



黄山,如何快马加鞭



中国新闻栏目

■ 本报记者 吴江海

长期以来,黄山经济总量一直在全省居后。黄山与池州同为皖南国际旅游文化示范区核心区,资源禀赋与地理条件相类。2015年,GDP全省末位的池州首次反超黄山,去年池州人均GDP也超过黄山。

新定位 聚力优势攀高峰

平心而论,黄山一直在努力,许多方面不乏可圈可点之处,但没有量的积累,难有质的飞跃。许多人认为,黄山经济总量偏小,主要输在工业上:一是山区条件,山地占八成左右,工业用地少;二是属旅游区和生态功能区,发展工业掣肘因素多;三是工业基础薄弱,缺乏牵动性的大项目和产业链。

放眼全省,在不少黄山人心中,总认为拼工业,先天不足;拼农业,块头大小;拼旅游,招数不多。

GDP固然不是衡量一个地方发展的唯一标准,但GDP不好看,那一定发展得不会好。

不进则退,慢进也是退。背水一战成了黄山的唯一选择。

去年,黄山市首次提出山水人文、创意创新、开放枢纽、青春活力、美丽幸福“五个之城”,建设生态型国际化世界级

休闲度假旅游目的地城市。说到底,黄山的新定位其实是优势回归、标杆抬升,但这套组合拳中的发展理念和新路径让人耳目一新。理念之变体现在站位之变、格局之变,依托黄山风光、徽州文化两个独一无二的顶流IP,对标生态型、国际化、世界级,以打造“五个之城”作为新路径和硬支撑,聚焦休闲度假,做大做强旅游首位产业。

如何提升旅游产业首位度?黄山的答案是跳出黄山、跳出旅游,以一座世界名山的高度与全球对话,刷新外界对黄山的传统认知,融入长三角、对接京津冀、链接大湾区、走向全球化,以创新创意链接三次产业,以无边界创意赋能产业发展,推进抗黄世界级自然生态和文化旅游廊道协同共建,打造引领安徽旅游走向国际的桥头堡。

新状态 鼓起劲头争担当

黄山的发展不温不火,但由于旅游等服务业较为发达,当地老百姓生活一直过得有滋有味,人均储蓄余额始终排在全省前列。这种小富即安的土壤,久而久之让许多黄山人少了忧患意识、危机意识,丧失了进取的朝气和锐气。

发展蓝图确定后,干部是决定性因素。有了干部工作作风这个“1”,才会有后面更多的“0”。

去年,黄山首次启动规模浩大的“四千工程”:千名干部驻企(项目)服务、千名人员体悟实训、千名人才汇聚黄山和千名干部下乡助力乡村振兴。

在只有100多万人口的黄山市,3000多名机关干部撒出去,是一种怎样的气象?

黄山市委组织部的一份材料显示:一年来,外出体悟实训人员走访企业、行业商协会等1700余家,直接引进签约项目143个,协议投资总额276亿元,将先发地区成熟经验植入黄山大地,推动形成生态产品价值实现机制、“云上黄山”数字政府等59项改革创新做法。驻企服务队员走访企业(项目)8064人次,召开资源要素协调对接会392场次,帮助解决企业诉求682个。驻村工作队谋划村级产业发展项目736个,为群众办实事、解难事2700余件,开展点单服务480余人次。引导各类人才1000余人,帮助解决企业技术难题200余项。

黄山的干部动起来、沉下去、跑起来,“朋友圈”更大了,外出体悟实训深深感受到了观念的冲击、思想的碰撞、发展的差距,而驻村帮扶成效,也让大家更加自信、更有成就感。

过去是有事上门找干部,现在是干部服务送上门。“找”“送”间,企业和普通老百姓来说,是干部的角色之变、观念之变,党群干群关系更为密切。

新打法 项目为王开新局

有项目才有投资,才能推动三次产业高质量协同发展。今天的黄山,比任何时候都需要项目支撑。

服务业占GDP比重越高,代表经济结构、经济水平更优,这样的观点一度在黄山发展中占主流。当下,“再工业化”已成黄山下下的默契。

黄山如何平衡旅游首位产业与再工业化之间的关系?黄山人理解的“再工业化”,就是推动原有产业结构转型面向高附加值、

知识密集要素和产品,重构以技术创新为主的产业服务于新市场。

黄山兼顾旅游城市特点,培育壮大新一代信息技术、智能制造、新能源汽车电子、新材料和绿色软包装产业,积极发展人工智能、数字创意、生命健康产业,做特做强绿色食品、徽派古建筑产业,积极培育未来产业,打好产业基础高级化和产业链现代化攻坚战。同时,做大做强文旅融合和现代服务业,深度挖掘茶产业、新安医学、徽菜等历史经典产业,推动非遗技艺、传统产品与新技术、新材料、新工艺、新创意结合,促进三次产业共融互通。

围绕产业布局,黄山突出招“新”、招“需”、招“链”,建立健全项目准入负面清单,重点引进与生态环境相适应、与徽州文化底蕴相融合、与城市发展定位相匹配的产业项目,以高质量的项目支撑高质量的发展。

在操作层面,黄山市一方面以改进工作作风、为民办实事为企优环境为抓手,既把目光盯在远处招大引强,也注意服务好身边的落户企业,让他们留得住、发展好,全力打造顶格倾听、顶格协调、顶格推进的营商沃土。另一方面把“双招双引”作为经济工作的头等大事,创新市县联动组建“双招双引”小分队模式,强化“一盘棋”意识、“一揽子”服务,抓大不放小、求远不舍近。今年以来,市委、市政府主要领导率先垂范,各地各部门积极作为,主动走访会见返乡旅外乡贤,推动新签内资项目60个,协议投资额81亿元,到位资金42.3亿元,同比增长26.7%。

与最优者对标、与最强者比拼、与最快者赛跑,黄山有了这股劲,未来的新风景就在前方。

欢乐闹元宵

2月15日晚,芜湖市繁昌区和泾县镇举办新春民俗踩街活动,进行滚龙灯、舞狮、挑花篮、划旱船、腰鼓等民俗项目巡游表演,欢庆元宵佳节。

2月15日晚,歙县北岸镇晒洪村村民走村串巷闹元宵,大大小小的鱼灯照亮整个古村落。晒洪村有1300年的历史,历史文化底蕴深厚,保留完好的明清古建筑102幢,2019年1月入选第七批中国历史文化名村。



2月14日,肥西县花岗镇举办“冬奥花灯迎元宵 温暖和谐一家亲”主题活动,乡亲们一起包元宵、猜灯谜、欣赏烟花船表演,其乐融融。

2月14日,肥西县花岗镇举办“冬奥花灯迎元宵 温暖和谐一家亲”主题活动,乡亲们一起包元宵、猜灯谜、欣赏烟花船表演,其乐融融。



2月14日,肥西县花岗镇举办“冬奥花灯迎元宵 温暖和谐一家亲”主题活动,乡亲们一起包元宵、猜灯谜、欣赏烟花船表演,其乐融融。

2月14日,肥西县花岗镇举办“冬奥花灯迎元宵 温暖和谐一家亲”主题活动,乡亲们一起包元宵、猜灯谜、欣赏烟花船表演,其乐融融。



“云”上走太平 非遗“活”起来

本报记者 罗宝 本报通讯员 周磊

2月15日上午,全椒县一年一度的“正月十六走太平”传统民俗活动开始了。该项活动自元宵节上午9时启动,持续到2月16日正月十六24时结束。因疫情防控原因,跟前两年一样,各地群众不再从四面八方汇聚到太平桥,而是通过“云”上走太平,感受这项

传承了1800多年的民俗。“走太平”是全椒县特有的民俗文化,也是省级非物质文化遗产项目。对全椒县及周边很多人来说,正月十六那天绕着“三桥两街”走一趟,在太平桥上系一根红丝带,怀着虔诚的心祈福风调雨顺、国泰民安,走完太平桥,年才算结束,新的一年才算开始。

“今年走太平采用H5主打国风手绘画,让玩家从雅致的图画中识别桥、袁家湾老街、红栏桥、太平大街、太平坊、太平桥、贺楼等刻在全椒人民记忆里的老地点,同时穿插了全椒、滁州、合肥等地特色方言,玩家以‘第一视角’体验‘云’上走太平,可身临其境观赏丰富多彩的民间技艺展示。”全椒县委网信办负责人汪亚琳告诉记者。

“云”上走太平有一种身临其境的感觉,自己就像实地走过一样。“三桥两街一楼”、非遗民俗和特色美食网上都

有,都是实景手绘,太漂亮了……”网友纷纷在朋友圈留言夸赞。此次“云”上走太平”活动充分挖掘全椒传统民俗文化内涵,设计了收集全椒非遗、太平桥上系红丝带、太平井投币祈福等多个互动小游戏,通过技术手段,将老传统玩出新花样,使非物质文化遗产产生活起来,让广大居民体会传统“年味”。

“在网上完成了一趟不一样的走太平,太平桥的盛况以及全椒古街、老店、特产、美食、非遗等人文景观一览无余,尽收眼底,既满足了大家新年走太平的期望,又推动了民俗传承。”全椒居民何媛对记者说。

全椒县融媒体中心作为做好党的宣传思想工作重要抓手,作为全面深化改革的重要任务不断推深做实。自成立以来,中心坚持创新引领、人才优先,强力推进资源整合,统筹运用优、台、网、微、端”等平台优势,注重培育“一专多能”全媒体采编团队;搭建“1个县级融媒体中心+N个基层分中心”架构,成立公安、卫健等融媒体分中心,形成“融媒体统筹、新媒体首发、全媒体跟进”的传播矩阵。

·新闻热评·

期待更多“冰墩墩”火爆出圈

徐海

最近这两天冰墩墩火了,成为北京冬奥会名副其实的“顶流”,无论线上还是线下,都是“一墩难求”!随着冰墩墩和雪容融等奥运文创产品的脱销,2022年中国文创产业迎来开门红。

冰墩墩拥有熊猫形象和冰晶外壳,酷似宇航员,憨态可掬的形象一登场便击中人们的“萌”点,受到粉丝狂热追捧。冰墩墩等冬奥奥运文创产品的火爆,不仅体现了举国上下支持冬奥的热情,更向世界传达了中华民族的文化自信、深厚的文化底蕴以及“创新、勤劳、智慧”的民族精神。

近年来,国家大力推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展,文创产品实用性、文化性显著提升,品类更加丰富,博物馆文创、旅游文创、乡村文创等成为文化产业极富活力的有生力量,让海内外消费者感受到丰富的中国文化内涵。从某种意义上说,文创产业是大众审美观念的标尺,文创产业繁荣表明群众对审美的诉求越来越强烈。冰墩墩火爆出圈体现文创产品在国人中的地位不断提高,也启示文创产品的开发与运营不仅要厚植传统文化土壤,将创意与传统之美相结合,也要符合市场发展规律,充分发挥市场效应。

文创产品的起始点是文化和艺术呈现,但落脚点是人们生活方式的表

达,其价值不只存在于艺术和研究中,更是反映人们文化生活。充分尊重消费者对商品的期望和对文化的认同,才能让文创产品具有源源不断的生命力和表现力。文创产品在追求创意的同时,不能自弹自唱、曲高和寡,而要精准抓住消费者心理诉求,引起消费者共鸣。文创产品设计应以满足生活需要和展现文化价值为标准,积极寻找消费者对美好生活需求的突破口,既要让消费者生活更方便舒适,也要引领大众审美,提高大众文化生活品味。

从三星堆考古霸屏出圈,到春晚舞蹈《只此青绿》惊艳世界,国潮成为顶级流量,为文创产业带来发展契机。但一些企业为快速打开市场盲目跟风,大量创意浮于表面,没有挖深做透,而且同质化现象严重,不利于行业发展。面对风口,文创产业要“乘风”更要“造风”。一方面,职能部门应完善知识产权管理制度,搭建从知识产权确立、归属,再到授权、开发等一整套商业IP管理体系,营造健康有序的市场环境。另一方面,企业应精准定位客户群体和创新方向,做深做广产品内容,打造专属IP。此外,进一步拓展IP衍生与运营业务,形成高品质产品矩阵,以应对不断变化的市场环境,实现文创产业高质量发展。

“江淮十佳消防卫士”揭晓

本报讯(记者 王弘毅)有一种精神,在水火交锋的淬炼中更加璀璨。2月14日下午,省消防救援总队举行“江淮十佳消防卫士”发布暨表彰仪式。仪式现场,伴随着事迹短片播放、先进典型感言、颁奖辞宣读,一个个鲜活的事迹呈现在观众眼前,现场气氛隆重而热烈。

据悉,“江淮十佳消防卫士”特别奖分别授予消防救援战线英勇牺牲的三位烈士,分别是合肥市庐江县消防救援大队原政治教导员陈陆烈士,马鞍山市雨山区向山消防救援站原副站长彭迪烈士,亳州市蒙城县齐山路消防救援站原三级消防士陈建军烈士。

“江淮十佳消防卫士”分别是:滁州市南谯区德盛路消防救援站二级消防士王远,铜陵市枞阳县横埠镇镇政府专职消防救援站三级消防士刘劲松,马鞍山市花山区红旗桥消防救援站政治指导员周

峰,合肥市庐江县庐城消防救援站二级消防士李俊杰,淮南市田家庵区消防救援大队政治教导员张开峰,黄山市风景区汤口消防救援站三级消防士黄杰,安庆市消防救援支队宜城路特勤消防救援站二级消防士徐盼,阜阳市太和县国泰路消防救援站三级消防士杨开开,宣城市宣州区新晴路消防救援站政府专职消防队员王金国,六安市霍山县渭河路消防救援站四级消防士王瑞。

省消防救援总队相关负责人表示,此次表彰的10名“江淮十佳消防卫士”和3名“江淮十佳消防卫士”特别奖”先进典型,是经基层自下而上、民主评议、层层推荐,总队评委会综合评议产生的。他们中既有执勤训练标兵,也有为民服务典范;既有扎根基层的标杆,也有默默奉献的榜样,都是全省消防救援队伍忠诚履行职责使命的杰出代表。

·县级融媒体中心建设巡礼·

让濉溪“好声音”更响亮

本报记者 丁贤飞 本报通讯员 李莹

最近一段时间,第二届濉溪县“我是大总”宣传推荐活动正在火热举行。濉溪县13个镇(园区)共有217名“大总”报名参赛。

“我是大总”是濉溪县移风易俗工作的知名品牌活动,由濉溪县融媒体中心等单位共同开展。

“‘我是大总’营造了移旧俗、除陋习、尚科学、倡新风的良好社会氛围,潜移默化地改变着人们的思想意识,逐步把广大群众从过重的人情消费、人情负担中解放出来,真正让‘文明指数’转换成群众的‘幸福指数’。”濉溪县委宣传部负责人告诉记者。

2018年10月,濉溪县融媒体中心正式挂牌成立。该县坚持“媒体+综合功能”发展定位,聚焦群众需求,突出效果导向,加强思想认识“有为”、顶层设计“有解”、要素保障“有力”、服务大局“有效”的“四有媒体”建设,努力让宣传思想工作在基层一线实起来、强起来,让党的声音传得更开、更广、更深入。

该县出台《关于加快推进濉溪县融媒体中心建设实施意见》,确立“三大体系、六项功能、十二部室”的建设框架,打通“台、报、网、微、屏”等媒介。

濉溪县将县级融媒体中心建设作为做好党的宣传思想工作重要抓手,作为全面深化改革的重要任务不断推深做实。自成立以来,中心坚持创新引领、人才优先,强力推进资源整合,统筹运用优、台、网、微、端”等平台优势,注重培育“一专多能”全媒体采编团队;搭建“1个县级融媒体中心+N个基层分中心”架构,成立公安、卫健等融媒体分中心,形成“融媒体统筹、新媒体首发、全媒体跟进”的传播矩阵。

该县融媒体中心以群众需求为导向,坚持新闻本土化、节目多元化、活动品牌化。除了邀请全县操办红白事宜的

“大总”同台竞技,该中心还开设“乡村振兴在濉溪”“乡村大世界”等专栏,通过承办农民丰收节、西瓜文化节、菊花文化节等助力“三农”全媒体直播活动,推出《安徽濉溪:“醉”美乡村》《春浸双堆美如画》等生动反映乡村振兴进展成效的融媒体产品330余篇(条)。

在“乡约濉溪·菊会四铺”第二届四铺菊花节活动中,县融媒体中心线上直播吸引受众20.54万人,吸引线下游客20余万人人次赏菊,带动当地销售农副产品等500余万元。

该中心还紧密结合“我为群众办实事”实践活动,与濉溪县数据资源局开展线上业务融合,在濉溪发布客户端、濉溪新闻网上打通皖事通办事通道,开设“最多跑一次”直通专栏,开通网上问政、网上办事、政民互动等政务服务功能,实现政务服务线上线下融合发展。中心升级《政务直通车》直播栏目,群众反映问题办结率95%以上。

面对突如其来的新冠肺炎疫情,濉溪县融媒体中心在皖北地区率先发起“公益助农 与爱同行”线上线下互动直播带货活动,帮助贫困群众销售农产品59万元。该中心充分发挥电视、网络、“两微一端”、应急广播等一体化宣传平台功能,推出《融媒主播喊你一起打疫苗》《防疫宣传MV》等一批全息化、可视化、交互式融媒体产品。

截至目前,该中心新媒体平台粉丝量达32.25万人,26场直播活动浏览量10万+,多条短视频播放量超过1亿次。

记者从濉溪县委宣传部获悉,被列入县级融媒体中心建设和新时代文明实践中心建设全国“双试点”以来,该县将“两个中心”机制、平台、队伍、资源等深度融合,努力重构基层意识形态传播模式,建成文明实践阵地643个,组建文明实践志愿服务队伍300余个,招募文明实践志愿者逾8000人,形成覆盖全县的文明实践三级服务网络。濉溪县“两个中心”深度融合发展名列“全省宣传十大创新范例”。