

最“熠”是杭州

——解码新时代杭州的人文经济学

新华社记者

杭州,是什么?
对于这座“天堂之城”,无数人心中的无数个答案,抽剥开所有的修饰和营造,都只会留下一个极致的核心——美丽。

西湖、西溪、钱塘潮,是美丽的;越剧、丝绸、茶文化,也是美丽的;科创、文旅、互联网,更是美丽的。

如今的杭州,自然风光与人文景观相互融合,经济繁荣与人文发展交相辉映,一种美丽的发展扑面而来,一种发展的美丽迎风摇曳,这已经是她的“城市DNA”。

在“上有天堂、下有苏杭”千年盛名之下,新时代的杭州既是“人间天堂”,同时也是一座“网红之都”,更是一座“未来之城”。她正奋力书写人文经济学的新传奇,正给世人展现出一幅在人文熏陶中美丽发展、在经济发展中更加美丽的神韵画卷……

美丽的发展:“人间天堂”的新时代盛景

初夏,杭州城西北。一片绵延的湿地,一个国家湿地公园,一曲溪流一曲烟。

这是独属杭州西溪的美。

这种美,从田园赏菊的东晋,直到工业化如茶的当下,源远流且将流长。

而仅仅在六七公里之外,杭州未来科技城,总建筑面积近百万平方米的阿里巴巴全球总部拔地而起,这个特大型智慧建筑群已经成为杭州的新地标。

“杭州最让人骄傲之处,是我们的经济发展与文化保护、繁荣同步提升,杭州的发展步伐从来没有丢掉文化的灵魂。”浙江省委常委、杭州市委书记刘捷说,新时代杭州的发展是独具杭州特色的一种美丽的发展。

杭州,连续16年蝉联“中国最具幸福感城市”,“美丽的发展”背后,蕴含的是走出了一条经济持续繁荣、人文和谐发展的“人文经济学”特色之路。

“杭州把保护好西溪湿地作为城市发展和治理的鲜明导向,统筹了生产、生活、生态三大空间布局。”据西溪湿地生态文化研究中心副主任刘想介绍,约11.5平方公里的西溪湿地成为了“城市之肾”,周边是高教密集区、休闲旅游区和高新技术产业集聚区,这个大自然的课堂还吸引了大批学生上科学课。

杭州,有许多“文化名片”成为了“经济品牌”,美丽的发展可观可感——

西湖文化景观、中国大运河(杭州段)、良渚古城遗址三大世界文化遗产,胡庆余堂、张小泉、西泠印社等传统老字号品牌享誉海内外。宋韵文化主题活动实现了雅俗共赏,《秦时明月》等杭产剧作深受群众喜爱。

这些,构成了杭城响当当的“文旅IP”。2022年,杭州实现旅游总收入1298亿元。十余年来,杭州文化产业一直保持快速发展,2022年全市文化产业增加值达2420亿元,高于全市GDP增速2.5个百分点,占GDP比重12.9%,成为经济发展的重要支柱。

“读白居易写下的诗,走苏东坡走过的桥,品陆游品过的茶,赏柳永赏过的花。”在“小百花越剧”及诸多剧院听一曲婉转悠长的越剧,于西湖边点盏错落的茶园、茶社品一壶龙井香茗,更是很多杭城老少的“文化家常菜”。

“精心守护好杭州这座历史文化名城,守护好杭州的绿水青山,这些宝贵财富构成了我们发展人文经济的独特竞争力。”杭州市市长姚高员说。

杭州,有许多“经济品牌”逐渐成为新的“人文标识”,美丽的发展动能澎湃——

短短1791米,拥有16家上市企业,总市值超过6500亿元——杭州物联网街,位于高新区(滨江)物联网产业园内。这里是国家物联网产业基地和数字服务出口基地,是国家3A级旅游景区,也是浙江省特色小镇和浙江省公民法治素养观测点。

坚持发展数字经济这一核心优势产业,实施百家上市企业计划、“专精特新”中小企业梯度培育行动……以高新区(滨江)为代表的杭州产业兴盛背后,是优质公共服务普惠共享,是打造最优营商环境吸引四海八方人才。

“我们努力给予企业和个人参与经济社会发展全过程的机会,在医疗、教育、休闲、娱乐等方面做好规划配套。”高新区(滨江)物联网产业园党委书记李程旭说。

习近平总书记曾在《之江新语》里写道:文化的力量,或者我们称之为构成综合竞争力的文化软实力,总是“润物细无声”地融入经济力量、政治力量、社会力量之中,成为经济发展的“助推器”、政治文明的“导航灯”、社会和谐“黏合剂”。

2003年以来,杭州始终在经济高速发展中高扬着人文繁荣的旗帜——GDP以年均12%左右的增速翻了9倍达到近1.9万亿元,

在全国各城市中名列前茅;在治安、文化底蕴、文明程度等中国城市幸福评价体系指标中,杭州也始终以高分名列前茅。

“杭州人文经济学的发展,由习近平总书记的思想做引领,杭州的历史文化做铺垫,浙江的现代文明做基础。”刘捷说。

发展的美丽:“网红之都”的新城市气质

最近20年,杭州在美丽中不断发展。同时,因其十足的人文底蕴,杭州的发展更是一道美丽的风景,成为当下无数人向往的“网红之都”。“看的是景,感受的是人文情怀,体验的是品质生活。”游客感知的背后,正是一种被越来越多杭州人所认同的新城市气质——这种“发展的美丽”的最好注解。

“杭州独特的城市气质塑造了独有的经济业态和治理逻辑,人们会用人文关怀的思维去解决城市发展建设中遇到的问题。”浙江省城市治理研究中心执行主任江山舞说。

“云树绕堤沙,怒涛卷霜雪。”千百年,面对汹涌澎湃的钱塘潮水,杭州城从来没有退缩,而是城潮共生,越发繁荣壮大,从而形成了勇立潮头、开放大气的独特人文气质,这是当代杭州最精髓的一面——

在钱塘江即将入海前的杭州段岸边,诞生了一座新城。其中,占地面积约19万平方米的G20杭州峰会主场馆国际博览中心,自G20杭州峰会落幕以来,就成为了游客观光打卡的“网红景点”之一。

从沿江发展,跨江发展到拥江发展,钱塘江两岸构成的城市新中心,成为杭州由“西湖时代”逐步迈向“钱塘江时代”的重要标志。钱江新城管委会党组书记朱党其说:“20年接续奋斗,这里形成了独特的城市形态、经济业态和人文内涵。”

“弄潮儿”,是杭人之勇的写照。

曾经巨大的烟囱和滚涌着热浪的生产厂房,被高科技数据计算中心、国家3C认证实验室、科技创新园等所代替。杭州钢铁集团66年风雨兼程,生动诠释了“杭铁头”精神。

“杭钢的变化是杭州城市变化的一个重要缩影。顺应时代发展需求,以钢铁意志做人、建业、报国,一直是我们的企业文化。”杭钢集团下属杭钢检测技术研究院中检研发中心副主任陆智勇说。

“未能抛得杭州去,一半勾留是此湖。”西湖,水波不兴,温婉而绰约。千百年来的审美积淀,形成了一个人与自然融为一体的西湖文化圣地。尊重自然、崇尚和谐,是杭州另一种温润如玉的美丽气质——

千百年,西湖逐渐成为一个独特的人文景观和文艺创作的重要母题。“西湖遍地是名人,遍地是文化,遍地是诗歌。”杭州亚运会设计总监、中国美术学院教授宋建明说,这汪碧水,成为一代代文人墨客的“灵感缪斯”,构建起心灵栖居的精神家园。

梅子黄时,漫步在拱墅区小河直街历史文化街区,感受城市人文脉搏。

这里地处京杭大运河、小河、余杭塘河的三江交汇处,曾经的危旧房经过城市更新焕发生机。咖啡茶饮、昆曲书画、陶艺手作、设计软装……文保建筑承载着厚重的历史记忆,安好的岁月随河水静谧流淌。

“很多企业之所以最终选择落户杭州,就

是因为这座城市独特的人文气质。半小时车程内,总能找到有山有水、有历史文化底蕴的地方。”杭州宏杉科技股份有限公司总裁杨柳说。

杭州不断充实和丰富着自身的文化内涵,文化特色,同时鲜明的人文特色又在带动城市的繁荣发展,新经济业态不断涌现——

2022年,杭州以新产业、新业态、新模式为主要特征的“三新”经济增加值占GDP的比重为39%。

杭州,被誉为“中国动漫之都”。2022年动漫游戏产业全年营收实现408.06亿元,在2022年11月举办的第十八届中国国际动漫节上,杭州共吸引57个国家和地区的292家中外企业机构、1400余名展商客商和专业人士参与。

杭州,要建设“国际文化创意中心”。2022年,第十六届杭州文化创意产业博览会吸引40个国家与地区的3800余个企业(机构)和品牌参展,现场成交及项目签约额21.15亿元。

杭州,正在打造“电竞名城”。2022年底,《关于推进新时代杭州动漫游戏和电竞产业高质量发展的若干意见》发布,着力推动“动漫+、游戏+、电竞+、元宇宙+”深度融合创新。

践行人文经济学:“未来之城”的现代化答卷

在杭州的行政版图上,钱塘区等全新的板块正向着巨大的杭州湾,向着蔚蓝色的大海吹响面向未来的号角。

“良山门外丝篁儿,望江门外菜担儿,凤山门外跑马儿,涌金门外划船儿”……历史光影穿梭在古老歌谣中。1995年以前,杭州市区面积仅约430平方公里,是名副其实的“迷你”省会。如今,伴随G20杭州峰会、杭州亚运会等重大活动的契机,杭州将发展目标定为“世界一流的社会主义现代化国际大都市”。

翻开最新版杭州地图,“两环八横五纵八连”的快速路网新格局彰显城市新脉动——城北,临平国家级杭州余杭经济技术开发区、临平新城、大运河科创城三大平台联动发展;城南,萧滨一体化提供经济硬核力量;一路向西,4条东西向大动脉共同构成了城西科创大走廊“一廊四城两翼”的“金组带”,串联起了大走廊区域重量级的产学研高地;一路向东,环江东大道构建沪杭“1小时经济圈”,助推城东智造大走廊发展,打造杭州先进制造业新的增长极。

全面落实习近平总书记当年擘画的蓝图,杭州的发展,必然要走出以钱塘江、西湖为核心的传统“江湖”人文地理框架,迎着钱塘湖走向更广阔的“蓝海”——中国式现代化的杭州新答卷。

2022年以来,杭州提出了全面推进“奋进新时代、建设新天堂”系列变革性实践,在以“两个先行”打造“重要窗口”中展现头雁风采,努力成为中国式现代化的城市范例。

钱塘江畔,以“莲花碗”为代表的杭州亚运会体育场馆蓄势待发,迎四海宾客。杭州亚组委副秘书长、杭州市副市长陈卫强说,以亚运会、亚残运会举办为契机,杭州坚持城市侧和赛事侧一体推进,持续放大亚运综合效应,打造“独特韵味、别样精彩”的

“新天堂”;通过实施数字经济创新提质“一号发展工程”,以扩中提低为导向完善收入分配制度体系等,打造创新创业、活力迸发、共享幸福、良法善治的“新天堂”。

2022年,杭州数字经济核心产业实现增加值5076亿元,占GDP比重27.1%,占全省数字经济核心产业比重为56.5%。以数字经济为代表的创新创造在逆周期中跑出加速度,成为杭州转型发展的主动力、经济稳增长“压舱石”,也成为了杭州的“名片”。

践行人文经济学,杭州将始终把满足全体市民的全方位需求、全面提高全体市民的素质作为出发点,通过城市政治经济社会生态的高质量发展推动人的全面发展——

“从还湖于民、还河于民,到问情于民、问需于民、问计于民、问绩于民,无论是推动经济发展,还是提高城市人文素养,最终要落脚到老百姓身上来。”杭州市委常委、秘书长朱华说。

杭州持续迭代升级“民呼我为”数智平台,探索“民意直通车”等机制,构建共建共治共享机制,老百姓成为城市建设的参与者、评判者、获益者。

杭州聚焦“文化惠民”,开发“文化优享”公共文化服务数智应用大场景,纵贯省市县乡村五级,横跨宣传、文旅等近20个部门,点单式配送演出、培训等文化服务,促进公共文化服务精准匹配、优质均衡、共建共享。

践行人文经济学,杭州将不负“历史”,拥抱“未来”。让历史文化名城焕发新生,推动产业升级城市更新,实现中华优秀传统文化的创造性转化、创新性发展——

“我们在发展中,要处理好保护优秀传统文化和发展现代经济之间的关系。让优秀传统文化通过转化利用,促进现代经济发展;更要让经济发展能够反哺文化的传承保护和继承利用。”刘捷说。

杭州城西北,良渚古城遗址以美轮美奂的玉器、气势宏伟的三重城、规模宏大的水利工程,实证了中国在5000多年前就有了伟大的史前稻作文明和城市文明。

距离良渚古城约1小时车程外,杭州钱塘元宇宙新天地产业园将围绕数字孪生等元宇宙核心底层技术,游戏、社交、教育等元宇宙新型应用场景,引进培育大批面向未来的科创型企业。

杭州市委常委、宣传部部长黄海峰说,新一轮科技革命正在加快重塑传统文化业态。杭州将深入实施文化产业数字化战略,积极壮大数字内容、影视生产、动漫游戏等优势产业,推动图书、报刊等传统业态升级,同时布局元宇宙等新赛道,用数字化手段全方位展示杭州文化的魅力。

“好风吹落日,流水引长吟。”

从海洋科技、陆海联动的向海进军,到高新技术科技创新的蓝海开拓;从一系列网红小镇的文旅融合,到中国历代绘画大系、杭州国家版本馆等文化传承国家级项目的持续丰富——在人文经济学的大框架之内,杭州正在从多方面着手打造“未来之城”,在实现中国式现代化的新征程上必将交上一份更加精彩的答卷。

(记者 郭焕庆 方益波 俞苑 冯源 马剑)
(新华社杭州5月30日电)



5月30日,搭载神舟十六号载人飞船的长征二号F遥十六运载火箭在酒泉卫星发射中心点火发射。

新华社记者 李刚 摄

「新食尚」如何贴心又放心

「小份菜」推广情况观察
新华社记者 刘翔霄 李紫薇 马晓洁

近年来,我国餐饮业连续发起“减少食品浪费 提供小份餐”的倡议。今年以来,多地市场监管部门出台管理办法,推广鼓励餐饮单位提供“小份菜”“半份菜”,引导消费者科学消费、合理消费、文明消费,减少“舌尖上的浪费”。

记者近期走访了解到,“小份菜”“小份饭”正在撬动“减少浪费”的大文章,引领绿色节约“新食尚”。但在小份菜逐渐被消费者接纳的同时,也出现了一些进一步推广的“烦恼”,尚需有关部门对症下药、跟进管理。

小份菜:分量小、“能量”不小

记者走访发现,随着“小份菜”“单人餐”等点餐服务的出现,提供小份菜的商家堂食光盘率提升、餐厨垃圾大幅减少。

在某外卖平台上,记者搜索“小份菜”关键词发现,不少店铺纷纷以小份菜命名,比如“大先生小份菜”“爆炒小碗菜”等。一些实体餐饮商家在店内显著位置和餐桌上均张贴或摆放有“不剩菜、不剩饭”“选择小份菜”等字样的宣传画、展示牌,饭店服务人员还会特意提示就餐顾客,店内推出了专门的小份菜单,引导顾客理性消费。

南京大牌档一位工作人员说,多年前,他们已推出堂食小份菜。近年在外卖端也推出小份菜专栏,进行了更多菜品的开发,一些招牌菜品细化出大、中、小份,价格从数元到几十元不等。“午餐时段,各家分店平均能卖出100多份小份菜,减少浪费还拉动了销量,客户满意度较高。”

“全国门店平均每月售出小份菜约16万份,店里的主打菜品小份蒜香火腿豆腐、汽锅鸡销量最好,很受外卖消费者欢迎。”云海肴外卖总监杜祥宏告诉记者,这让餐饮企业在开发更多品种、更高品质的小份菜上也有了更多动力。

记者从某外卖平台了解到,近两年,这家外卖平台的小份菜数据出现多项增长:截至2022年8月,平台已有超过90万注册餐饮商户提供超过560万种小份菜,提供小份菜的商户数与相关菜品数量,比2020年增长接近一倍;小份菜销量也较2020年增长114.5%。

此外,这家平台还和商家合作推出了外卖“小份饭”,共同倡议减少主食浪费活动。其消费端App也增加了“小份菜”搜索选项,引导用户需要时点选小份菜餐品。

对于“小份菜”“小份饭”点餐服务,就餐消费者多持肯定态度:“花样多,能吃饱,还不浪费”“能满足消费者的多样化需求”“适合独居、小食量消费者选择”。北京消费者姚女士表示,“小份菜的意义不仅仅是一餐的节约,还在于对人们的节约意识和观念的长期引导。”

进一步推广遭遇“烦恼”

记者走访发现,小份菜在进一步推广过程中,也出现了种种情形有待改善:有的落地出现“一阵风”,有的菜品克数等具体信息比较模糊,容易引发消费纠纷。

虽然监管部门大力倡导“小份菜”“小份饭”,但部分消费者反映,堂食和外卖平台小份菜、小份饭种类仍然偏少,可选项有限,商家对菜品的开发缺乏创新。记者在某外卖平台随机搜索三家知名餐饮连锁企业发现,其中两家企业的店铺页面均没有小份菜外卖选项,另外一家关键词虽然可以搜到“小份”二字,但菜品却是由几个小份菜组成的大菜,无法单独购买。记者在这几家企业的实体店走访发现,菜单上同样没有小份菜的身影。

对此,部分餐饮企业经营者表示,推广小份菜对于餐饮企业而言,并不是简单地减少菜品分量,“同一种菜品会一起制作,如果分量有变化,就要改变现有的厨房运营模式。”北京宣武门西大街附近一家餐饮企业经营者说,小份菜增加了劳动量,餐饮企业需要投入更多精力、增加一定的成本,只有提高一定的价格才能获取原来同等的利润。

太原市万象城、亲贤街多家餐饮企业经营者表示,“同等条件下,消费者消费大份菜,一份菜价格要低于两份小份菜、半份菜的价格之和,一些消费者认为不划算,让小份菜、半份菜推广面临困难。”在某外卖平台,记者浏览发现,一些给予差评的消费者评价留言称,小份菜的分量和价格不成正比,“量少价贵”等。

此外,还有消费者反映,有的商家不标注小份菜克数等具体信息,给消费者判断、选择增加了难度。有些小份菜的定价明显不合理,个别商家借小份菜之名对菜品进行变相涨价,需要加强监管。

让消费者感到贴心又放心

业内人士认为,针对目前小份菜推广过程中出现的一些难点,餐饮企业和相关部门还需对症下药,解决问题,真正让消费者感到贴心又放心。

广大餐饮企业可在小份菜菜品设置上再广开思路,根据店铺经营状况和菜品特色,对不同菜品的小份菜分门别类,细化定价,在保证自身盈利的同时,满足消费者的需求。还可以将原来大份菜的做法进行流程化梳理,降低成本、提高效率、保证菜品品质。

长期关注食品浪费问题的中科院地理科学与资源研究所研究员成升魁认为,外卖平台本身掌握有一定的消费者数据,可根据大数据分析研判消费者饮食趋势,引导更加贴近消费者需求的小份菜设置和合理消费,“消费者饮食习惯不同、饭量不同,外卖行业要充分考虑到这种差异,提供多样化的选择,推动餐饮行业的升级变革。”

中国科学院地理科学与资源研究所副研究员、研究所副主任王灵恩表示,外卖平台还可以通过相关政策的调整,加大对小份菜的支持力度。如降低小份菜佣金费率、提供数字化支持等,同时将优惠活动门槛、起送价等设置得更合理。

太原市寻羊仙味总经理刘佳建议,除小份菜点餐服务之外,也可探索拼单服务等新模式,给部分独居、小食量消费者更多选择。山西省市场监督管理局、山西省消费者协会相关人士认为,也要通过一段时期的引导,消除部分消费者对“小份菜就是半价菜”的认识误区。

(新华社太原5月30日电)