

坚持品牌引领，衢州“礼”行天下

■刘正良

《在衢州看见有礼中国》备受关注

如何打造城市品牌?《在衢州看见有礼中国》给出了系统答案。该书由人民日报出版社出版,以浙江省衢州市为例,系统介绍了城市品牌建设经验;在2021中国城市品牌论坛等大会上,成为与会嘉宾最喜爱的伴手礼。

全国政协文化文史和学习委员会副主任王世明表示,“南孔圣地·衢州有礼”衢州城市品牌建设是我国城市品牌建设的一个成功案例。《在衢州看见有礼中国》一书重实战、重案例,希望能为中国其他城市的品牌建设提供实操经验,为中国城市发展贡献一份力量。

中国品牌建设促进会理事长、世界标准化组织(ISO)品牌评价技术委员会顾问组主席刘平均表示,“衢州有礼”城市品牌建设促进了衢州市的高质量发展。“衢州有礼”已发展为“浙江有礼”,衢州城市品牌建设为全国城市品牌建设提供了范例,为世界了解中国打开了一扇“有礼”的窗口。

中央直属机关书画协会主席武春河为该书题名,并协助设计了封面。人民日报出版社副社长赵军表示,这是他看到过的最新颖和有内涵的封面之一。

人民日报资深记者姚赣南表示,好书就是有深刻含义的书,是读者可以经常翻阅的书。《在衢州看见有礼中国》就是这样一本好书——系统、精炼、美观、新颖,充满内涵,我深为该书主编杜英姿、钱伟刚、常亮、刘正良等同志的高效、周密、认真而感动。该书从衢州的概述到品牌内涵、行动,从品牌宣示到品牌成果、亮点、畅想,编织出一道美丽的风景线和现代城市风貌。相信衢州‘打造闻名全球的城市品牌’目标一定能实现。为此书的作者点赞,为衢州加油!”姚赣南说。

衢州市委常委、宣传部长钱伟刚介绍,在全领域植入方面,衢州市将品牌建设与文明素质提升相结合,开展系列活动、落实长效机制、营造宣传氛围,充分发挥优秀传统文化的教化功能,让“有礼”成为每一名衢州人的自觉行为。同时,衢州市还将品牌建设与城市建设、产业建设相结合,通过南孔古城复兴,展示南孔文化魅力,实现南孔文化复兴;培育“有礼”产品、推动文旅融合,构建完整的“有礼”产业链,以“文化+品牌”为城市赋能、为产业升级。

“衢州市推广‘衢州有礼’

标识、吉祥物、商标,统一培育‘衢州有礼’产业品牌及子品牌,逐步向文化产业、文创产业、文旅产业等拓展延伸,形成资源共享、产业集聚、分工协作的‘衢州有礼’产业品牌体系。”钱伟刚说。

中国城市品牌评价项目组秘书长、中国城市报社副总经理常亮认为,“衢州有礼”城市品牌不同于一般城市宣传名片,更是一项全方位、立体式、多层次的系统工程。衢州坚持全市“一盘棋”,把品牌、奋斗目标的呈现和资源统一起来,形成市县两级的品牌体系。目前衢州6个县(市、区)都已经在“衢州有礼”的框架下,形成了自己的县级品牌。

常亮总结道:“通过全空间展示、全产业链融入、全领域植入,衢州市全力推进城市品牌向城市、乡村、产业、人群渗透融入,让‘衢州有礼’全民共享、触手可及、随处可见。”

用城市品牌扮靓衢城。据了解,衢州市在办公系统、城市环境、交通系统等场景充分展示“南孔圣地·衢州有礼”城市品牌,做到“处处见礼”。在此基础上,衢州市打造“有礼”地标空间体系,推动城市品牌向乡村延伸、向企业延伸、向景区延伸,实现机关单位全覆盖、社区全覆盖、交通节点全覆盖。

“衢州有礼”城市品牌的内涵

“衢州有礼”体现的是衢州人的自我提升。“做最有礼的人”不仅要体现在日常生活中,还要体现在学习和工作中,要积极进取,爱岗敬业,为建设富裕、文明、美丽的新衢州人作贡献。

“衢州有礼”体现的是衢州人的自我奉献。衢州人不仅要建设“有礼”新衢州,还要为建设“有礼”新浙江、新国家作出积极贡献。努力把中国的“有礼”元素推向全世界,让世界认知中国,让中国礼仪文化走向世界。

“衢州有礼”要礼待历史。抓好南孔文化资源的传承和开发利用,让南孔文化在世界文化的交融发展中发挥更大的作用。

“衢州有礼”要礼待自然。发挥衢州的生态优势,坚持科学、生态、健康、可持续的经济发展观,全力建设衢州全域5A级生态景区全覆盖,努力让整个衢州时时有诗有画、处处是诗是画、人人如诗如画。

“衢州有礼”要礼待社会。要通过各级党组织的教育引领作用、党员干部的率先垂范作用、社会典型的标兵榜样作用,促成人人为礼、人人有礼、事事在礼的社会常态。营造风清气正的执政环境、公平公正的交

易环境、争先创优的工作环境、和睦友善的社会环境。

“衢州有礼”城市品牌的创建成果

衢州市创建“衢州有礼”城市品牌,从提升全民的综合素养入手:

建设“有礼”的基层组织。从选配一个好支书、配强一个好班子、完善一套好制度、制定一个好规划、绘就一张好蓝图、干出一番好事业、稳定一方好局面、创造一套好经验入手,全面加强全市基层干部的培训与教育,全力推进基层组织的治理、整顿和建设,提高了基层组织的整体战斗力,培育了“有礼”的先锋队、引领者。

每年组织一次“最美衢州人”“衢州好人”“最美家庭”等评选表彰活动,让“有礼”衢州人的故事走进报纸,走上电视,增添亮丽的城市风景线,为“有礼”衢州树立了榜样。

制定《衢州有礼市民公约》,贯彻“从群众中来到群众中去”理念,发动全民反复讨论,将群众最关心、对社会影响最大的行为规范写入市民公约;将公约张贴在最醒目的位置,发送到每户市民家中,并利用“天眼工程”监督曝光不文明行为。2020年,《衢州市文明行为促进条例》发布,进一步将“有礼”行为从居民自觉提升到法规层面。

在重点政策及行动的推动下,衢州市在“有礼”中加快发展步伐:

古城双修工程取得阶段性成果。随着南孔古城步行街,水亭门景区,信安湖水亭门5D灯光秀等项目的先后开放,南孔古城再次成为衢州,乃至浙江省的文化旅游、休闲、度假、研讨南孔文化的首选打卡地。

“美丽大花园”建设成绩斐然。通过山水林田湖草综合治理,到2020年底,衢州市森林覆盖率达到71.5%,全市空气质量优良率从“十二五”末的84.9%提高到93.4%;高标准建成一条长280公里,覆盖1000平方公里的“衢州有礼”诗画风景带;新创建国家5A级景区1家,A级景区村930多个,被评为“全国森林旅游示范市”。

交通先行成果丰硕。衢州市“米”字型铁路网架构已初步形成,衢州高铁站每天客流量已从“十二五”末的6931人增加到2020年底的10567人。

产业高质量发展。全市新增总投资百亿元企业1家,10亿元以上企业29家,亿元以上企业101家;新培育国家高新技术企业117家。2020年,衢州数字经济核心产业营业收入和数字经济核心制造业

增加值分别实现同比增长21.9%和22.5%,均位居浙江省第一位。

“衢州经验”的启示

启示一,品牌是城市高质量发展的重要引力。

城市品牌是城市精神内涵、素质形象和社会认知的综合展现。好的城市品牌可以引领城市科学、健康、可持续发展。创建城市品牌的过程就是城市正确认知自我、优选主攻方向、科学排兵布阵、实现全面发展的过程。优秀城市品牌一旦培育形成,便成为加快城市发展的珍贵资产,形成库存无限的品牌价值,从而在政治、经济、文化、社会等各个方面释放无限的能量。衢州市近年坚持品牌引领,实现全面快速发展的经验进一步印证了这一结论。

启示二,培育优势城市品牌的核心是精心提炼品牌主题。

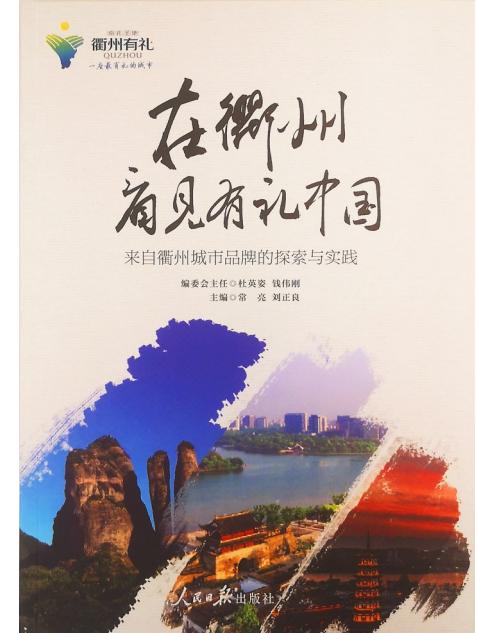
品牌主题既包括“城市有什么?优势和潜力是什么?”更要精准回答“城市要什么?发展的方向和目标是什么?”品牌主题是城市发展的纲和灵魂。品牌主题找准了,就可以实现以纲带目、凝聚人心、统领各方资源,从而引领各项工作全面推进。

品牌主题要高度聚焦、精练,凸显发力点。如“多彩云南”高度概括了云南的风光之美、资源丰富、民族和谐,“多彩”一词还给人留下了发散遐想的空间。

品牌主题要有张力,蕴含丰富的发展空间。“衢州有礼”寓意衢州是“南孔圣地”,有“礼”的基础、“礼”的传统;同时响应新时代“礼”的号召,要传承优秀传统文化,建设现代文明城市。“衢州有礼”更蕴含了“礼”的规范和要求,号召各级党政干部要有“礼”,全心全意为人民服务;教育工作者要有“礼”,以德为先,培育有“礼”的接班人;文艺工作者要有“礼”,努力为人民奉献更多的精神食粮;工人、农民要有“礼”,高标准做好自己的工作,为社会奉献好产品……

启示三,培育优势城市品牌的最佳路径是“文化引领、创新驱动、彰显特色、生态发展”。

“文化引领”是要高度重视文化对品牌的拉动力,让文化



《在衢州看见有礼中国》封面。

为品牌赋能,让品牌为文化增辉。用优秀传统文化引领城市高质量发展,用城市高质量发展成果丰富城市的文化宝库。

“创新驱动”是要在城市品牌建设发展中,注意使用现代新技术,支持全社会重发明、重创新,不断推出新技术、新成果。

“彰显特色”就是注重在城市品牌建设提升过程中,总结、利用、优化、提升城市的特色,找准城市个性,从而探索出一条差异化、特色化发展的道路。

“生态发展”就是坚持可持续发展。在城市发展过程中,要注意保护生态资源,涵养绿色生态。

启示四,参与者持续发力是培育城市品牌的关键要素。

在“衢州有礼”城市品牌创建工作,充分体现了衢州人“一旦认准的事,就一定坚持到底”的作风,彰显了衢州市各级干部干事创业“咬定青山不放松”的精神。

启示五,加大传播力度让城市品牌不断增值。

衢州市在城市品牌传播中投入大量精力,创新多种形式,使城市品牌持续增色——聘请衢州籍世界羽毛球冠军黄雅琼等20多人为“衢州有礼”城市品牌代言人;组织“衢州有礼”创作大赛等主题活动,面向全国开展“衢州有礼”城市主题题歌(词、曲)有奖征集活动;组织“衢州有礼”专列(高铁)、邮轮、航班冠名;组织精干团队先后分赴我国20多座大中城市,开展“衢州有礼”城市品牌专题推介……

通过连年的城市品牌创建与传播,如今衢州已成为常驻人心、影响全球的“有礼”使者,成为全球城市中的网红。(作者系中国城市品牌研究院副院长)