# 打造丽水山水文化名城品牌的若干建议

高水平建设山水 文化名城,既是市委作 出的重大战略构想,也 是彰显"秀山丽水"自 然禀赋和"千年处州" 文化底蕴的必然选 择。在文化软实力日 益成为城市核心竞争 力的当下,丽水以其独 特的山水资源与深厚 的文化底蕴,具备打造 极具魅力山水文化名 城品牌的巨大潜力。 打造丽水山水文化名 城品牌意义重大,不仅 能大幅提升城市的知 名度与美誉度,还能有 力推动文化"软实力" 向经济社会发展"硬实 力"的转化,为城市实 现跨越式高质量发展 注入强劲动力。

#### 深度挖掘文化资源 夯实品牌根基

梳理文化脉络,塑造特色标识。 丽水文化多元且独特,拥有黄帝文 化、剑瓷文化、华侨文化、畲族文化、 廊桥文化、红色文化、摄影文化等丰 富的文化谱系。应组织专业的文化 研究团队,深入挖掘各类文化的历史 渊源、精神内涵与当代价值,系统梳 理各类文化脉络。如可以缙云黄帝 文化、龙泉剑瓷文化为突破口,依托 黄帝祠宇等遗迹,提炼黄帝传说、龙 泉青瓷釉色等标志性元素,融入城市 景观、旅游产品,强化丽水山水文化 的独特印记。

推进考古发掘,厚植文化底蕴。 近年来,丽水瓯江流域考古成果丰 硕,云和显圣湾遗址、庆元小熊山考 古发掘项目获2024年浙江省十大考 古重大发现。应持续加大考古发掘 力度,深入探寻丽水的历史文化根 源。对遗址科学保护研究,通过成果 展览、学术研讨展示历史底蕴。同 时,推动考古与旅游融合,打造遗址 公园,让游客沉浸式感受历史厚重, 丰富品牌内涵,增强品牌吸引力。

加强非遗传承,激活文化活力。 丽水拥有众多珍贵的非物质文化遗 产,如畲族彩带编织技艺、松阳高腔、 庆元的"中国木拱桥传统营造技艺" 等。一方面,加大对非物质文化遗产 代表性传承人的扶持力度,通过设立 非遗专项资金、举办非遗技艺培训班 等方式,鼓励更多年轻人投身非遗传 承事业;另一方面,推动非遗与现代 生活相融合,创新非遗表现形式。如 将畲族歌舞改编成实景演出,在旅游 景区常态化上演;把传统的木拱桥营 造技艺运用到现代景观桥梁设计中, 既传承了技艺,又赋予其新的生命 力,让非遗成为城市品牌的鲜活名 片,焕发全新生命力。

#### 精准定位品牌形象 提升品牌辨识度

锚定品牌核心价值。作为绿水 青山就是金山银山理念的重要萌发 地与先行实践地,丽水拥有得天独厚 的山水资源与多元文化底蕴,可将 "生态和谐、文化多元、诗意生活"确 立为丽水山水文化名城品牌的核心 价值。以生态为底色,展现丽水城在 山中、山中有城、山水相连的优美生 态画卷;以文化为灵魂,凸显黄帝文 化、剑瓷文化等特色文化的魅力;以 诗意生活为追求,传达丽水人民与自 然和谐共生、悠然自得的生活态度, 让游客在丽水能真正体验到"望山见 水、寄托乡愁"的诗意栖居。

打造差异化品牌形象。在全国 众多城市都在打造文化品牌的背景 下,丽水需彰显独特魅力,塑造鲜明 品牌形象。相较其他山水城市,丽 水的独特优势在于其独树一帜的文 化资源组合与深厚历史积淀。如全 国唯一的畲族自治县景宁,承载着 不可复制的畲族风情;龙泉剑瓷文 化更是享誉海内外。应充分利用这 些独特资源,打造"剑瓷之都·畲乡 丽水·诗意山水名城"的品牌形象, 将剑瓷文化的精湛技艺、畲乡文化 的独特风情与山水文化的诗意浪漫 相融合,使丽水在众多城市品牌中 脱颖而出。

### 创新传播推广策略 扩大品牌影响力

构建全域传播矩阵。整合线上

线下资源,打造立体传播网络。线上 依托微信、微博、抖音、小红书等新媒 体平台,搭建官方传播矩阵,通过"丽 水十二时辰"系列短视频、"云游丽 水"直播等创意内容,多维度展示自 然风光、文化活动与特色美食。线下 在机场、高铁站等交通枢纽布设城市 形象广告,亮相国内外文旅展会,以 特色展位、现场展演吸引关注;联动 旅行社、酒店,在宣传物料与客房用 品中植入品牌元素,提升曝光频次。

策划主题营销活动。围绕特色 文化与旅游资源,开展多元主题活 动。举办中国仙都祭祀轩辕黄帝大 典,融合祭祀仪式、学术研讨与文化 展览,提升黄帝文化影响力;依托摄 影文化优势,通过举办一系列国际摄 影节庆活动,吸引全球创作者以镜头 传播丽水风情。同时,结合四季特色 推出"春赏花、夏避暑、秋观叶、冬康 养"主题游,持续激活市场热度。

借力影视综艺传播。发挥影视 作品的旅游带动效应,深化与影视 制作公司合作。凭借缙云仙都作为 《花千骨》《仙剑奇侠传》等仙侠剧取 景地的成功经验,优化拍摄服务与 政策支持,吸引更多剧组入驻。同 时策划丽水主题综艺节目,借助明 星效应与综艺趣味,全方位展示山 水文化与民俗风情,实现品牌影响 力破圈传播。

### 推动文旅融合发展 增强品牌吸引力

开发多元特色文旅产品。深度 融合丽水文化资源与自然景观,创 新开发文旅产品。文化体验上,推 出剑瓷制作体验游,游客可在龙泉 工坊亲手锻造宝剑、制作青瓷,感受 非遗魅力;打造畲族文化深度体验 游,在景宁参与婚嫁习俗、品尝美 食、学习传统手工艺。生态旅游方 面,以钱江源一百山祖国家公园百山 祖园区为核心打造生态探秘线路,展 现原始森林风貌;开发瓯江山水诗路 游,让游客乘船领略诗意山水,满足 多样化旅游需求。

打造标杆文旅融合示范区。依 托古堰画乡、云和梯田等景区,打造 文旅融合示范区。如古堰画乡可完 善基础设施,整合油画产业、古堰文 化与水乡风光,构建艺术创作、文化 体验、休闲旅游一体化综合体;云和

梯田可深挖农耕文化,举办特色节庆 活动,发展梯田主题民宿、农家乐,实 现景观欣赏与文化体验的深度融合, 形成可推广经验,带动全域文旅升

完善文旅服务配套体系。强化 旅游交通建设,优化市内路网,开通 景区直达专线;规范多语种标识系 统,提升游览便利性。深化校地合 作,定向培养导游、酒店管理等专业 人才,提升服务品质。同时,严格监 管旅游市场,严厉打击宰客、强制消 费等行为,营造诚信、舒适的旅游环 境,切实提升游客满意度与品牌忠诚 度。

### 加强区域合作 拓展品牌发展空间

深耕长三角文旅一体化发展。 加强与长三角其他城市的旅游合作, 共同开发跨区域旅游线路,如推出 "长三角山水文化之旅",将丽水的山 水风光与上海的都市文化、杭州的历 史文化等串联起来,实现资源共享、 客源互送。同时,加强与长三角城市 在文化产业、人才交流等方面的合 作,学习借鉴先进经验,推动丽水文 旅产业高质量发展。

推进国际文化交流与合作。可 利用青田华侨遍布全球的优势,在 海外举办丽水文化周、艺术展览等 活动,展示剑瓷文化、畲族文化等特 色文化。加强"一带一路"文化交 流,参与国际文化旅游展会,与国外 旅游机构、文化企业建立合作关系, 吸引更多国际游客前来丽水旅游。 通过国际文化交流与合作,提升丽 水山水文化名城品牌的国际影响 力,将丽水打造成为具有国际知名 度的山水文化旅游目的地。

打造丽水山水文化名城品牌是 一项久久为功的系统性工程,唯有 政府统筹引领、企业创新实践、社会 广泛参与,方能形成强大合力。通 过深度挖掘文化资源、精准定位品 牌形象、创新传播推广策略、推动文 旅融合发展以及加强区域合作等一 系列对策的实施,丽水必将塑造出 独具魅力、享誉内外的山水文化名 城品牌,在新时代绽放出更加绚丽 的光彩,为城市高质量发展注入持 久动能。

(作者单位:中共丽水市委党校)

## 聚焦山水 太化名城 建设

## 海曙庆元山海协作成果及未来展望



庆元是浙江"山区海岛县"之一, 同时也是革命老区。2018年,庆元 县与宁波海曙区"牵手",跨越460公 里的山水阻隔,奏响了问海借力、借 船出海的"协作曲"。七年来,两地 山海协作成果丰硕,在工商企业交 流、医疗教育帮扶、干部人才双向挂 职等多个领域实现了深度交流与合

一是经贸拓链,产业聚能。企业 交流方面,海曙区积极协助庆元联系 各大外贸公司,推动企业互访考察, 助力庆元企业走出去拓市场、抢订 单;搭建平台方面,协同推进"科创 飞地"建设,成功引进落地了生物科 技、数字经济等一批高新企业;促农 增收方面,海曙区积极动员各机关单 位和热心企业采购消费庆元农特产 品,带动农户增收超100万元、村集 体增收15万元,推动庆元丰富的生 态资源与特色农产品走向更广阔的 天地。

是帮扶精准,民生增效。项目 援建方面,自2018年结对以来,海曙 援建帮扶资金到位2100余万元,援 建项目40余个,用于庆元县乡村振 兴示范点建设。人才文化交流方面, 两地共同建立海曙庆元职业技能实 训基地,为庆元提供专业技能人才培 训,并开展宁波(海曙)万名职工游 庆元等活动。两地学校通过教师交 流培训、教学资源共享、联合教研等 方式,让山区的孩子也能享受到更优 质的教育资源;社会事业方面,双方 持续深化医疗、教育等领域帮扶合 作,开展了医疗培训、专家学科建设 等交流活动,海曙定期选派医疗专家 团队前往庆元开展义诊、手术指导、 学术讲座等活动,为庆元群众带来优 质的医疗服务,帮助庆元医疗机构提 升诊疗水平。

三是机制畅联,协作固本。结 对以来,两地一直保持频繁互访,像 亲戚一般常走动、常联系、常交流。 2018年以来,海曙区政府主要领导 先后7次带队到庆元考察山海协作 工作,两地每年都召开联席会议,签 署了40多项合作协议。建立健全高 效联络、要素保障、信息联动、宣传 推广等工作机制,通过课题合作研 究、专题项目调研、互派干部挂职等 形式为庆元产业发展赋能助力。在 乡镇层面,海曙区石碶街道、江厦街 道等6个乡镇街道和庆元县屏都街 道、荷地镇等6个乡镇街道结对,进 一步推动两地山海协作向纵深发

这份历久弥新的山海情谊,既是 两地多年携手奋进的生动见证,更是 续写协作新篇的坚实起点。2022年, 国家发展改革委印发了《革命老区重 点城市对口合作工作方案》,2023年, 为抢抓革命老区重点城市对口合作 历史机遇,推动丽水宁波山海协作再 升级,浙江省人民政府印发了《宁波 市与丽水市对口合作工作实施方案 (2023-2025年)》,在政策背景下,推 动革命老区重点城市对口合作,不仅 是落实国家区域协调发展战略的具 体行动,更是构建区域间优势互补、 合作共赢高质量发展格局的关键之

海曙庆元这种基于比较优势的 对口合作机制,是缩小区域差距、夯 实共富根基的关键一招。如何将这 一机制优势转化为革命老区高质量 发展的现实动能,是当前进一步深化 合作的核心课题。海曙与庆元的对 口合作,需通过一系列优化路径的探 索,依托"山"的特色与"海"的优势, 朝着"优势互补、互惠互利、协同发 展"的目标坚实迈进。

-是产业升级,优势互补启新 程。推动海曙引导资本优势、市场优 势与庆元的生态优势、山水优势深入 互补,形成两地统筹推进、全面协同 的高质量发展生动局面。当下,庆元 提出以创新裂变推动食用菌、竹木、 铅笔等三大传统产业向健康食品、植 物新材料、化妆品等高阶产业转型升 级,发展的势头进一步增强,空间进 一步扩大。两地可以通过"科创飞 地"平台,将两地的资源要素深度对 接起来,引导更多海曙企业参与到庆 元绿色能源开发、传统产业转型中 来,搭建"庆元制造+海曙渠道"的销 售网络,让庆元特色产品走向全国乃 至国际市场。

二是农旅融合,红绿相映促共 富。推动两地围绕缩小"三大差 距"、乡村振兴等重点工作同向发 力、同题共答。海曙与庆元都拥有丰 富的红色旅游资源,如庆元的大济进 士村蕴含深厚的历史文化底蕴,海曙 的樟村四明山烈士陵园承载着革命 精神。两地可重点加强对红色资源

的联合开发利用,共同打造"红色文 化研学路线",促进旅游资源共享, 加快形成两地旅游合作品牌,让红色 文化实现跨越时空的交融。围绕钱 江源一百山祖国家公园百山祖园区 重大机遇,建立常态化旅游组团互送 机制,帮助推介庆元优质旅游资源, 引导更多海曙及宁波地区游客到庆 元休闲养生。依托海曙的优质平台, 发展订单农业等新型模式,培育壮大 庆元中药材、甜桔柚、食用菌、荒野茶 等特色生态产业,探索建立"海曙一 庆元农特产品展销中心",定期举办 农产品推介会,通过消费帮扶等多种 形式,进一步打开农特产品销售通 道,带动群众持续增收。

三是机制创新,山海同心谋发 展。加强海曙庆元党政互访,搭建数 字化协作平台,建立健全工作机制, 不断打通干部交流、人员交往的通 道,通过双向挂职锻炼、联合培训等 方式,促进两地观念互通、思路互 动、技术互学、作风互鉴,实现人才、 技术、市场等信息实时共享。推动两 地持续开展科技、医疗、教育、文化、 就业等多样性交流对接活动,例如, 海曙的三甲医院与庆元医疗机构建 立医联体,定期开展专家坐诊、远程 会诊;海曙优质中小学与庆元学校结 对,共享优质课程资源,推动更多优 质公共资源惠及庆元人民。鼓励更 多部门单位、民间团体、企业家群体 参与到两地协作中来,通过设立山海 协作基金、举办合作论坛等方式,不 断拓展全方位、多层次、广覆盖的新

时代山海协作格局。 (作者单位:中共庆元县委党校)



### 着重解决工作不实的问题

日前,中央纪委国家监委对10起违反中央八项规定精神 典型问题进行公开通报。有的急功近利、好大喜功,不加论证 盲目引进打着生态发展等旗号的"特色小镇"项目,因脱离当 地发展实际,项目大面积烂尾;有的搞形式主义、官僚主义,在 政务服务、信息化建设等方面不作为、乱作为,造成资金浪费, 加重基层负担……从这些案例来看,形式主义花样虽多,但实 质都是"假大空",脱离客观实际,用轰轰烈烈的形式代替扎扎

成就每一项事业,无论大小难易,都离不开脚踏实地、真 抓实干。全国优秀县委书记廖俊波爱往基层跑,把县里数十 个部门负责人包括他自己的电话号码印在大牌子上,立在主 干道旁,为的是改变投资环境,造福一方百姓;贵州晴隆县委 原书记姜仕坤坚信"干部干部,就是要先干一步",6年间行程 60万公里,磨穿了鞋底,跑白了头发,换来了当地特色产业的 蓬勃发展;放弃大城市发展机会的黄文秀,毅然回到家乡投身 脱贫攻坚事业,与村民同劳动、聊家常,四处找资金、请专家, 以产业发展带动乡亲们脱贫致富……新时代以来,无数党员、 干部坚持"实"字当头、"干"字为先,以实实在在的业绩赢得了 老百姓的好口碑。在他们身上,看不到夸夸其谈、形式主义那 一套,看到的是求真务实、脚踏实地的工作作风,感受到的是 深入一线、走近群众的为民情怀。实践充分证明,优秀的共产 党人,无一不是"实"的笃行者。

南宋哲学家陆九渊说:"千虚不博一实。吾平生学问无他, 只是一实。"为学如此,干事亦应如此。每项工作的完成、每个 目标的实现,都不可能靠搞形式主义,非苦干实干不可。当前, 我们面临着严峻复杂的国际形势和艰巨繁重的国内改革发展 稳定任务,事业要的是实实在在的成果,群众要的是真真切切 的获得感。抓工作、出政绩,抓改革、促发展,关键都在"实" 广大党员、干部,无论职务高低,都必须坚持从实际出发,把群 众利益置于首位,不计较个人荣辱得失,不图虚名、不务虚功, 脚踏实地为群众办实事、解难题,以实事求是的态度、求真务实 的作风克服形式主义顽疾,为党和国家事业发展贡献力量。

(据《人民日报》)

## 场景创新促进科技成果转化

随着全球科技竞争加剧,科技成果转化的效率和质量已 成为影响国家核心竞争力的重要因素。我国拥有海量应用场 景和较为完备的产业体系,为场景创新提供了得天独厚的条 件,充分发挥场景创新的牵引作用,必将加速科技成果落地生 根。这不仅是把握新一轮科技革命和产业变革机遇的必然要 求,更是提升国家核心竞争力、把握发展主动权的战略选择。 可考虑从以下方面着力,进一步释放场景创新推动科技成果 转化效能

一是强化战略统筹,系统化布局场景创新。通过布局未来 技术应用场景创新试验区,建设具有产业集成性和示范作用的 超级场景,打造最佳实践案例,促进科技成果转化。搭建场景 服务数字化平台,为科技成果转化提供支持,包括场景清单发 布、能力展示和主体对接等。将应用场景创新纳入国家科技重 大专项和创新平台规划,重点支持示范性强、带动性大的项目。

二是深化区域合作,构筑场景创新共同体。完善创新要 素共享平台,共建技术转移中心和成果转化基金,为跨区域场 景创新提供资源支持,加速科技成果转化效率。探索建立场 景创新共同体,发挥中心城市辐射带动作用,促进区域间场景 创新协同发展,为科技成果转化提供更为广阔的土壤。加强 政策法规的衔接与协调,破除制度障碍,建立统一执法标准, 全面提升区域协同创新整体效能,推动跨区域场景创新合作

三是加强制度建设,实现全流程跟踪。完善场景清单管 理机制,建立动态跟踪评估体系,对场景项目从发布到落地进 行全流程跟踪,确保供需对接后服务保障及时跟进。优化考 核指标,避免单纯以场景发布数量为导向,注重场景项目的落 地转化率和实际效益。鼓励各地通过"揭榜挂帅"、场景大赛 等形式,推动场景供需双方深度合作,强化政策、资金支持,打 造场景创新示范区,形成可复制、可推广的经验

(据《经济日报》)

## 让"老场景"释放消费"新流量"

消费业态升级是推动经济增长的重要引擎,消费场景焕 新折射出社会的发展变迁。当前,消费业态升级风起云涌,传 统业态不再受困于固有标签,乘着科技与文化的东风,焕发出 蓬勃生命力。老商场变身社交打卡地,书店"进化"成知识游 乐场,"非遗热""数字游民热"不断升温……当前,一大批"老 场景"焕新,释放出前所未有的消费"新流量",演绎着我国消 费业态的深层变革。

在大众消费日益彰显个性化的时代,场景化成为生产新型 消费空间的重要策略。只有创造出更多新式消费场景,才能满 足日益多元化的消费需求。随着我国消费主体升级,年轻一代 成为消费"新流量"的主力军。年轻消费者具有独特的消费观 念和行为特点,追求新鲜事物和新奇消费体验。经营动漫、游 戏等IP衍生商品的"谷子经济",是近年来迅速崛起的面向年轻 消费群体的二次元周边消费业态。"谷子经济"的爆发式增长, 揭示着代际消费观的嬗变。当"95后""00后"愿为动漫IP支付 溢价,当汉服巡游带动古城民宿入住率攀升,"老场景"在年轻 消费群体助推下,面临持续输出精准商业价值的挑战,迫切需 要进行价值坐标系转换和商业逻辑重构的双重调整

科技赋能与文化赋值是"老场景"焕新的"双引擎",其本 质是在消费空间中大量融入科技元素与文化价值,用科技在 时空变换中寻找文明传承的记忆,让科技与文化成为接引消 费"新流量"的超级链接。科技赋能与文化赋值在消费场景中 的耦合,不仅是科技手段对文化价值的解码,也是文化基因与 技术应用的共振,共同加速消费业态的融合与更新。国家统 计局数据显示,2023年科技与文化融合型新业态消费增长 42%,高于整体消费增速37个百分点。"老场景"焕新越来越呈 现出需求体验化、产品多元化、功能融合化的新特点新趋势。 从敦煌"数字供养人计划",到故宫文创爆品,再到网游产品与 青花瓷、脸谱、蜀绣、京剧等非遗IP的深度联动,文化与科技深 度融合为消费场景升级提供了广阔空间。特别是一批承载着 地域特色文化的"老场景",充分运用"本地优势文化资源+数 字科技"的创新模式,深度挖掘地域文化的独特魅力,积极打 造消费新产品新玩法,成为不少城市消费升级的新亮点。

(据《光明日报》)

值班编委	金小林
夜班主任	陈 俊
审读	朱俊华
夜班编辑	季凌云
夜班美编	杨祝娟
电脑组版	
一版	余黄莹
二版	李红伟
三、四版	徐旸炀