

汲取长征精神伟力走好贵州新路

谭鑫

把长征精神转化为推进改革发展的实际行动,在中国式现代化进程中展现贵州新风采,就是对革命先辈最好的纪念,也是走好新时代长征路最坚定的回答。

1936年10月,红军三大主力胜利会师,标志举世闻名的长征胜利结束。九十年后的今天,我们再次回望这段彪炳史册的伟大远征,仍能感受到精神力量的深沉激荡。贵州是红军长征活动时间最长、活动范围最广的省份,黎平会议、遵义会议在这里召开,强渡乌江、四渡赤水、娄山关大捷在这里发生,留下753处长征不可移动文物。九十年岁月流转,当年红军脚下崎岖的山路,已化作今日四通八达的高速平原;当年战旗猎猎的关隘,已成为游人如织的精神地标。贵州干部群众从伟大长征精神中汲取奋进力量,正阔步行走在大有可为的高质量发展新路上。

从“革命理想高于天”的坚定信念中,贵州汲取了艰苦奋斗、攻坚克难奋进力量。长征途中,中央红军突破数十万敌军的围追堵截,靠的就是对革命事业的赤诚信仰。这份信念穿越九十年时

空,在新时代的减贫战场上得到深刻印证。贵州曾经是全国贫困人口最多、贫困面最大、贫困程度最深的省份,全省各族干部群众以“贫困不除、愧对历史”的担当向绝对贫困发起总攻,66个贫困县全部摘帽、923万贫困人口全部脱贫、192万群众搬出大山,减贫人数和易地扶贫搬迁人数均为全国之最。从乌蒙山区到苗岭深处,从易地扶贫搬迁社区的就业帮扶,到喀斯特山地上的产业培育,贵州以苦干实干撕掉了千百年来来的绝对贫困标签。当年红军强渡乌江天险、鏖战娄山关,今天贵州儿女“不怕难、不怕苦”,靠的正是同一种信念的支撑。

从坚持独立自主、实事求是,一切从实际出发的精神品格中,贵州汲取了敢闯新路、后发追赶的创新力量。遵义会议在最危急关头挽救了党、挽救了红军、挽救了中国革命,我们党由此开始了独立自主解决中国革命实际问题的新阶段。坚持一切从实际出发,不照搬别人的路子、不走别人的老路,这份精神基因深刻塑造了贵州的发展逻辑。面对“地无三尺平”的喀斯特地貌,贵州交通建设者破解峡谷施工、抗震抗震等多项世界级难题,全省建成公路桥梁3.1万座,世界高桥前100名中近半数落户贵

州,2025年9月建成通车的花江峡谷大桥以1420米主跨、625米桥面高差成为新的世界第一高桥。立足地质稳定、气候凉爽的禀赋,贵州在全国率先布局大数据,数字经济增速连续多年位居全国前列,2024年全省软件和信息技术服务业收入突破1000亿元。在平塘县的喀斯特洼地中,“中国天眼”落成启用十年来累计发现脉冲星超1284颗,超过同期国际其他望远镜发现数量的总和,使我国射电天文研究实现了从“跟跑”到“领跑”的历史性跨越。没有条件就创造条件,没有先例就大胆探索——这正是遵义会议精神在发展实践中的生动延续。

从紧紧依靠人民群众,同人民群众生死相依、患难与共的初心使命中,贵州汲取了团结奋斗、共建共享的磅礴力量。长征的胜利是人民的胜利,红军在贵州期间严守纪律、秋毫无犯。1934年9月,红六军团途经黎平县高屯中黄小里,村民杨昌华听信“红军是土匪”的谣言躲进山中,夜里回家揭开锅盖,发现煮好的稀饭被吃,锅底却整整齐齐码着20个铜元,还压着一张字条——“你们不在家,锅里稀饭我吃啦!开你铜钱二百文,放在铁锅内,到屋请收下。”正是靠着一桩桩这样的小事,红军赢得了各族群众的衷

心拥护。今天,这份鱼水深情转化为发展成果由人民共享的生动实践。贵州以建设长征国家文化公园为抓手,让红色资源从“陈列在库房里”变为“走到观众身边”:作为全国首个以长征为主题的全域行浸式数字体验馆,贵州长征文化数字艺术馆(红飘带)自运营以来累计演出超2.7万场、接待游客超270万人次,今年国庆期间单日演出场次增至平日的3倍多。发端于乡土的“村超”“村BA”赛事火爆出圈,展现的正是人民群众昂扬向上的精神风貌;红色旅游与乡村振兴深度融合,让老区群众在家门口吃上“旅游饭”。精神传承与发展惠民同频共振,人民始终是发展的主角,也是精神的传人。

“雄关漫道真如铁,而今迈步从头越。”1935年2月,中央红军再克娄山关,毛泽东同志马背上吟成这阕词章;90多年后的今天,跨越雄关的贵州正在现代化新征程上奋力前行。长征永远在路上,精神薪火永相传。把长征精神转化为推进改革发展的实际行动,在中国式现代化进程中展现贵州新风采,就是对革命先辈最好的纪念,也是走好新时代长征路最坚定的回答。

(作者系中共毕节市委党校党史党建教研部地方党史教研室主任、副教授)

贵阳“新三饮”透出烟火气与年轻态

金妮

“早下午茶晚精酿”,如今已是贵阳街巷间寻常的消费景象。常住人口不到700万的贵阳,拥有3000多家咖啡馆、1200多家精酿酒馆,门店密度位居全国前列。作为“新三饮”的代表性载体,阿云朵仓今年前三季度客流515万人次、营收1.27亿元,同比分别增长68.9%和109%。“新三饮”透出的烟火气与年轻

态,正成为观察这座城市消费活力的一扇窗口。

烟火气,来自本土风物的深耕。新茶饮把贵州抹茶、刺梨、香糯米调进杯盏,咖啡店推出刺梨、木姜子特调,精酿啤酒以草莓、杏子入酿。“新三饮”连着田间地头,也连着全国市场。“去茶山”从街巷小店走向全国11个城市、开

出60余家门店,每年消化贵州绿茶12吨、抹茶20吨;“TripSmith”从社区小馆做到年产近2000吨、覆盖全国200多个城市,更以贵州味道捧回布鲁塞尔啤酒挑战赛金奖。山乡风物经年轻人之手化作杯中新品、新体验,烟火气升腾在一杯一盏里。

年轻态,来自个性表达和新鲜感。贵

阳的咖啡馆不只开在商圈,更散落于老巷深处、居民楼下。青年主理人不追风口、不照搬模板,一家店有一种玩法,一条巷子有一种气质。精酿行业一店一特色,青年酿造师用本土风物酿出自家味道。“新三饮”衍生的是社交场、文化场,契合了当下年轻人求新求变的情绪消费、体验消费取向,也让年轻人愿意走进来、坐下来,为一杯饮品的松弛感和新鲜感买单。

游客从“看山水”变成“坐下来体验生活”,背后是“新三饮”这样可消费、可停留的场景。一杯一盏里的烟火气,一店一巷里的年轻态,正是这座城市消费活力生动的一面。

漫评

一把缺失的“凳子” 照见服务温差

近日,上海嘉定江桥镇封浜社区卫生分中心被网友曝光,1989年建成的老窗口仅84厘米高,老人就医时只能单膝跪地俯身沟通,被称作现实版“丁义珍式窗口”,事件迅速引发舆论热议。院方随后通报,连夜启动柜台改造,计划两日内完工。

硬件改造不难,令人感慨的是,三十多年里,补上一把凳子本只需一分钟,却始终缺位。窗口虽符合当年安全设计,却忽略老年就诊群体的实际感受。公共服务不能只满足“不违规”,更要兼顾群众体验感。凳子虽小,考验的是换位思考的共情能力。整改不能止于抬高台面,更要破除重规范、轻体验的老习惯,主动前置便民细节,避免类似问题再次上演。

图/文 徐小迪

■ 三言两语

莫让“耻辱”二字,伤了师者心

谌晗

今年秋季开学季前,四川省雷波县一批期末考试平均分较低的教师被请上台,在标注“耻辱”的背景板前合影。50天后的10月16日,雷波教师“耻辱合影”事件迎来官方通报:对县政府主要负责同志给予党内警告处分、按程序调离县长岗位,对县委分管负责同志给予诫勉处理,对县教育体育局局长给予政务警告处分并调离教育系统。

刺眼合影怎么诞生的?通报中回应:县政府主要负责同志临时提议,其本人、相关参会的领导干部、低分科任教师及所在学校校长一起上台合影。这一环节中,相关县领导片面理解“知耻而后勇”,安排将“耻辱”二字设为合影背景。所谓“知耻而后勇”,不是责任转嫁,岂能合影羞辱?后发追赶的急切可以理解,

任性妄为的荒唐闹剧必须纠偏。

管理者怎样对待教师,会影响教师怎样去对待学生。让教师站在“耻辱”二字前合影,既不遵循教育规律,也不尊重教师人格。究其根本,是急功近利、武断粗暴的懒政思维在作祟。拍脑袋提议、拍桌子定调、拍胸脯上马,最后只会是拍大腿后悔。此类“标签问责”“羞辱施压”,换不来质量提升,难实现分数进步,只会给教师职业热情洗盆冷水。

同一名教师教出来的班级,有的班级分高、有的班级分低,学生个体也有差异。用单一分数尺子评价教师,既忽视了教育复杂性,也忽略了成长差异性。从教育部门到大小学校,从教研组室到学生家长,服务保障好教师安心从教、乐心施教、用心于教,给孩子创造适学好学优学环境,才有教学质量提升可言。

■ 产经观察

“痛点”也是创新起点

李海钦

高速公路的白色标线,外行人看来平平无奇,实际上却大有门道。贵州高速集团所属交通资源集团实业公司,研发团队经过艰难攻关,研发出新国标热熔标线涂料系列产品。使用寿命增至原来的三倍,拔除了道路养护“年年划线、年年补修”的痛点。

痛点之所以存在,是因为既有技术难以满足现实需求;谁最先读懂痛点背后的需求,谁就能在创新赛道上抢占先机。站在“离炮火最近”的地方,创新才能快速突破、化为产品。

研发团队聚焦痛点,对数十种原材料进行筛选,反复调整涂料配比,攻克了长效反光、高抗压、高耐候等关键技术难题,成功研发出反光性能好、施工适

应性强、耐久性能优的产品。西南区首条万吨级全自动热熔标线涂料智能生产线随之落成。从实验室到生产线、从配方到产品,紧扣“解决实际问题”这一核心,创新成果顺利转化成了优势。

在追求转型发展的今天,用深耕细节、精益求精的匠心攻克一批行业痛点、民生堵点、发展难点,细分领域的创新、优化、提升,也是补齐产业短板、塑造竞争优势的关键。

无论是交通基础设施建设,还是产业转型升级,无不面临大量亟待破解的难题。把拔除“痛点”作为创新的切入点、把满足需求作为攻关的立足点、一项项突破性技术积微成著,能绽放出不容小觑的价值。

■ 基层视角

“基本功”是企业最好的流量

谌晗

在不少企业奋力博流量的当下,“老干妈”算得上是个“异类”。官方微博提示资质未年审,公众号长期停更,抖音账号断断续续更新,一度被贴上“退网”标签。可10月13日,这家看似淡出舆论场的“国民辣酱”品牌却两度登上热搜:百度热搜榜上,#79岁陶华碧用AI一年赚了54亿#刷屏;当晚,问题话题又登上微博热搜第二位。

一夜之间,老字号辣酱厂俨然成为别人口中的“科技企业”,人们不禁好奇追问:老干妈做对了什么?答案浓缩在新近捧回的第五届贵州省省长质量奖,显现在对质量的坚守、对创新的追求。作为贵州质量领域最高荣誉,省长质量奖评选不看流量、不拼热度,只衡量企业可复制、可推广的质量管理能力。

互联网上“翻红”,有人简单归为AI赋能。2025年,企业AI视觉质检系统上线,高速工业相机扫描传送带上的辣椒,可快速识别霉

变、带有黑斑的坏果,核心原料100%可追溯,关键工序产品不良率降至0.02%。但跳出大热的AI赋能本身,企业对质量标准的重视以贯之,对智能智造的投入达上亿元。只不过,此番恰好被“看见”。

走过30年风风雨雨,有人说:“老干妈就是老味道,不需要改变”,可商海沉浮,一味守成只会“坐吃山空”。跳出单一辣酱赛道,拓展37款产品深耕B端餐饮市场;跨界联名推出休闲零食;参与制定油辣椒国家标准……当老字号焕发新活力,收获了新客群,也由此攀上营收新高峰:2025年企业营收达54亿元。

“敬畏质量、坚持创新、坚守实业。”前不久的贵州省质量发展大会上,“老干妈”把企业走过的30年归结为三句话。这份属于“老干妈”的启示,也启迪商海淘金的万千奋斗者:少一些短期热度的追逐,多一些打磨品质的耐心,注意力过剩的时代,最稀缺的依然是基本功。

■ 热点锐评

告别数字游戏 电商竞争重在品质立身

陈久菊

最近,商务部等七部门联合印发《关于实施品质电商“五优”行动的通知》,整治“自动跟价”“全网最低价”等行为。临近“双11”,各大平台取消满减玩法,多家平台纷纷撤下路店满减、凑单优惠等复杂机制,规则一目了然。

过去,平台把定价权折成一道道复杂的“数学题”,消费者要绞尽脑汁计算满减、预付立减、定金打折等优势。为跨过门槛,不得不加购计划外商品,付完款再申请退款。更有甚者,平台强制商家开通自动跟价系统,系统一触发,价格直接从利润里扣。当利润空间被一再挤压,影响的是

商品质量和售后保障,受损的是用户和商家。

今年4月实施的互联网平台价格行为规则已明确禁止强制跟价,这次品质电商“五优”行动进一步收紧,目的就是要把定价权交还商家。平台不能再把价格作为流量分配的唯一尺子,而要围绕品质重构评价体系,让好商品得到好推荐、好商家获得好扶持。

告别数字游戏,表面看是规则变了,实质是电商竞争逻辑在转向:从价格战转向品质战,从流量分配转向信任分配。消费者不必再当会计,商家不必“赔本赚吆喝”,才能从根子上解决问题。

■ 评论员观察

让群众能就近看好病

李海钦

县域医疗次中心建设形成稳定的能力节点,医共体和信息化把县级医院的能力延伸到乡镇和村,村医职业化守住网底,织密的是基层群众健康保障网。

黔南州龙里县湾滩河镇,55岁尿毒症患者邓先生花5元钱搭车10分钟,就能抵达8公里外的贵定县云雾镇中心卫生院血透室接受治疗;而在此前,他需辗转近1小时到县城就医,来回车费30元。

遵义市新蒲新区新舟镇中心卫生院,利用县域医疗次中心建设,独立设置儿科并优化了门诊和病房环境,配备有小儿心电图监护仪、心电图书、儿童雾化设备等,辖区患儿在家门口就能享受到优质的儿科医疗服务。

从奔波求医到“家门口”就医,从看病远、看病贵到便捷可及、普惠安心,群众在家门口就能看得上病、看得好病,免去了舟车劳顿之苦,节省了时间和金钱。一批批乡镇卫生院的蝶变,让“小病就近治、慢病家门口养、大病就近转”的愿景照进现实。

以前提到在家门口看病,治疗的往往是感冒发烧、头疼脑热、跌打损伤这类“小疾病”;一旦遇到复杂病情,患者就只能往县级医院或上级医院跑,不仅劳心劳力,还需要付出额外的经济成本和时间成本。随着群众对优质医疗服务的需求日益增长,群众对在家门口就能看得上病、看得好病的渴望更加迫切。

“就近看得上病”首先要有“接得住”的节点。近年来,贵州深入实施医疗卫生强基工程,聚焦基层医疗能力薄弱、农村群众看病路途远问题,建设县

域医疗次中心,深入落实分级诊疗制度,轻症疾病、常见病、慢性病康复等诊疗服务被留在了乡镇。同时,创新构建“县级公立医院—县域医疗次中心(中心乡镇卫生院)—一般卫生院—村卫生室”梯次带动的紧密型县医共体模式,统筹共享检查检验资源,基层完成采样拍片、上级专家出具诊断结果,全省检查检验结果互认通用,群众看病更加便捷。

“就近看得上病”解决的是医疗服务的可及性,“就近看得好病”解决的是患者对医疗服务的信任度。患者之所以愿在基层卫生服务机构看病,归根结底是相信其诊断和处置能力。县级医院的专业能力被“拉”到了乡镇检查床边,群众在乡镇卫生院做检查诊疗,得到的诊断意见来自县级医生。患者不用为一件事反复花钱、反复折腾,对他们而言,省下的不只是一笔检查费,还是往

返县城的时间和路费。这正是“看得好病”在费用维度和体验维度上的延伸。

对山区群众而言,优质医疗资源下沉,不只是“派几次专家、搞几次巡诊”,而是通过县域医疗次中心建设形成稳定的能力节点,医共体和信息化把县级医院的能力延伸到乡镇和村,村医职业化守住网底,从而推动基层医疗卫生服务水平迈上新台阶,让城乡群众能够就近获取更加便捷、优质的卫生健康服务。

健康是民生之本,是人民幸福生活的基石。基层医疗服务有保障,患者的“就近”选择才有效果、有“医靠”。“就近”医疗次中心到远程诊断网络再到健康敲门行动,优质资源真正沉到乡镇、沉到村寨、沉到家门口,织密了基层群众的健康保障网,同时也在书写一张有温度、有厚度的医疗卫生健康答卷。