿元。这份成绩

绝非一日之功，而是贵州十余年来前后接续、持续深耕大数据战略的结果。

能否精准锚定产业风口、抢抓时代机遇，是决定一个地区高质量发展成色的关键。十余年前，贵州敏锐把握“人类社会迈向大数据时代”的历史契机，依托政策先行与自然禀赋破局突围，打造出“中国数谷”烫金名片，走出了一条西部省份数字经济“无中生有”的新路。如今，人工智能浪潮席卷而来，贵州延续前瞻性战略定力，主动抢占未来产业数据制高点，深耕数据标注、具身智能数据采集两大核心赛道，推动数据产业持续向价值链高端延伸。

数据标注，既是人工智能模型训练的刚需底座，也是贵州切入人工智能新赛道最具比较优势的核心抓手。

如果把原始数据比作待开采的“新石油”，数据标注就是提炼优化的关键工序。只有经过结构化标注的优质数据，才能成为支撑人工智能模型迭代的核心养料。相比东部沿海，贵州在人力、场地、算力方面形成显著综合成本洼地。

东软、本原、景联文、菲利信等头部企业相继落地，业务覆盖基础图标注、

高精度多模态标注、自动驾驶数据集、大模型安全审核等全链条，形成了从基础产能到高端服务的产业配套。全省数据标注企业已达121家，从业人员突破1.2万人，贵阳获批建设国家数据产业集聚区，正全力争创全国数据标注产业创新试验区，产业集聚效应持续释放。随着人工智能产业的快速发展，数据标注这一基础赛道，将成为贵州巩固“中国数谷”地位、培育数字经济的重要增长极。

具身智能数据采集，是数据标注产业向高端跃升的核心赛道，也是贵州抢占全国数据产业新蓝海的关键突破口。

具身智能数据采集是将人类与物理世界交互的操作动作、视觉画面、触觉力觉等多维度信息，转化为具身智能机器人可学习、可复刻的数据。贵州发展具身智能数据采集，具有多元场景的禀赋优势，城乡居家、零售商超、酱酒酿造、能源矿山、文旅服务等生产生活场景，可低成本开放用于数据采集，精准弥补东部沿海城市场景类型单一、场地成本高企的短板。贵州是国内少数可规模化承载数据标注和具身智能数据采集的省份，全省超万人的

专业数据标注人才队伍、超170EFLOPS的算力规模、遍布各州市的数智产业园协同联动，能够快速形成“采集—加工—儲存—交易”全链条产业闭环。

头部企业加速集聚，景联文科技在贵阳建成全国三大自建具身智能数采基地之一，江行智能将数采中心落地贵安新区，帕西尼、智元机器人等行业龙头相继入驻，带动上下游生态企业协同发展。创新平台同步夯实，贵州省具身智能创新中心、具身智能机器人产教融合共同体及中试基地先后落地，中科紫东太初“国家队”科研力量注入，技术支撑能力持续提升。随着具身智能产业进入爆发增长期，这一赛道必将成为贵州数据产业升级的重要增长极，为“中国数谷”高质量发展注入源源不断的新动能。

从数据存储的“底座建设”，到数据加工的“价值增值”，贵州沿着数据产业价值链持续向上攀登，既是对大数据发展战略的赓续深化，也是面向智能时代的主动升维。站在新风口，贵州正以数据为笔、算力为墨，续写“中国数谷”新篇章。

■ 现场评论

找准体育和旅游的融合点

李海钦

进入三伏天，不少地方热浪滚滚。

2026六盘水马拉松鸣枪开跑，2.4万名跑友在19℃的夏天尽情奔跑。开跑前夕，从广州、成都、重庆、贵阳分别出发的四趟主题列车，载着参赛选手和游客，奔赴六盘水。

旅途中，《祝酒歌》《欢迎歌》《敬酒歌》以及彝族达体舞、水城民族服饰表演等被搬到了列车上，展示了六盘水浓郁的民族风情，营造了宾至如归的温馨氛围。

体育与旅游，悄然交织在了一起。

近期印发的《旅游强国建设“十五五”规划》，明确提出“丰富专业体育赛事和群众体育活动，推动参赛游、观赛游，推出一批特色旅游线路和主题产品”“推动赛事活动进景区、度假区等旅游场所，充分发挥综合效益”，为体育和旅游深度融合指明了方向。

响应这一部署，2026年六盘水马拉松首次从单一赛事升级为赛季，16场系列活动轮番登场。跑友告别“赶场式”参赛，

迎来“沉浸式”体验。

体育比赛是切口，文化旅游是文章。场景化拓展，让体育赛事告别“比完赛就走”的模式，拉近了参赛者和举办地之间的距离。一个地方的自然环境、地域特色、民风民俗等可以融入体育赛事，比赛线路串联景区、街区、美食、住宿等场景，这些内容又是旅游的重要场景，参赛游、观赛游、特色旅游线路和主题产品就需要在这样的融合中打造。

体育赛事带来客流，赛期被拉长、赛事被丰富，让“为一场比赛来”变成“为一段生活来”。一场比赛，专业选手追求超越自我、再创佳绩，普通游客追求参与感、氛围感和体验感。六盘水马拉松从单一赛事升级为赛季，全民健身与体育旅游同频共振，让参与人员实现了从“竞技”到“体验”的转化。

以六盘水马拉松为样本可以发现，赛事“流量”变旅游“留量”的密码，就藏在对方地方资源的深度挖掘、对群众需求的精准回应、对融合业态的持续创新之中。找准体育赛事与旅游体验的结合点、赛事经济与文旅产业的连接点。找准了，一个比赛能激活一座城；找准了，体育也能成为旅游的生动打开方式。

■ 漫评

这奖评得真离谱！

环卫工马甲上的乱码文字，竟然骗过了专业摄影评委，获得“一等奖”摄影作品。据南方都市报报道，近日，呼和浩特市文联主办的摄影双月赛中，一幅名为《洒乐园林》的AI生成作品引发网友热议。

摄影的魅力，在于定格瞬息万变的真实。AI可以辅助创作，但绝不能替代创作。请把那双发现美的眼睛，重新还给拿着相机的人。别再让技术跑在前面，规则碎在地上，信任伤在心里。

（文/权若青 图/徐小迪）

把“土特产”三个字琢磨透

刘旭友

水线果品无法复刻的地域优势。如今镇宁蜂糖李已实现规模化种植，核心产区投产面积超过18万亩，连片绵延的万亩果林勾勒出乡村振兴的绿色画卷。这份地道的山野土味，让深山小果站稳高端市场，成长为撑起县域经济、托举万民生计的大产业。

一方水土养一方风物。资源不是没有，是没被“琢磨”出来。2026年是“十五五”开局之年，把像蜂糖李之类的乡土物产雕琢成“稳得住、能致富、可持续”的富民基业，正是开局落子的关键。

“特”是魂，没有灵魂的特产，没有发展前途。“特”讲的是突出地域特点，体现当地禀赋。“土”解决了“有什么”，“特”要解决“凭什么与众不同”。市场上的产品种类千千万，没有“人无我有、人有我优、人优我特”的那一项，就永远只是默默无闻的那个。

镇宁蜂糖李被誉为“李中贵族”，贵在“特”色突出，形成了独特的竞争优势。蜂糖李的“特”，蕴含在镇宁喀斯特

河谷地带弱碱性、富含镁钙的钙质土的天赋里。天赋这事，镇宁没浪费。2017年通过国家农产品地理标志认证，保护范围是六马、良田、沙子、简嘎4个乡镇，同年拿“全国优质李金奖”；后面又叠加了欧盟有机认证、生态原产地保护、“中华源字号”、首批全国土特产推介名录。“镇宁”两个字和“蜂糖李”绑牢，是天赋之“特”的第一道确权。光有天赋还不够，镇宁用十余年把树种“芯片”啃下来，别家引种只能“照猫画虎”，镇宁自己握着母本和优系，迭代节奏自己定，强化了蜂糖李的种业之“特”。蜂糖李的“特”，还在于其本身辨识度很高，“一甜、两离、三黄、四香”，把“特”的认知感拉满，凸显独特品牌溢价。蜂糖李这颗“特”字招牌，是天赋、种业、辨识度三层叠加出来的，把“特”字变成了产业壁垒。“特”字琢磨透了，土疙瘩就能讲出新故事，乡货也能变成香饽饽。

“产”是体，关键要突破“产”字短板，构建全链条产业体系，形成集群，塑

造可持续后劲。“产”是最容易“偏科”的一环——一产热火朝天，二产冷冷清清，三产虎头蛇尾，结果利润大头被流通端吃了，农民还在产业链底端扛锄头。

镇宁蜂糖李的成功，关键是打破传统农产品发展的思维定式，构建起从育苗种植、标准管护、冷链分拣、精深加工到全域销售、农旅融合的全链条产业体系。以品牌塑造、三方融合，让深山山珍走出大山、走向全国、飘香海外，绘就“一果带一村、一业兴一县”的振兴图景。

“产”字琢磨透了，实质就是要“接二连三”，形成完整产业体系，向开发农业多种功能、挖掘乡村多元价值要效益，向一二三产业融合发展要效益。

实践证明，乡村产业振兴这道题的答案就写在每一方水土里，必须做好“土特产”文章，把“土”的底盘夯实，把“特”的灵魂立起来，把“产”的体系建完整。

（作者系中共贵州省委党校二级教授、发展研究院院长）

■ 三言两语

别拿通报当成遮羞布

湛聆

长沙女车主霸占车位事件，官方通报“一锤未定音”，网友质疑通报“拉偏架”。

如果说通报是一门公关艺术，那这门艺术就是群众工作的艺术，其本真无外乎还是那四个字——实事求是。

我们见证过“教科书式”的榜样。那些及时详尽、字字千钧、充满诚意的通报，就像给网友吃了一颗定心丸，把是非曲直掰开了揉碎了讲清楚。

现实中也常遇不少“糟心款”。姗姗来迟的回应、前后矛盾的逻辑、语焉不详的披

露、措辞不当的文本……犹抱琵琶半遮面，千呼万唤始出来。本应一锤定风波的通报，成了点燃众怒与舆情的“浇油”之火。

迟到的通报背后，是拖沓的作风；空洞的表述之下，是调查的浮泛；套话的堆砌，映照工作的敷衍。

琢磨“上头会怎么看”，忘了“下头老百姓怎么想”，文字便充满战战兢兢；想着“怎么把自个儿搞干净”，少了“这事该咋办”的担当，内容自然躲躲闪闪。

■ 热点锐见

反腐信息不是“流量密码”

金妮

《半月谈》记者调查发现，“炒腐”已形成一条隐蔽的黑灰产业链。体制内人员跑风漏气，信息经群租层层倒卖，自媒体以“挂简历”“谐音梗提前“预告”，甚至编造低俗情节博取流量。未公开的反腐信息属于内部工作信息，有的涉及国家秘密，岂能沦为牟利工具？

“炒腐”歪风，消解的是反腐工作的严肃性，透支的是审查调查的公信力，搅浑的是网络舆论生态。反腐败是一场严肃的政治斗争，不是供人猎奇的“娱乐闹剧”。落马消息被拿来“猜谜”，贪腐情节被编成“狗血剧本”，公众的反腐关注、正义关切，被引向娱乐化、猎奇化的歧途。当严肃议题被消解，反腐败工作的权威与庄重必然持续稀释。

群众关心反腐，再正常不过。对腐败，人人深恶痛绝。群众的日常关注，是知情权的朴素表达，也构成无形压力，

让腐败分子如坐针毡。但也需看到，当“预告”“猜谜”成为风潮，少数人正在利用这份正义感变现。这不是监督，是消费监督。

官方通报之所以审慎，在于纪检监察工作严守依规依纪依法原则，讲究程序正义、事实清楚。“预告”之所以有市场，在于满足了“先睹为快”的冲动，而编造的离奇“内幕”则迎合了猎奇心理。但若公众习惯性相信“小道”而非“官方”，舆论生态必将被侵蚀。反腐的根本在于净化政治生态、涵养清风正气，而不仅仅是围观“谁又进去了”。看热闹吃瓜，偏离了反腐治本初衷。

反腐信息不是“流量密码”，“炒腐”生伤的是公信力。斩断“炒腐”产业链，必须持续亮剑，严惩跑风漏气者、填补制度空白、压实平台责任，更要严惩为博流量、博眼球而恶意炒作的账号主体。

■ 街谈巷议

借“雨”生财终是空

鲁毅

据《每日经济新闻》报道，近日个别销售人员竟向车主发送“全损攻略”，指导其将车辆停至易积水区域，意图制造泡水全损骗取保险理赔。这种借天灾行骗的算计，看似精明，实则糊涂至极。

把车停在积水区等待暴雨，打的是“旧车残值不高，不如赌一把全损”的如意算盘。然而，法律绝不纵容这种侥幸。保险法明确规定，故意制造保险事故的，保险人有权拒赔；刑法更规定，保险诈骗数额特别巨大的，可处十年以上有期徒刑。即便未达犯罪标准，罚款、拘留、征信污点也足以让投机者悔不当初。

更需警惕的是那些炮制“攻略”的人。将教唆骗保包装成“温馨提示”，看似只是建议，

实则已踩到法律红线。教唆他人犯罪同样可能构成共犯。

有人以为暴雨是天灾，能为骗保行为打掩护，但司法实践表明，投保记录、报案时间、气象数据和车辆轨迹交叉对比之下，人为制造的事故难掩真相。法律与技术的合力，已大幅提高骗保风险，令侥幸者无处藏身。

保险是风雨中的托底保障，而托底的基础正是“诚信”。遏制骗保，既要靠事后精准甄别，也要在前端切断教唆源头——加强对网络平台、维修行业的监管，建立行业骗保黑名单，强化多部门联动惩治。

汛期防灾减灾，守护的是生命与财产安全；借“雨”生财的妄想，终将撞上法律的铁壁。诚信，才是每一个人最值得珍视的“保险”。

■ 焦点众议

公共图案怎么就成了私产

陈久菊

LV告莱莉奶白的热度还未退去，又因起诉国家知识产权局再次引起关注。据《每日经济新闻》报道，7月16日，北京知识产权法院公开开庭审理了这起涉LV的商标行政纠纷。

尽管LV诉莱莉奶白案刚刚胜诉，舆论几乎一边倒地站在被告一方，但LV的维权步伐并未因舆论压力而有所放慢。公开数据显示，近五年在中国发起商标维权诉讼竟高达1691起，仅2026年上半年就新增56起。

梳理LV海内外诉讼，不难发现其试图将棋盘格、四叶花等公用图案纳入自身商标保护版图。但在海外，这一策略屡屡碰壁。在欧盟，法院认定棋盘格图案自古即有，LV不得独占；在美国，法院认为四

瓣花系全球通用的装饰元素；在日本，相关判决表述：市松方格纹是公共文化资产，而非特定品牌标识。我国商标法同样明确对商标提出“显著性”要求，商标如果仅为通用图形、基础几何、公有装饰纹样的标志，不得作为商标注册。

这次官司胜负未定，但LV的野心不死显而易见。源自中国传统的柿蒂纹和宝相花等公共文化纹样属于全民共享的公共文化资源，要避免个别大企业以商标之名行独占之实。比起这场官司的胜负，更重要的是，我们能否以此为契机，完善传统文化纹样的知识产权保护机制，把老祖宗留下的大量文化遗产，真正转化为赋能本土品牌创作的宝贵资源。

本版投稿邮箱：gzrbspb@163.com

本版主编：马刚 本版责编：金妮 版式设计：侯刚 张睿



一方水土养一方风物。资源不是没有，是没被“琢磨”出来。2026年是“十五五”开局之年，把像蜂糖李之类的乡土物产雕琢成“稳得住、能致富、可持续”的富民基业，正是开局落子的关键。

习近平总书记指出：“各地推动产业振兴，要把‘土特产’这3个字琢磨透。”这是各地谋划乡村产业振兴的“行动总纲”。“土特产”3个字，看着像田埂上的一把土，分量却重过千斤。

“土”是根，是一方水土的馈赠，根扎得不深，产业长不高。“土”讲的是基于一方水土开发自然资源，打开视野来用好当地资源，是对本土禀赋的敬畏和深挖。

藏在镇宁深山中的蜂糖李，“土”味十足。原汁原味的山地禀赋、接地气的乡土根基，是镇宁蜂糖李破圈成长、扎根兴业的最终正乡土“味道”。当地独特的低热河谷气候、无污染的山地破碎土壤、昼夜悬殊的温差条件，孕育出独一无二的风物。无需过多人工雕琢，便自然炼出蜂糖李果肉脆嫩、蜜香浓郁、清甜纯粹的 truly 口感。这独一份的山野土味，是流