

二十年前定位绿色发展

——『浙江绿谷』区域品牌小记

徐峻文 程昌福 图



-1-

去年是丽水市“撤地设市”二十周年。原部属多次约稿,要求我写当年市委绿色发展重大决策过程,特别是与笔者关联度较大的“浙江绿谷”区域品牌提出的背景。

离开丽水17年多,从未撰写过与自己有关的工作回忆文章。前不久,偶尔整理电脑中自己多年来撰写的文章和采访笔记,翻到一篇写于2015年参加省委党校的领导干部培训班的开班作业,内容恰是与约稿要求相符。

作为一位省级机关到丽水任职的班子成员,在丽水5年工作下来,对这片土地有着深厚的感情。尽管自己只是一位班子普通成员,但是参加了那些年的市委重大决策,见证了那段岁月的重大实践。

印象最深的是,丽水“撤地设市”首届市委、市政府在给未来丽水发展定位和规划蓝图时,就十分鲜明地提出绿色发展的战略思路。

在世纪之交的2000年,市委鲜明地把“生态立市、绿色兴市”定位为丽水未来发展的战略目标。记得很清楚,市委班子几次讨论党代会报告草案,常委委员对这八个字的目标定位都高度肯定,觉得眼睛一亮,很有新意,完全符合丽水的实际情况。

记得书记当时还交代任宣传部长长的我找找看这个提法是否全省首创。当时互联网远未今天如此发达,不可能今天百度一下即知道答案。笔者通过省级宣传新闻部门的资源,最后结论是省内只有安吉县已经提出“生态立县”发展目标,但无绿色兴县的提法。如此完整地提出绿色发展目标,在地级市丽水实属全省最早。

6年前省委党校的作业,不是用来公开发表的。但作为这段历史的亲历者和见证者,回望丽水“撤地设市”二十年,这件事毕竟是有意义的。

-2-

占全省六分之一土地面积的丽水,在全省是最早开启绿色发展之路的市。这是一件有足够价值的大事件。

2000年初,丽水撤地建市,迎来一个发展新的机遇。新市委新政府新目标。丽水人民没有失望,一个让人眼睛一亮的战略目标,在换届的新市委、新政府报告中正式登场亮相:“生态立市、绿色兴市”。这一新目标,很有新意,很符合丽水实际,很快被全市干部群众认可和接受。

20多年走来,几届更换,当年市委、市政府领导已无一人继续在丽水任职。但绿色发展一张蓝图绘到底,绿色发展接力棒一届传一届,绿色发展战略一任接着任。一个绿色发展进入快车道的水,已经如此坚定地向我们走来,已经如此清晰地展示在我们面前。笔者作为当年班子中的一位成员回首往事,对比现实,感慨万千。这是一个很有意义的典型案例。回顾这段历史,剖析这个案例,对理解习近平总书记“一锤一锤钉钉子”的一抓到底工作方法,对落实总书记多次强调“一张蓝图绘到底”的地方主政理念,对当下及以后新上来的领导干部的指导作用,是有价值的。

这一目标指引方向十分明确,从丽水实际出发,走绿色发展道路。提出这一目标的时间节点很重要。那时对生态建设远远没有引起足够重视,科学发展观尚未正式提出,“绿色浙江”也是在这之后提出来的。

丽水如此之早开启绿色发展实践,当时决策更多或许不是来自生态理论的自觉和坚定,而是来自那山那水的现实所逼,更是那届市委贯彻落实党的实事求是思想路线的充分体现。但这一目标与后来科学发展观是如此契合,特别是与时任省委书记习近平提出的“绿水青山就是金山银山”发展理念是如此吻合。这是事实,是历史,是有记录的。



先有伟大的实践,再有理论的总结和指导思想的形成与提出。这是唯物主义认识论的态度。党的重大理论创新成果,重要理念的形成,指导思想的确立,都是建立在丰富深厚的实践基础上。丽水比较早的绿色发展实践,正是为后来我们党的科学发展观,为“两山”发展理念,为新发展观提供了一个重要的实践依据和现实逻辑。

-3-

“生态立市、绿色兴市”发展目标提出后,在实践中又对这一目标不断充实、丰富、发展,使之内容更加完善和具体,更具操作性和指导性。

“浙江绿谷”品牌就是其中一个具体补充和完善。市委宣传外宣办为宣传“生态立市、绿色兴市”决策部署,撰写专题电视片文字脚本,主题是“绿色丽水”。2001年6月的一天,送审稿送到我办公室时,时任缙云县委常委、宣传部长葛学斌同志正好在一起,并议论起这个话题。他说起了外面有“绿谷”这一提法,是不是专指丽水已经记不清,但记得当时“绿谷”提法让我们一下子想到美国“硅谷”特定涵意和品牌效应,觉得“绿谷”这个提法最能契合丽水绿色发展决策目标的理念。

定位于“浙江绿谷”,而不是“丽水绿谷”,在论证开始时就很快达成共识。经过几个月的内部讨论、酝酿,由市委宣传外宣办牵头组织系列座谈会的论证,及对“浙江绿谷”内涵的完整解读,于2001年10月形成了《建“浙江绿谷”创特色经济——对丽水区域经济发展的调查与思考》专题调研报告,相关决策建议按照程序提交市委常委会讨论决定。

“浙江绿谷”内涵定位非常明确,丽水是浙江发展绿色经济、绿色产业、绿色产品的制高点,类似于科技创新“硅谷”的绿色生态经济“绿谷”。论据逻辑是依托丽水最为丰富的绿水青山,成为全省绿色经济、产业、产品发展最有竞争力的集聚地和制高点。

“浙江绿谷”的提出,一开始并不是一个市委层面上的重大决策,只能理解为是贯彻落实市委“生态立市、绿色兴市”重大决策的对外宣传的一张名片。当年11月8日在杭州组织的省级专家论证会上,得到与会专家学者的高度认可,表明它确实是一个很好的丽水绿色发展的具体载体和平台,形象而生动地诠释丽水绿色发展的方向和目标。

后来,经讨论,市委常委会很快一致同意把“秀山丽水、浙江绿谷”作为丽水对外宣传的区域品牌名片。当时个别同志还以绿色两字调侃了一下,毕竟20年前人们对绿色发展的认知是与今天不可同日而语的。

没有多久,市委就把“秀山丽水、浙江绿谷”作为丽水区域对外宣传品牌名片,提交市两会形成一个决议并通过。在此后,市委宣传外宣部通过省级新闻媒体全面展开“秀山丽水、浙江绿谷”的宣传报道。

-4-

“秀山丽水、浙江绿谷”,作为一个区域品牌形象的整个定位、策划、宣传,应该是一个成功的案例。

记得刚报道出来后就出差去衢州,当时衢州市主要领导还赞不绝口地予以高度评价,觉得衢州错过了这个品牌的机会。

让人感动的是,纳爱斯集团董事长庄启传在春节贺卡中用了“浙江绿谷”“点石成金”一语点评,是所有赞誉中给予的最高评价。

笔者退休时,省委组织部常务副部长在惯例谈话中还提及此事,作为肯定几十年工作的具有代表性贡献的事例。

当然最值得欣慰的是,社会、企业、民间很快接受了这一丽水品牌名片。一时间,农产品包装上都打上了“秀山丽水、浙江绿谷”广告词。当时曾有人建议为“浙江绿谷”注册,笔者觉得政府的品牌价值,就是为社会和大众服务,还有什么比百姓和社会认同更有意义的。

20多年过去,至今“丽水绿谷信息产业园”、8公里长的“绿谷大道”、“绿谷庄园”楼盘、“浙江绿谷”大巴公交车,都烙下了当年的印记。

丽水的绿色发展实践,不能说一帆风顺,没有一丝一毫的动摇和偏离。这不符合事实,也不符合事物发展规律。但总的方向和主体实践,应该说一张蓝图绘到底,从根本上没有改变。

实践总是向前发展的。经过几届连续努力,一任接着任。丽水绿色农产品产业已经居于全省引领者,工业制造业上也已经形成若干个有地方特色的绿色产业,旅游服务业更是逐渐形成有竞争力的产业态势。

特别是这届市委更是对习近平总书记“绿水青山就是金山银山”发展理念,有了更新的深刻领悟,有了更为完整准确的论述理解,有了更加坚定的使命担当和贯彻执行,做到“发展服从于保护、保护服务于发展”,创新运用好“跨山统筹、创新引领、问海借力”三把“金钥匙”,探索开展全国首个生态产品价值实现机制试点城市建设,把高质量绿色发展推进到新阶段。

记录丽水绿色发展事例,其用意是给年轻干部一些借鉴和启迪:一是每届绘就蓝图总是有其现实依据和集体智慧,后届后任轻易改变是不可取的,也是没有智慧的表现。二是改变蓝图和目标,其实就是改变主基调和主题,容易瞎折腾和伤元气。三是后任者在实践中有新的认知和发展,可以对原先蓝图进行充实和完善,也可以有新的发现和新的创造,但这不是否定,不是整个蓝图换新。四是对于发展蓝图和目标,要有风物长宜放眼量,以“功成不必在我”的胸襟和咬定青山不放松的韧劲,对认准的事紧抓不放,一抓到底。

(作者系原中共丽水市委常委、宣传部长)