

■ 评论员观察

贵州旅游何以海外圈粉

吴静

从TikTok、小红书等社交平台，到国外本土热门的网络平台，都能看到贵州文旅的相关内容。贵州的自然山水与人文底蕴，在国外旅行者眼中，均有无穷的魅力。

笔者正在法国旅行，观察到贵州已然成为当地旅游市场上一个比较火热的目的地。这股“贵州热”并不局限于法国，在美国、荷兰等多个海外国家，贵州也正以独特魅力吸引着越来越多海外游客的目光。

从TikTok、小红书等社交平台，到国外本土热门的网络平台，都能看到贵州文旅的相关内容。一些旅游博主大V，也开始打卡贵州山水。

笔者梳理社交平台上的分享信息，并对多位到访过贵州的国外游客进行深度访谈，发现贵州的自然山水与人文底蕴，在国外旅行者眼中，均有无穷的魅力。

一位法国游客表示，除了如诗如画的风景，最让他和旅伴记忆深刻的，是当地人发自内心的热情。他们入住的民宿由本地家庭自主经营，全家人各司其职、深度参与接待：夫妇俩统筹客房住宿与家常餐饮，同时参与当地旅游巴士的运营调度；子女则负责相关信息对接的网站营销和资源整合。这种扎根乡土的家庭化运营模式，让游客品尝到地道的家常饭菜，能让游客灵活安排行程，获得了深度融入当地生活的旅行体验。

无独有偶，来自美国、荷兰等其他国家的不少游客，也在社交平台上分享了旅行贵州的感受。与菜农同乘城乡公交、接受苗族奶奶邀约去喝米酒等，这些充满烟火气的鲜活细节，屡屡在海外社交平台上引发共鸣，映照出贵州淳朴民风与原生民俗跨越文化边界的独特魅力。

另外，贵州近年来深度开发文旅项目，沉浸式体验活动异军突起。依托自然条件与文化背景、历史事件等沉浸式体验项目，也获得许多好评。如娄山关

沉浸式实景演出项目成为标杆案例，有别于传统静态观光模式，以沉浸式体验还原红色历史场景，打破文化传播壁垒。该项目不仅深耕国内市场，更成功吸引大量境外游客参与体验，让海外游客直观感受中国红色文化内涵，成为贵州文旅走向国门、讲好中国故事的优质载体，在海外收获良好的文化传播口碑。

当然，综合境外游客的游览体验、海外社交媒体评价等内容，可以发现贵州文旅在热度攀升的良好发展态势下，仍具备广阔的提质升级空间，发展机遇与成长潜力兼具。

关键的一点，是把握好开发与保护之间的平衡。优质的旅游接待服务，须以良好的商业开发为基础，但商业开发存在冲淡民俗民风的潜在可能。需要当地管理部门在开发与管理的进程中拿捏好尺度，在完善旅游基本设施配套、创造良性发展模式的同时，悉心守护淳朴的在地民风与特色民俗。

受山地地形地貌影响，贵州核心景区分布跨度大、点位相对零散，路途耗

时较长，这会影响游览体验。近年来，贵州持续完善立体旅游交通网络：高铁四通八达，高速公路密织成网，配合“支支串飞”支线航空联动模式，叠加“小车小团”等灵活化定制出行服务，有效压缩了旅途时长。

海外游客入黔，多以包车或跟团游览为主，因此需进一步推动涉外旅游包车市场、中小旅行社的服务提质升级。聚焦海外游客的核心痛点和实际需求，完善涉外生活配套、细化服务标准，精准匹配不同层级、不同出行偏好的境外游客需求，进而有效延长入境游客停留时长，激发消费潜力。

拓展贵州文旅的海外市场，需要立足自然山水、人文底蕴的核心优势，同时不断补齐服务方面存在的短板，逐步实现从“流量增长”向“口碑提质”转型，真正建成兼具生态魅力、文化底蕴、国际化服务能力的高品质旅游目的地。

（作者系旅游管理学博士，广东财经大学文化旅游学院讲师、硕士生导师）

■ 三言两语

“太懂法”怎么就成了“不懂事”？

湛略

日前，消费者吴先生因在山西太原预订酒店遭遇订单纠纷，通过当地12345维权，却在收到的回复工单中被认定为“涉嫌职业索赔人”。7月27日，太原市市监局回应，此系工作人员将内部核查的初步、口语化判断表述直接录入并反馈给12345，对此深表歉意。

吴先生被认定“涉嫌职业索赔人”的理由，有一条令人哭笑不得：在沟通中对相关法律法规很了解，不符合一般消费者情

况。有网友发问，太原12345，你的屁股坐在哪一边？有网友批评，维护权益的“准入资格”是“不懂法”吗？

吃了亏，搬出法条维护权益，本是理直气壮。接了访，随意定性混淆是非，着实有失公允。“太懂法”反而成了“不懂事”，原因无外乎那句，“来说是非者，必是是非人”的恶意偏见。这也提醒各地，工作流程要严格，服务能力要提升，群众和网友心里有杆秤。

■ 热点锐见

暴力示范只会教坏孩子

陈久菊

近日，湖北仙桃一小区电梯内，因男童挡门等人引发口角，其母不仅率先动手殴打同乘女孩，更在扭打中多次教唆儿子“帮我打她”。这起因20秒等待引发的小矛盾，最终演变成一场错误暴力示范。（扬子晚报7月29日）

在这起冲突中，最根本的问题是拿身子卡电梯门这事本身就不对。上到国家的特种设备安全法，下到地方的电梯安全条例，都明确规定禁止人为阻挡电梯门关闭，禁止长时间占用电梯等候。电梯门感应系统存在盲区，长时间阻挡极易触发强制关门，轻则夹伤，重则引发设备故障甚至坠梯风险。

电梯是公用的，真要有要紧事需要用电梯，先好言两句，征得同意之后，再按开门键等待，而不是用身体堵门。这个道理孩

子可以不懂，当妈的应该明白。然而，这位母亲却做出了一场反面的现场教学：进电梯第一句不是道歉而是“等一下怎么了”，接着教孩子“任何人说你们都要还回去”，扭打中反复教孩子“帮我打她”。一句道歉就能平息的口角，硬生生被她教成了以暴制暴的错误示范。这不是护短，是用行动告诉孩子：规则不重要，拳头才重要。

现实中，确实有一些家长认为“不能吃一点亏”，教孩子要“怼回去打回去”。这种教育看似保护，实则害人。孩子正处于价值观形成的关键期，父母的暴力示范会让他们误以为拳头是解决问题的唯一途径。今天教会孩子暴力解决问题，长大多半只能接受社会毒打才能长记性。教会孩子敬畏规则、明辨是非，才是伴随一生的财富。

打击盗版侵权不能再“追着跑”

金妮

热播电视剧在正版平台上线不足24小时，侵权资源便已在社交平台、网盘和搜索引擎中同步扩散；视频平台会员账号被拆分为“分时租赁”商品，在二手交易平台上公开叫卖……近年来，国家有关部门持续开展专项治理行动，但影视盗版现象屡禁不止。（《现代快报》7月31日）

相较于早年简单的屏屏、搬运盗版，如今的影视侵权已经形成一套成熟完备的黑色产业链。AI爬虫批量抓取、网盘加密存储、境外服务器庇护、跨境赌博广告嵌入……盗版手段的“迭代速度”显然跑赢了传统维权反应的“升级速度”。

打击影视盗版，难点不在无法可依，而在维权与侵权之间的失衡。新修订的著作权法将法定赔偿上限提至500万元，但实践中大量案件的判赔金额低于200万元。对比影视剧动辄上亿元的制作宣发成本，这样的惩戒力度几乎难以形成有效震慑。

此外，侵权链接可以“一键生成千万条”，权利人却只能“一条一条举报”，维权成本高、周期长、收益低。在这种失衡的现状下，影视盗版几乎成了“低风险、高收益”的稳赚生意，侵权自然屡禁不绝。反盗版治理目前大多停留在事后处置层面。集中精力下架链接、关停站点、删除资源，属于“亡羊补牢”。但上游的片源泄露漏洞始终存在，中游的侵权技术工具肆意流通，下游的广告金主、变现渠道依旧活跃。

打击盗版侵权，必须转变治理思路，从被动追着盗版跑，转向主动设防、源头管控，让盗版无处可藏、无利可图。对内，应强制重点影视项目在剪辑、传输、审片等全环节嵌入数字水印及区块链存证，将溯源能力前置；对外，要加强跨境执法协作，切断境外服务器与境内支付、广告、广告的销售通道。同时，司法层面应激活惩罚性赔偿制度，大幅抬高侵权成本。

■ 基层视角

“靠天吃饭”更要精耕细作

黎思扬

一个镇，短短三四年时间，民宿数量从12家激增增至258家，床位突破5000张，预计年接待常住游客5000人以上、过境游客25万人次，靠的是什么？遵义市正安县杼桥镇，探索出“政府搭台、干部牵线、群众参与”的三维联动模式，从凉爽天气中总结出一套“点凉成金”的发展智慧。

高温酷暑，避暑旅居重新定义了“夏日生活”的内涵。从找个凉快的地方短暂停留到长时间的旅居生活，从走马观花变成慢下来、融进去，避暑方式的变化是游客对清凉体验的本能追逐，更是对生活方式的一次主动选择。

然而清凉气候不是某个地方的专属。立足生态优势、气候特点，结合区位、交通、设施、业态等写好避暑旅居文章，关系到资源的开发、客源拓展、服务的优化。

面对市场，如何避免一拥而上、各自为战？基础设施短板如

何补齐？缺少标准如何保证服务质量？业态单一，如何把“回头客”变成“回头客”？针对村民的畏难情绪，如何激发他们的内生动力？这些是发展避暑旅居需要面对的问题。

杼桥镇的探索颇有代表性。当地制定规划变“单打独斗”为“握指成拳”；推出政府贴息的“民宿贷”，简化工商、消防、卫生审批流程，破解村民“想干不敢干、想干不会干”的痛点；升级水电路讯排污设施，补齐硬件短板；干部下沉，融入进去，避暑方式的变化是游客对清凉体验的本能追逐，更是对生活方式的一次主动选择。

看似“靠天吃饭”的产业，实则离不开精耕细作。只有精耕细作，立足气候不唯气候，避免同质化发展，补齐短板做优长板，才能让优势更加明显、特色更加彰显。

■ 街谈巷议

“快乐水”为什么不快乐了

权若青

暑期如约而至，但曾被年轻人视作“快乐水”的传统含糖饮料，在这个夏天感受到阵阵凉意。近日，据蓝鲸新闻报道，上海多家便利店与超市的传统含糖饮料销量有所下滑，而无糖茶、运动饮料则日渐走俏。一瓶饮料的冷暖，究竟传递出怎样的市场信号？

“卖不动”是表象，“消费迁移”才是实质。表面看，部分饮品销售遇冷，但深挖数据便不难发现，这不是消费者

“不喝了”，而是他们在“选着喝”。尼尔森IQ数据显示，2026年5月饮品行业全渠道增速同比下降8.7%，线下渠道下滑10.1%。然而，与之形成鲜明对照的是，农夫山泉2025年年报显示，其茶饮料产品收益同比增长29.0%，达215.96亿元，占总收益比升至41.1%，跃升为第一大品类。在三得利、东方树叶等率先吃到“健康红利”之后，统一、康师傅、今麦郎等品牌也纷纷布局无糖茶

赛道。

从“好喝”到“健康”的消费偏好迁移，是消费者“健康觉醒”的一次集体投票。过去，冰柜的C位属于高糖碳酸饮料，依靠强烈的味觉刺激和便利性俘获消费者；如今，超市店主已将无糖茶和运动饮料摆到最显眼位置。消费者用实实在在的购买行为宣告：健康，正在成为饮品选择的第一标尺。

■ 漫评

买了机票登不了机

近日，京津冀三地消协约谈10家航空公司及5家在线售票平台，让超售这一话题再次进入公众视野。所谓超售，是指航空公司在某一航班上销售的机票数量超过实际可用座位数的行为。尽管超售是民航业常规销售策略，但在实操环节中各航司、航线超售标准不一，旅客补偿标准各行其是，相关政策制度透明度不足，落地执行细则亦有待完善。

（图/徐小迪）

抓住数字教育这条主线

李海钦

注解。

当前，人工智能正深刻改变知识生产、传播和应用方式，驱动全球教育变革。今年的中国—东盟教育交流周，将数字教育作为核心主线，精准切中了区域教育发展的关键。抢抓人工智能发展机遇，依托数智技术拓宽教育合作渠道，在数字教育技术应用、职业人才培养、科研教学等方面取得更多务实成果，有利于共同书写教育合作新篇章。

合作在数字教育中深化。作为中国—东盟教育合作最具潜力的新赛道，经过多年积累，中国和东盟在数智教育领域已打下良好基础。中国国家智慧教育平台开设了东盟专区；中国—东盟多彩智慧学院汇聚了350余门课程，入驻院校超百所，初步构建起面向区域的数智教育资源枢纽。

作为中国—东盟教育交流周永久举

办地，贵州将大数据、算力方面的独特优势和基础设施能力，转化为东盟国家可共享共用的数字化教育资源。数字技术正在打破地理边界、消弭语言隔阂，让优质教育资源跨越山海、触手可及。从“有书读”到“读好书”，数字教育正在推动区域教育从规模扩张转向质量跃升。

合作在融合发展中成长。数字教育离不开相应的载体。作为教育现代化的物质保障，教育装备一头连着育人使命，一头连着产业发展。今年的交流周首次设立教育装备专题展示活动。虚拟仿真、智慧课堂、数字实训等多个前沿领域的各类先进数字教育设备展出，加快推动教育技术产品与教学实践需求深度融合。

值得一提的是，全国首个专注民族医药领域的AI大模型面世，围绕苗药、侗药等开展智能化药方分析、有

效成分识别和新药辅助研发，畅通民族医药前沿科研成果落地转化的“最后一公里”。传统民族医药与人工智能相遇，孕育出更多新的合作可能。

在今天的交流周上，中国—东盟职业教育数字化能力建设中心（泰国中心）正式揭牌，与此前已有的马来西亚中心形成双点联动。数字教育发展成果有目共睹，交流合作正从“概念共识”走向“项目落地”，从“平台搭建”走向“生态构建”。

从2008年至今，交流周从一棵幼苗长成参天大树。数字教育既是对过往合作成果的系统集成，更是对未来发展方向的战略锚定。抓好数字教育这条主线，当数字技术成为教育的“催化剂”，当智慧教育成为友好的“连心桥”，中国与东盟的友好家园必将因教育的数字化而更加紧密、更加温暖。

数字教育既是对过往合作成果的系统集成，更是对未来发展方向的战略锚定。抓好数字教育这条主线，当数字技术成为教育的“催化剂”，当智慧教育成为友好的“连心桥”，中国与东盟的友好家园必将因教育的数字化而更加紧密、更加温暖。

在刚刚结束的2026中国—东盟教育交流周开幕式活动上，集中发布的精选AI教育产品项目、拓展AI特色应用场景等升级举措令人印象深刻。

在贵州移动智慧教育展区，大屏幕上，中国—东盟多彩智慧学院平台实时跳动着跨境教学数据；按下同声传译键，多语种AI翻译瞬间从耳畔响起，有嘉宾感叹：“在这里，语言不再是求学的墙。”

与此同时，现场展出的教师智能研修系统、理化生数字化实验室、4K高清教学终端、AI教育机器人，让从基础教育到职业教育的场景有了数智化