

让“有礼”的春风越吹越旺

——衢州市在城市品牌建设中持续发力

■ 巩静 刘正良

近900年前,孔子48代嫡长孙孔端友率领部分族人随宋高宗南渡,奉旨定居衢州。从此,以“礼”为核心的儒家文化的春风从衢州荡起,逐渐吹遍江南大地,成为南孔文化之源。

经多方调查研究,衢州市委、市政府决定将南孔文化作为衢州城市建设发展的“根”和“魂”,精心提炼了“南孔圣地·衢州有礼”城市品牌主题,并写入2018年《衢州市政府工作报告》。

自此,“有礼”的春风吹遍衢州大街小巷,人人重礼、人人讲礼、事事有礼、处处见礼成为这座千年古城的亮丽底色,也让衢州成为了“一座最有礼的城市”。

近年来,衢州先后被选为“中国投资环境最佳市”“中国优秀旅游城市”“中国十大宜居城市”“国际花园城市”“中国品牌城市百强”“全国文明城市”“国家生态文明建设示范区”等。

2021年,中国品牌价值评价信息发布暨中国品牌建设高峰论坛发布了中国地级市品牌综合影响力指数前100名城市名单。衢州榜上有名,排名第35位,实现持续晋位,排名前进10位,衢州市主要领导在会上作典型发言。

此后,衢州在全国城市品牌评价活动中连年晋位,为其他城市创建城市品牌提供了参考指引。

定标准 让“有礼”有章可循

建设“一座最有礼的城市”,首先要让城市中的人知礼、懂礼、守礼。

什么才是城市倡导的“礼”?衢州人将重点首先放在建规范、定标准上。

在“南孔圣地·衢州有礼”

城市品牌创建之初,衢州市委、市政府便引导衢州民众讨论制定了“衢州有礼市民公约”,为全体市民明确了要做什么、不能做什么、不准做什么。随后,根据工作实践和群众反馈,多次对上述公约进行补充修改,并于2020年4月21日经衢州市人民代表大会常务委员会通过,形成《衢州市文明行为促进条例》,以地方性法规的形式对市民行为进行了规范。

2018年以来,随着全市城市品牌创建和价值提升工作的推进,衢州市先后推出《南孔书屋建设与运行规范》《衢州文化和旅游产业高质量发展扶持奖励办法(试行)》《衢州市南孔文化传承发展条例》等地方性法规。

定标准还要让民众知标准。衢州市除了在全市各级媒体平台上反复深入宣传上述地方性法规,还将相关规范印成单行本、宣传彩页等,分发到基层单位和住户,张贴在各级宣传栏,以实现家喻户晓、人人知晓。

定标准的重点在落实标准。衢州市通过专业督导、公示通报、新闻跟踪、褒优抑差等多种方式,全面展开对“有礼”标准落实情况的跟踪指导工作。

衢州市还通过持续开展评选、表彰奖励“衢州好人”“衢州市有礼新星”“好家庭”等活动,为衢州人民树榜样、立标杆。

通过“有礼”标准的引领,公共活动中,自觉排队、使用公筷公勺、不随地吐痰等成为衢州人的自觉行动,车让人、行作揖礼、拆墙透绿等成为今日衢州城乡的亮丽风景。

重宣传 让“有礼”深入人心

衢州市在城市品牌创建和宣传推介工作中,坚持上下

一体、联创共享,以“衢州有礼”总品牌为统领,各县(市、区),各乡(镇)村,根据各自实际,有针对性地打造其突出地方特色的子品牌。如“衢州有礼,运动柯城”(柯城区),“衢州有礼,根缘开化”(开化县),“衢州有礼,江山源味”(江山市塘源口乡),“衢州有礼,书香大陈”(大陈村),“衢州有礼,诗画余东”(余东村)等,形成全市“一盘棋”,品牌主题、品牌口号、品牌吉祥物、品牌卡通形象等城市品牌资源上下共享,在城市品牌宣传推介工作中相互赋能,加大了城市品牌的整体宣传力度,扩大了城市品牌影响的覆盖范围,提升了品牌宣传效果。

城市品牌建设的乡村化普及,畅通了衢州市传统文化和现代化发展的城乡互融机制。衢州市从产业促增收、就业稳增收、改革拓增收、兜底保增收等多个维度,迭代升级了促进农民增收的23条硬举措,新开发公益性岗位5082个,低收入农户从事公益性岗位的占比达到86.4%。

通过深入推进以集体经济为核心的强村富民乡村集成改革,衢州市推广共富综合体带动增收法、“两山合作社”盘活资源增收法、山海协作结对帮扶增收法、产权交易平台溢价增收法等“强村十法”,新建6个党建联建共富综合体项目,带动126个村每村均增收超10万元;通过“两山”合作社盘活资源,带动村集体和农户增收2.95亿元;山海协作项目给村集体带来分红3500余万元,农村产权交易平台年交易额达到4.34亿元,溢价率12.78%。

兴产业 让“有礼”开花结果

衢州市将优化产业结构、提升产业能级、做大做强产业

规模,作为全面提升城市品牌价值的重要内容。

谋定“工业强市、产业兴市”战略,全市强力推进产业链、创新链、人才链、资本链、服务链“五链”融合,着力构筑形成新材料、新能源、集成电路、智能装备、生命健康、特种纸六大标志性产业链。今年1—2月,衢州市高新技术产业增加值达55.78亿元,增速23.7%,高于浙江省平均增速12.9个百分点,位列浙江省第一。

在农业产业化发展过程中,衢州市围绕“双柚”、油茶、茶叶“三大百亿元”产业,全面构建做大做强特色农产品的目标体系、政策体系、工作体系,制定《衢州市“双柚”产业高质量发展三年行动方案(2023—2025)》《衢州茶叶产业高质量发展五年行动方案(2023—2027)》,城乡互动、市域一体化推进“三大百亿元”产业高质量发展,安排1.26亿元资金扶持“三大百亿元”产业专项行动。

在品牌培育方面,衢州市推行“动员一批、培育一批、认证一批”的“品字标”滚动培育机制,持续推进“品字标”企业提质、拓面、增量。截至目前,衢州市“品字标”品牌企业累计突破200家,“品字标”区域公共品牌培育工作实现了在工业、农业和服务业等领域的全覆盖。

用创作 让“有礼”声名远播

2018年以来,衢州市多次面向全国、全球组织开展“衢州有礼有奖征文活动”“衢州有礼诗词大赛”“衢州有礼戏曲大赛”“衢州有礼摄影大赛”等重大活动,充分吸引全球文化艺术工作者对“有礼”衢州的关注,一批歌礼颂礼、传播衢州礼文化的文艺作品如雨后春笋不断涌出。

从城市吉祥物“奔跑的小鹿”,到城市卡通形象“南孔爷爷”;从“南孔圣地·衢州有礼”的主题口号,到市歌《最美是我家》《衢州、衢州》;从器乐合奏《大道通衢》《古衢》《衢礼颂》,到大型音乐史诗剧《南孔》……每一次活动,都展现出了衢州人在城市品牌创建、传播工作中用心、用力的创新精神,勇攀高峰、持续发力的坚韧毅力;每一份创作,都体现了创作者对“有礼”衢州的了解、认同和热爱;每一件作品,都将成为衢州的有礼使者,走遍大江南北,将崇贤有礼、创新争先的新时代衢州人文精神传遍全球。

早在2017年,衢州市就在全国首创推出“全球免费游衢州”活动。全世界不分国家、不分民族的游客,都可以在衢州免费游览多处知名景区、景点。这一活动已持续了7年,今年于11月1日开启。

2017年以来,每年到衢州市旅游的国际客人都在450万人以上。

2018年9月,在南非开普敦市举办的世界室外拔河锦标赛中,活动现场打出了“衢州——最有礼的城市欢迎您”的醒目横幅。

2018年11月2日,在衢州市召开的第二届世界针灸康养大会上,时任联合国秘书长潘基文应邀出席大会,并在上台讲话时首先向与会人员行中国作揖礼,然后用流利的中文说:“衢州有礼,你好!”

2020年5月19日,衢州城市卡通形象“南孔爷爷”,登上美国纽约时代广场纳斯达克显示屏。

衢州人全力创建“南孔圣地·衢州有礼”城市品牌,不仅是为了促进活力衢州、生态衢州、有礼衢州、现代衢州建设,更希望通过持续不断的努力,提升中国城市品牌的国际影响力和竞争力。



沿着衢州市几条主要河流延伸打造的“衢州有礼”诗画风光带美景如画。许军摄