

No.43

2018年11月 · 国内统一刊号：CN33-1361/D
总第527期 · [Http://www.hangzhouzk.com](http://www.hangzhouzk.com)



培育文创新兴业态 打造数字经济新增长极

- 融媒体时代：一场内容和技术的变革 / 14
- 数字音乐创造全新音乐生态 / 18
- 东家：用匠心助力“手工艺复兴” / 22

卷首语

党的十九大报告提出要“倡导创新文化”，并强调“健全现代文化产业体系 and 市场体系，创新生产经营机制，完善文化经济政策，培育新型文化业态”。在中国经济进入新旧动能转换、进入高质量发展阶段的趋势下，文化产业要实现跨越式发展，需要以知识、技术、人才等创新资源为基础，促进新业态、新模式的生成。

近年来，以互联网、大数据、云计算、虚拟现实和人工智能为代表的信息技术广泛应用，给文化产业的内容生产、表现形式、商业模式带来深刻变革，文化产业新内容层出不穷，呈爆炸式增长，数字出版、在线音乐、视频直播等基于互联网和移动互联网的新模式新业态成为文化产业发展的新动能和新增长点。

与过去相比，跨界融合已成为现阶段文化产业发展最突出的特点。阿里巴巴、腾讯、百度等互联网头部企业的进驻，使文化产品和服务的生产、传播、消费的数字化、网络化进程加快，催生出移动互联网与影视、娱乐、艺术、出版等融合发展的行业发展态势和商业模式。

作为互联网中心城市，杭州拥有“互联网+文化”的良好基础和强大基因。近年来，杭州文化产业借着互联网的翅膀快速发展。除了原有的动漫、游戏、影视、演艺等文创行业继续保持优势外，如网络文学、在线音乐、数字出版、网络短视频、网络直播等新模式新业态不断崛起，给杭州文化产业注入源源不断的活力。

目前，杭州已经明确至2022年，要基本建成“全国领先、世界前列”的国际文化创意中心。未来几年，杭州将实施“文化+互联网+科技”产业推进工程，在文化领域推广应用云计算、大数据、物联网、人工智能、虚拟现实等前沿科技，以“文创产业化、产业文创化”为主线，构建文化创意产业与相关产业全方位、深层次、宽领域的融合发展格局，支持引导新兴行业发展。

可以预见，随着新型文化业态的培育和发展，在全面推进文化兴盛行动中，杭州将顺应经济发展，抓住新一代科技革命重大机遇，凸显在全球创意城市网络中的地位与作用。新型文化业态的涌现，正助力杭州离“国际文化创意中心”的目标越来越近。



HANGZHOU WEEKLY

2018年11月 总第527期 国内统一刊号: CN33-1361/D

43

编委会主任 许明
编委会副主任 郭东风 胡征宇 万光政
编委会成员 王振霄 冯建伟 包国灿 华雨农
 许莺燕 陆志敏 李波 李浙峰
 张建明 陈秋兴 邱宾 杨福泉
 林乃炼 周朝星 赵自芳 徐小义
 徐文波 徐晓东 高卫星 秦剑云
 翁焕明 葛建伟 蔡萌 欧阳建国
 戴峤 (以姓氏笔划为序)

社长、总编 林乃炼
副社长 王茹华
副总编 张凌鸿 俞春江
采编部主任 金立山
采编部副主任 林军
网络部副主任 韩一丹
视觉总监 叶彬松

责任编辑 林军
编辑 任日莹 王幸芳 马佳威
美术编辑 朱佳妍

采编部电话 85154580 / 85171375
网络部电话 85176850
图片网电话 85175159
发行电话 85173653
广告电话 85173645
传真 85103620
编辑出版 《杭州》杂志社
地址 杭州市解放东路18号市民中心E座
邮政编码 310026
电子信箱 hztx2003@sohu.com
 hztx2006@sina.com
网址 www.hangzhouzk.com
杭州图片网 www.pichz.com
出版日期 2018年11月22日
本期定价 8元
发行单位 《杭州》杂志社
印刷单位 杭州市市级机关文印中心
广告发布登记证 杭江市管广发G—002



扫描二维码
关注《杭州》杂志微信公众号



扫描二维码
关注杭州图片网微信公众号

说明:

◎为适应我国信息化建设,扩大本刊及作者知识信息交流渠道,本刊已被 CNKI 中国知网学术文献总库、万方数据服务平台收录,其作者文章著作权使用费与本刊稿酬一次性付给,如作者不同意文章被收录,请在来稿时向本刊声明,本刊将作适当处理。

◎本刊所付作者稿费,已包括纸质、手机刊及数字形态出版的《杭州》杂志和我们杭州网站的稿酬。

◎本刊部分照片、文字转载自网络及其他刊物,均已注明作者及出处,因无法与作者联系,请作者见刊后速与本刊联系。

本刊合作伙伴
PARTNERS

人民网
中国共产党新闻
cpc.people.com.cn

bookan 博看网
bookan.com.cn

封面图片 | 2018ADM亚洲设计管理论坛生活创新展 (李忠/摄)

目录 CONTENTS



大力发展数字内容产业，打造数字经济新增长极 / P06

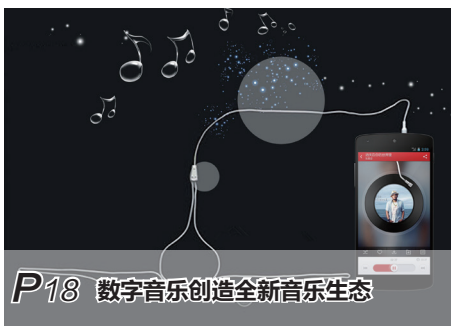
党的十八大以来，文化与科技融合发展逐步深入，数字内容产业逐渐成为文化创意产业发展的新动能和新增长点。



视点 | View

- 06 大力发展数字内容产业，打造数字经济新增长极 / 市文创办
- 14 融媒体时代：一场内容和技术的变革
——以“二更”为例 / 康康
- 18 数字音乐创造全新音乐生态
——以网易云音乐为例 / 李凡
- 22 东家：用匠心助力“手工艺复兴” / 任日莹
- 26 瑞德：构建设计驱动力 / 韩丹

目录 CONTENTS



- 29 博采：让世界倾听你的故事 / 任日莹
- 32 数字阅读孵化泛娱乐创新业态 / 王武林
- 35 陈少峰：培育新型文化业态应关注“三大趋势”
/ 林军 任日莹

探索 | Exploration

- 38 注重“因村施策”全力推进“消薄增收”
——以淳安县汾口镇为例 / 江明霞
- 40 拆违治水工作中的法治思维 / 朱狄敏

专栏 | Column

- 42 三江渔村东江嘴 / 袁长渭
- 44 耍猴 / 吴理人

时评 | Commentary

- 45 拆门方能见光亮 / 王厚明
- 46 应重视“没意见”背后的意见 / 袁文良
- 47 关心贫困生应防止“两种歧视” / 张淳艺

交流 | Exchange

- 48 众说数字经济

● 杂志协办

杭州市城乡建设委员会
杭州经济技术开发区管委会
杭州大江东产业集聚区管委会
杭州高新技术产业开发区管委会
杭州余杭经济技术开发区（钱江经济开发区）管委会
杭州未来科技城（海创园）管委会
萧山钱江世纪城管委会
杭州市下城区人民政府天水街道党工委、办事处
杭州市江干区人民政府凯旋街道党工委、办事处
萧山区人民政府宁围街道办事处

杭州市萧山区瓜沥镇人民政府
杭州市运河综合保护开发建设集团有限责任公司
杭州市实业投资集团有限公司
杭州市商贸旅游集团有限公司
杭州市金融投资集团有限公司
杭州长运运输集团有限公司
杭州市房地产开发集团有限公司
杭州市钱江新城投资集团有限公司
杭州市地铁集团有限公司
杭州银行股份有限公司

悦读 | Reading

- 50 造物为荣，从社会刚需到精神信仰
——读《工匠之国：日本制造如何走向卓越》/ 禾刀
- 52 《习近平用典》《流量池》
《故事思维》《学以为己：传统中国的教育》

**荟萃 | Assortment**

- 54 杭州在中日书法交流中的作用及影响 / 尹晓宁

连线 | Link

- 58 首届中国—中东欧国家图书馆联盟馆长论坛顺利举行 / 李苑
富阳区 19 个重大项目集中开工 / 蒋宇鸿
临安区积极打造具有特色乡村旅游区域品牌 / 彭芬芳
- 59 象山艺术公社招商引资不断“引爆” / 李玲
大关街道西一社区：百姓书场重新开门迎客 / 潘层林
小营街道大学路社区：邻居节“同吃一锅饭 共叙一家情” / 张鸣

**资讯 | Information**

- 60 2018 年 10 月中共杭州市委大事记 / 市委办公厅

栏目协办

杭州市拱墅区科技工业功能区管委会
(杭州北部软件园)
杭州钱塘智慧城管理委员会
浙江杭州青山湖科技城管理委员会
浙江淳安经济开发区(青溪新城)管理委员会
富阳经济技术开发区管理委员会
桐庐经济开发区(富春江科技城)管理委员会
杭州市拱墅区城市管理局
(拱墅区河道建设指挥中心)
杭州市拱墅区人民政府康桥街道办事处

杭州市江干区人民政府四季青街道办事处
淳安县千岛湖镇人民政府
中国农业银行浙江省分行营业部





↑ 观众在参观“瑞德设计”的蓝调设计作品(李忠/摄)

大力发展数字内容产业， 打造数字经济新增长极

文 | 市文创办

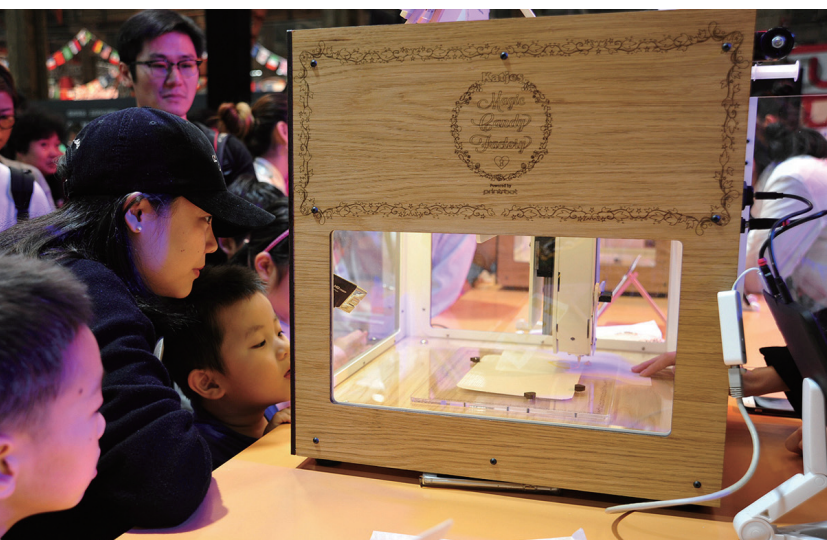
党的十八大以来，文化与科技融合发展逐步深入，数字内容产业逐渐成为文化创意产业发展的新动能和新增长点。

杭州市以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的十九大精神，以“八八战略”为总纲，以打造全国数字经济第一城为目标，以“创新发展、集聚发展、开放发展、融合发展”为主线，以数字内容、影视、动漫游戏、创意设计、现代演艺等行业为重点，进一步完善现代文化产业体系和市场体系，全面提升文化创意产业的规模总实力、行业引领力、平台集聚力、创新创造力、发展带动力和国际影响力，加快建设竞争力强、特色鲜明、发展领先的国际文化创意中心。统计数据显示，2017年全市数字内容产业实现增加值1870亿元，增长28.5%，占GDP比重达到14.9%。

多措并举， 营造数字内容产业发展新生态

着力优化服务保障。制定出台《建设全国数字内容产业中心三年行动计划（2015-2017年）》等文件，为全市数字内容产业发展明确了方向。制定出台《关于加快建设国际文化创意中心的实施意见》《关于推进杭州市动漫游戏产业做优做强的实施意见》等政策文件，构建了符合数字内容等细分行业发展新要求的政策保障。加大财政扶持引导，在文

创资金中安排专项经费用于扶持数字内容产业，鼓励基于人工智能和媒体融合灵犀智能有声阅读云平台等重点项目争取中央补助文化产业发展专项资金。有序运营文创产业投资引导基金，成功组建三期基金，并通过子基金放大至50亿元规模，以数字内容产业项目为重点，累计投资项目百余个。依托在杭金融机构，以数字内容企业为重点，广泛开展金融服务，迄今为止，签约文创金融机构提供融资服务超过千家



次，融资信贷规模累计超过 20 亿元。联合北京大学文化产业研究院和浙江工商大学共同完成《杭州数字创意产业发展报告》等。

着力推进项目建设。按照浙江省委、省政府的统一部署，配合省委宣传部完成《之江文化产业带建设规划》（浙政发〔2018〕27 号）。中国（浙江）影视产业国际合作实验区杭州总部建设有序推进，招商工作同步推进。杭州创意设计中心运营良好，集聚了一批国内外知名数字内容、创意设计企业。做好中国动漫博物馆筹建工作，展品征集工作进一步系统化。华数白马湖数字电视产业园全国新媒体播控中心等五大中心已完成建设并投入使用。咪咕数媒（中国移动手机阅读基地）成立国家新闻出版广电总局出版融合发展重点实验室。

着力增强发展后劲。依托国家级文化和科技融合示范基地建设，开展杭州市文化和科技融合示范企业、园区、公共服务平台认定和扶持工作，累计有 64 家数字内容单位（项目）被评为市示范企业（园区、公共服务平台）。以文化和科技融合为特色，连续成功举办四届“文创新势力”评选活动，铜师傅等 40 个项目先后成为年度“文创新势力 Top10”，入围项目共获得融资约 34 亿元。鼓励数字内容企业和项目参与国家、省文化出口重点企业和项目评选，2011 年以来，累计培育省级以上数字内容出口重点项目近百个，重点出口企业近 50 家。

着力强化人才队伍。深入实施“杭州青年设计师发现计划”，累计选送 259 名影视、建筑设计、广告设计、工业设计等领域优秀人才赴澳大利亚、英国等地交流学习。积极开展本土产业人才培训，共举办 31 期文

↑ 2018ADM 亚洲设计管理论坛生活创新展（李忠 / 摄）

创企业家孵化工程培训班和 11 期成长型文创企业家高端培训班，累计培训本土文创人才 2000 余人次；每年开展创意力量大讲堂活动，年辐射人群达 2000 人次。连续成功举办五届杭州文创产业人才专场招聘会，为数字内容人才搭建交流对接平台。

亮点频出， 彰显数字内容产业新活力

今年前三季度，全市数字内容产业实现增加值 1440 亿元，同比增长 16.8%，占 GDP 比重 14.9%。规上数字内容企业实现主营业务收入稳定增长，产业实力实现新提升。

行业发展实现新进步。2017 年以来，影视、动漫、游戏、网络文学等数字内容产业重点行业发展态势良好，取得骄人成绩。杭州佳平影业制作的电视剧《鸡毛飞上天》入选全国“五个一工程”。杭州奇遇影业出品电影《嘉年华》的导演文晏荣获第 54 届台湾金马奖最佳导演奖。中国美术学院副教授刘健导演的动画电影《大世界》荣获最佳长动画片奖。华策影视总裁赵依芳荣获戛纳电视节荣誉勋章。《阿优之兔智来了（二）》被列为国家新闻出版广电总局推荐的优秀国产动画片。网络动画《玫瑰公寓》获得 2017 年国家新闻出版广电总

局优秀原创网络视听作品。杭州网络作家郭羽、刘波合著的《网络英雄传 I：艾尔斯巨岩之约》入选第四届中国出版政府奖网络出版物奖。网易游戏 2017 年全年营收达 362.82 亿，网易云音乐项目完成 A 轮融资，用户数突破 3 亿。咪咕阅读（中移动手机阅读基地）2017 年实现营业收入 72 亿元，全市动漫游戏业 2017 年营收达到 223.6 亿元。

企业培育实现新突破。去年以来，浙江正元智慧科技股份有限公司、杭州园林设计院股份有限公司 6 家企业成功上市，截至目前，全市文创类上市企业累计 31 家。浙江友恒传媒股份有限公司、杭州储秀网络科技有限公司等 24 家文创企业成功挂牌

新三板，截至目前，全市新三板挂牌文创企业累计 100 家。宋城演艺连续九年、华策影视连续五年入选“全国文化企业 30 强”。

招商引资实现新成效。成功引进国家新闻出版广电总局电影频道杭州基地、中文在线区域总部落户杭州。成功引进首个“中国网络作家村”落户杭州滨江区，中国作协网络文学委员会主任、中国作协网络文学研究院院务委员会主任陈崎嵘被聘为名誉村长，网络作家唐家三少成为首任村长，唐家三少、月关、管潮等 90 余位国内知名网络作家已签订入驻协议。

平台建设实现新进展。白马湖生态创意城成功入选第一批国家级文化产业示范园区创

↓ 2018ADM 亚洲设计管理论坛生活创新展（李忠/摄）



建资格名单。杭州市成功入选首批国家文化消费试点城市名单。成功举办第十四届中国国际动漫节，实际成交及意向成交金额达163.21亿元。连续两届成功举办MIP China杭州国际影视内容高峰论坛，吸引了16个国家和地区的202家国际一线影视

内容制作公司参加，共达成合作意向178个。成功举办2018杭州文博会，吸引了41个国家和地区的2100余家文创企业和机构参展，签约合作及意向成交金额达159.5亿元（含项目融资逾100亿元），比上届文博会翻两番。成功举办2018中国数字阅

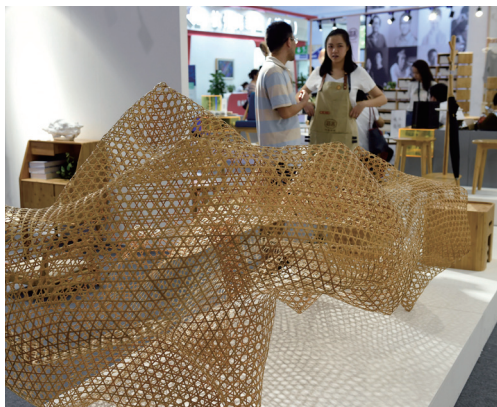
2018杭州文化创意产业博览会(李忠/摄)

读大会，发布《2017年度中国数字阅读白皮书》。成功举办2017中国影视艺术创新峰会，集聚了国内外影视界、投资界及媒体界600余人参加。

此外，杭州还积极推动文化创意产业国际交流活动，先后参加了2017中希文化交流和文化产业合作年、德国科隆国际游戏展，以及米兰国际设计周、伦敦工艺周、海峡两岸文化创意与传统艺术展等境内外知名展会。

融合发展， 迎接数字经济新时代

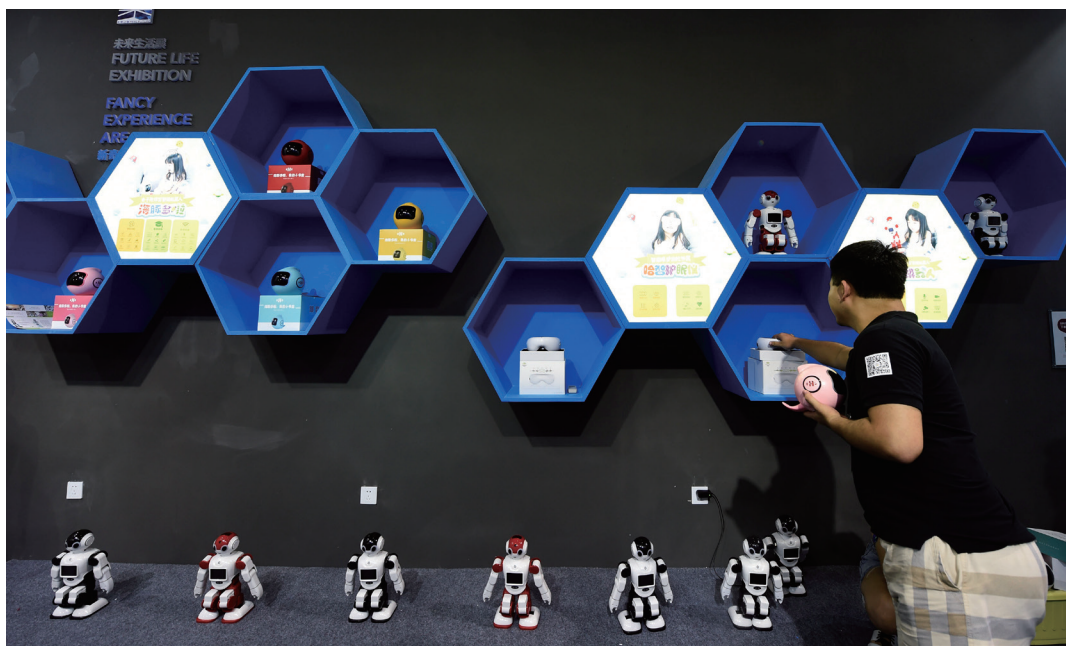
顺应“互联网+”“科技+”等融合趋势，积极落实《关于加快建设国际文化创意中心的实施意见》，为全市文创产业和数字内容产业发展提供保障。推进人工智能、虚拟现实、大数据等新科技在文化创意产业中的应用。积极培育云音乐、数字影视、互动新媒体、移动多媒体等新兴视听行业，壮大数字娱乐、数字传媒、数字出版、网络文学等行业。以精品打造为核心、以国际化发展为引领，抓好电影、电视剧、纪录片、综艺节目等创作生产，培育一批品牌影视作品、企业和平台。以高科技手段提升杭产动漫游戏的附加值和竞争力，大力发展电子竞技、手机动漫、手机



游戏等业态，加快动漫游戏作品“走出去”。

放大产业平台效应。积极构建重大平台发展体系，做强平台功能，放大平台效应。按照全省统一部署，规划建设在全国具有引领示范意义的之江文化产业带。加快推进中国（浙江）影视产业国际合作实验区杭州总部、白马湖生态创意城等重点产业平台建设。优化提升特色小镇（街区）和产业园区（楼宇）等功能。加快之江国际影视产业集聚区、九乔数字产业基地、1905 影视小镇、中国网络作家村、灵山演艺小镇等重点产业项目建设。继续办好中国国际动漫节、杭州文博会、中国影视艺术创新峰会等产业活动。

壮大企业主体实力。坚持扶优扶强，壮大杭州文投创业投资有限公司实力，推动有实力的数字内容企业上市（挂牌）交易。落实《杭州市初创型文化创意企业孵化工程（展翅计划）实施意见》《杭州市成长型文化创意企业培育工程（登高计划）实施意见》，积极扶持初创型和成长型数字内容企业发展。推进数字内容领域的高新技术企业、技术先进型服务企业认定工作。着力引进一批实力强、行业首位度高、带动作用明显的数字内容企业（总部）落户杭州。继续举办“文



创新势力”评选活动，探寻杭州数字内容产业发展潜力。

强化专业人才培养。以经营管理人才、创新创意人才、网络技术人才等为重点，进一步加大对高层次数字内容人才及团队的引进力度。继续实施“影视产业高端人才培养计划”等人才专项计划，培养一批知识型、技能型、创新型专业人才。以数字内容产业为重点，优化提升文化创意企业家孵化工程培训班、成长型文化创意企业家高端培训班、创意力量大讲堂等人才培养项目。办好海峡两岸文化创意产业高校研究联盟论坛，促进数字内容产业学术研究、人才建设等方面的交

流与合作。深化市校合作，促进产学研对接，推动杭州师范大学文化创意学院建设。

提升国际化水平。积极响应“一带一路”倡议，借力杭州跨境电商综合试验区、国家服务贸易创新发展试点城市建设，认定一批数字内容服务贸易重点企业、平台和项目。组团参展法国戛纳电视节等国际知名产业活动，进一步深化国际产业交流与合作。鼓励“融——Hand Made in Hangzhou”“新杭线”等本土展览品牌赴外参展，建好用好杭州英国文化创意产业交流中心平台，引进国际优秀产业项目落地。

发展目标

按照“五年基本建成、八年提升能级、远景繁荣可持续”的建设要求，优化文化产业布局、全面提升产业能级，把之江文化产业带打造成为浙江省文化产业发展的主引擎地带、全国文化产业发展的重要增长带，树立文化产业强势崛起和文化驱动产业转型的国际典范。

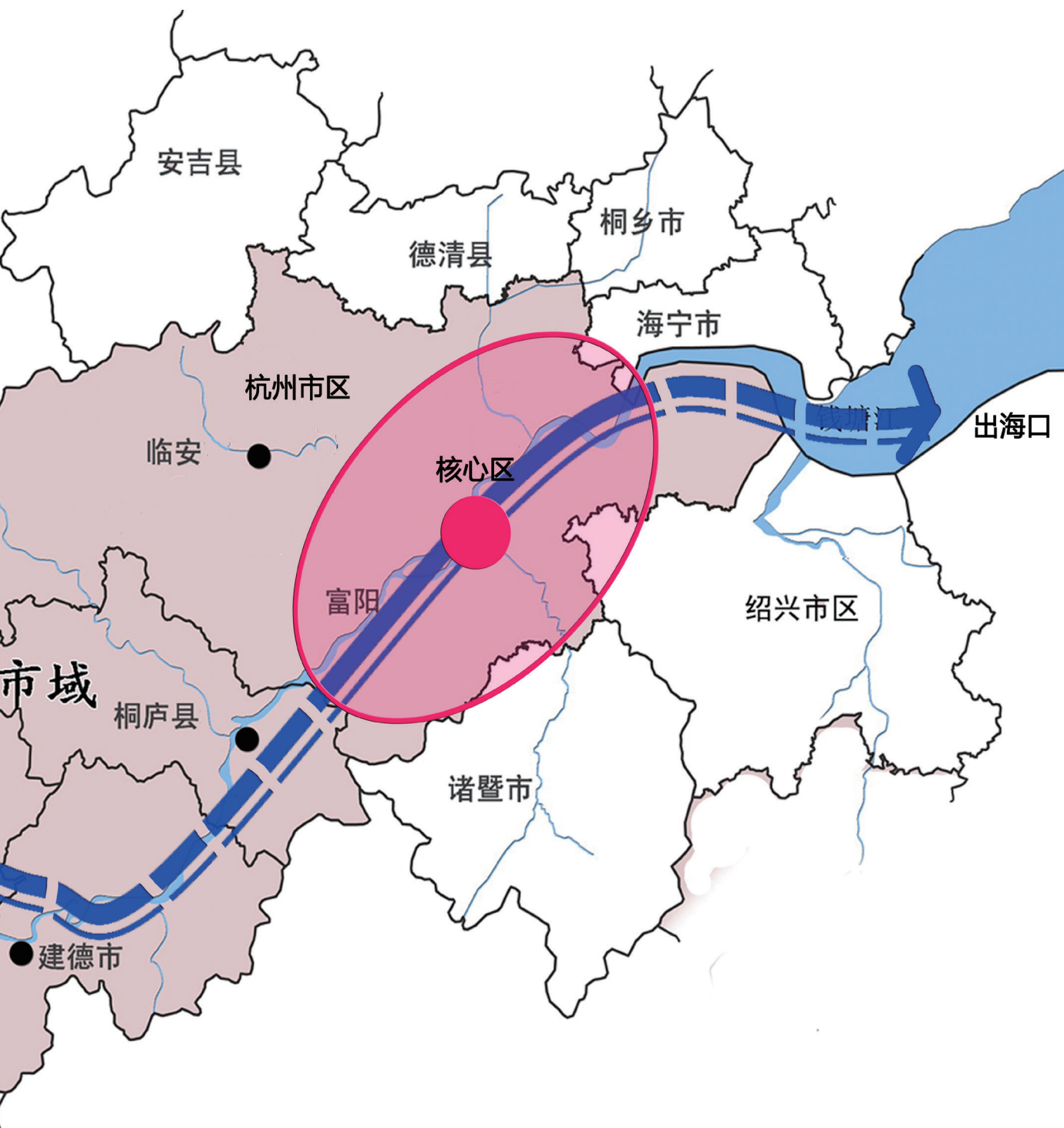
近期（2018-2022年）：力争到2022年，之江文化产业带文化产业增加值达到800亿元左右，占全省文化产业增加值的比例达到13%以上，文化产业总产出达到2600亿元左右；初步形成“一带一核五极多组团”的产业空间开发格局，基本建成国内领先、国际知名的数字文化产业基地、影视产业基地、艺术创作产业基地和动漫游戏产业基地，成为浙江省文化产业发展的重要增长带。

中期（2023-2025年）：之江文化产业带文化产业增加值达到1400亿元左右，占全省文化产业增加值的比例达到15%以上，文化产业总产出达到4500亿元左右；文化产业发展特色和优势进一步彰显，实现文化产业与旅游、体育、信息、制造等优势产业的深度融合，文化产业要素支撑、创新能力、政策环境、平台建设等取得重大突破，成为具有较强国际影响力的文化产业集聚发展带。

远期（2026-2035年）：实现之江文化产业带的繁荣、可持续发展，区域文化产业综合实力位居国内前列，成为辐射带动全省文化产业发展的核心区域和国内外知名的文化产业集聚地。



之江文化产业带建设规划





融媒体时代：一场内容和技术的变革

——以“二更”为例

文 | 康康

这是一个大数据、云计算所环绕的时代。

这个时代被互联网、物联网等高科技渗透且正在被深刻的改变中。

在这样一个时代，传统媒体与新兴媒体的融合，注定了技术是融合发展的支撑，内容则是融合发展的根本，而创新更是融合发展的关键。

一场属于融媒体的大幕正在徐徐开启……

融媒体时代已经到来

2017年2月6日晚上，一部名为《中华锁王》的短片上线“秒拍”平台，很快蹿红各大社交平台。

这部短片讲述了一段锁匠世家的平凡人生。故事的主人公叫徐久龙，出生于一个锁匠世家。在近二十年的时间里，徐九龙和

他的家人独创开锁工具数百件，帮助数万余户家庭解决了“锁”的问题。

一段平凡的不能再平凡的寻常人生故事，依然快速点燃了很多人的社交平台，大家转发、传阅、评论、分享，在发布不到一个小时内，这部短片仅是在“秒拍”平台的点播量就迅速突破了100万大关，达到了113万次。这一数据表现，远远超出了片子

背后的制作团队的预期。

抛开阅读量等一切量化指标，这部片子其实完全就是一场传统媒体与新兴媒体融合的大练兵特写。它的制作团队分别是南昌广电及杭州二更公司，前者是来自传统媒体的代表，后者是国内最具影响力、制作规模最大的原创短视频内容平台，也是以国际视野传播新时代主流价值观的中国优质互联网内容集团。

媒体业态这几年的变化，可谓风起云涌，日新月异。在这场大变革下，唱衰传统媒体的声音时有，新媒体的来势汹汹也引发了质疑的声音。对于很多参与行业大变迁的变革者而言，他们就是身处风口浪尖的前行军。从传统媒体到新媒体，再到融媒体时代，如何把握这场技术与信息表述、传递的变革，所有人都在摸索。

融媒体时代是冲击更是机遇

新媒体的出现带来了新机遇，也带来了新舞台。

二更诞生于2014年11月，在每晚“二更”时分，推送一部原创视频。2015年4月，“杭州二更网络科技有限公司”正式注册成立。三年时间里，二更从一个短视频新媒体，发展成为原创短视频6000多部、7000多万全网粉丝、350多亿总播放量的

短视频内容平台。

为了更好的迎合互联网时代信息传递的特色，促进新旧媒体的融合，二更已率先向平台化的战略方向加速布局：从移动互联网的原创视频内容提供商，嬗变至影视创作人生态的构建，再升级至从人才库到内容、发行、用户、营销在内的全域生态圈，形成从内容全面发展、价值全面呈现、人文与商业相互赋能的生态体系，以视频链接一切。

今天，二更已经从单一内容产品线转向日益完善的产品矩阵和城市内容生态布局者，从一家杭州本土公司到全国近十家分公司再到二更产业园，从单一新媒体变成覆盖了传媒、教育、影业、文创、云平台的全域内容生态。

然而，融合必须是双方的力量，方可取得最终的胜利。也

就是说，归根结底，融媒体要成功离不开新媒体带来的“新”，更离不开传统媒体人对内容的“精”。

力推“现象级”融媒体作品

在《中华锁匠》初试成功后，南昌广电与二更很快在2017年11月30日正式签署了一份合作协议，成立了“更南昌”合作团队。协议内容规定，南昌广播电视台作为实际运作人，每周二上线一个以南昌为素材的短视频内容。

承接了这份任务的二更表示，要在可有的资源及能力范围内，用好传统媒体及新媒体的各种优势，力争推出一批“现象级”的优秀作品。

截至目前，“更南昌”已上线如下短视频：《在最美的城，遇见最美的人》《南昌舰：征战



34 载，祖国在我心中越来越强大》《汪涵何炅谭咏麟最爱的南昌美食，每天卖出 1000 多碗》《47 年了，没想走出这片深山》《鄱阳湖的画，这个南昌人的宝》《明朝流传的国粹，今天被他复活了》等 9 部短视频。

据公开数据，上述 9 部短视频播放量已经轻松突破了 3000 万次。制作团队备受鼓舞，表示数据真的比想象的更美丽。

南昌广播电视台党委书记、台长张金洁对“更南昌”的未来充满信心。他表示：“二更”只是南昌广电触网的重大突破之一，作为主流媒体，南昌广电与互联网视频重要平台的合作，将会擦出更大的火花！

制作团队更是纷纷表示，随着深度融媒时代的到来，唯有将新理念、新技术、新思维与本土优质内容结合，才能形成既彰显主流媒体特质，又符合互联网规律特点的融媒产品。

和媒体融合，更要和社会融合

其实，融媒体时代中，除了平台和技术的互相融合，归根结底，内容是重中之重。那么，究竟什么样的内容才是好内容呢？二更在融媒体方面，希望可以尝试更深更多样性。

今年 5 月，新华社联合二更拍摄了一部《奋斗者的答卷》。这部片子围绕新时代的奋斗者展开，讲述平凡人不平凡的人生。这一作品一经推出就得到了平台和社会各方的认可。

今年夏天，二更又与复旦大学新闻传媒学院一拍即合，合拍了纪录片《寻找钟扬》。这部纪录片主要是追忆了一位对党无比忠诚、对事业无比热爱、对人民无比赤诚的优秀共产党员。

在二更团队看来，这些合作不仅仅是新旧媒体的融合，其实更是一种融媒体时代平台社会责任感的担当。作为中国原创精品短视频内容平台，二更希望从微观出发，在读秒的时代以光速奔跑，记录时代点滴，以故事为表现形式，以各种类型的内容产品为载体，通过篇幅或长或短的纪录



片、感情充沛的图片和文字，以大众看得懂和乐于接受的方式，去理解“新时代”平凡岗位的意义、去认清“新时代”普通人生的价值、去发现“新时代”的独特与不凡，去动员“新时代”所有可能的力量。

为了将这种担当做到尽可能好，二更特地成立了“新时代”板块。除了继续“发现身边不知道的美”之外，二更要致力于“记录伟大时代，讲好中国故事”。基于二更海内外30多个城市站的布局和内容生产能力，二更未来将以“幸福奋斗观”为核心价值观，寻找具体事件、鲜活人物，讲出可以酷、可以帅、可以燃、可以温暖甚至滚烫的生动故事。

融合是优势互补也是互利共赢

在传统媒体与新媒体交替的时候，正是二者互相融合、取其精华、去其糟粕、相互借鉴、共同发展的关键期，如此一来，不仅能让受众感受到信息的便捷，还能获取到真正有价值、有内容的新闻。那么，二者又该如何与新媒体融合、优势互补、共利共赢？

苏州广电总台和“二更”尝试了一种新的合作方式。用的是内部创业机制，叫融媒工作室。合作之初困难重重，第一条片子做了两个多月。但让人意想不到的是，上线不久，点击量就突破了400万，一周后点击量突破2000万。

这个短视频的成功背后实质是新媒体多平台多渠道的运营能力。这个爆款出来以后，苏州广电内部成立了短视频工作室，进行了内部孵化机制，经半年后成熟，现在将要和“二更”成立合资公司。

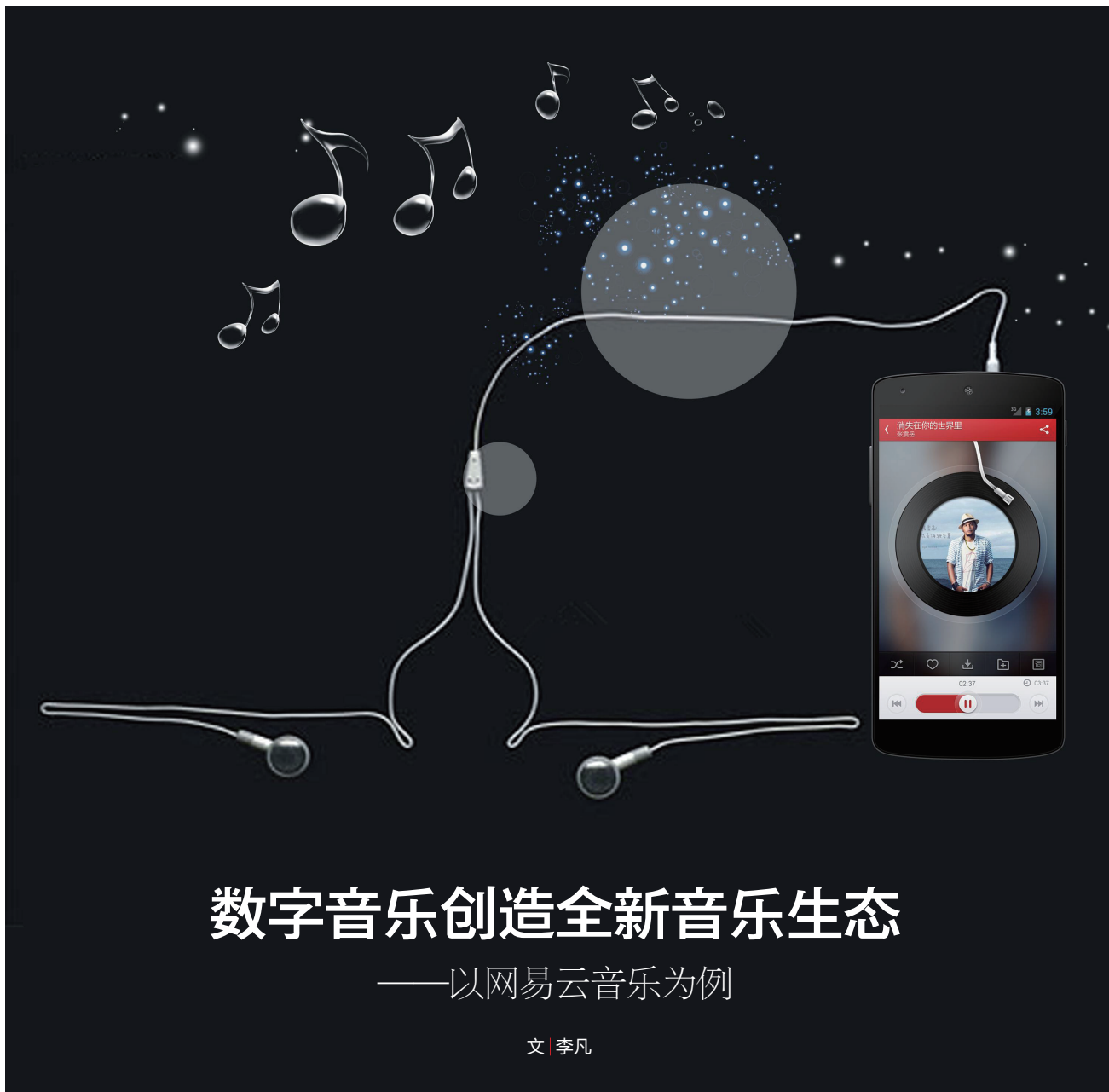
传统媒体转型很艰难，但是传统媒体转型要有信心。在这个过程中，苏州广电通过短视频风口发现了宣传诉求、客户诉求、观众诉求、艺术诉求之间的平衡点，找到了变现方式。作为其合作伙伴，“二更”也在这次融合中获益匪浅，受到了鼓舞。“二更”方面表示，原来它与传统媒体合作是抱着尝试的心态，他们认为传统媒体思想老旧、行动迟缓。但是这个片子做完后，他们与传统媒体合作的信心也来了。

苏州广电也从与“二更”的合作中意识到，如果传统媒体人还固守在城池之内，不想入局的话，最后的结局肯定是出局。当然，入了局后还不知道是什么命运，但毕竟多了一种可能。

随后苏州广电内部开启报名招募，有三十多人报名，最后选了九个人成立了短视频工作室。当年孵化，下半年就达到了营收平衡，随后苏州广电与“二更”及社会资本方成立了合作公司——“苏州更广公司”。

二更则继续在融媒体的时代道路上砥砺前行。二更表示，新旧媒体的融合趋势将不会改变，未来还有很漫长的道路要走。因此，二更除了将一直坚持正能量的内容创作之余，同时还要引用和学习传统媒体在人才、资源及信息权威性方面的优势，发挥好新旧媒体的各自优势，取长补短，优势互补，最终达到互利共赢。





数字音乐创造全新音乐生态

——以网易云音乐为例

文 | 李凡

音乐是很多人共同的爱好，也是一门世界语言。古往今来，只要有人的地方，就有音乐的存在。从骨笛到编钟，从五声音阶到七声音阶，经过几千年的不断发展，音乐不仅在内容上越来越丰富，在表现形式上也变得越来越多元。除了主要的教化、娱乐和艺术熏陶作用，音乐本身的价值和音乐市场的不断扩大也赋予其无限的产业化空间。

传统音乐载体经历过黑胶唱片、磁带、CD等形式，自从电子计算机迅速发展迎来信息大爆炸之后，音乐便从线下走到了线上。固有的物理形式已不符合互联网时代的音乐表达特性，越来越多的人开始通过购买数字专辑进行线上音乐消费——这些时代标签意味着，传统的音乐行业已是过去式，数字音乐迎来了自己的黄金年代。

杭州市作为互联网数字时代的佼佼者，特别注重发挥数字音乐行业作为文创产业重要组成部分的价值，在2018年9月份发布了《中共杭州市委、杭州市人民政府关于加快建设国际文化创意中心的实施意见》。文件明确提出了“打造全球数字内容产业中心”的任务，并强调要“依托国家信息经济示范区、国家数字出版产业基地、国家级文化和科技融合示范基地、国家数字娱乐产业示范基地、国家级动画产业基地、中国网络作家村等重点平台和阿里达摩院、网易云音乐、咪咕数字阅读、天翼数字阅读等重点项目建设，加快推进内容创新、技术创新、模式创新、业态创新，培育一批具有较强创新能力和核心竞争力的数字内容领军

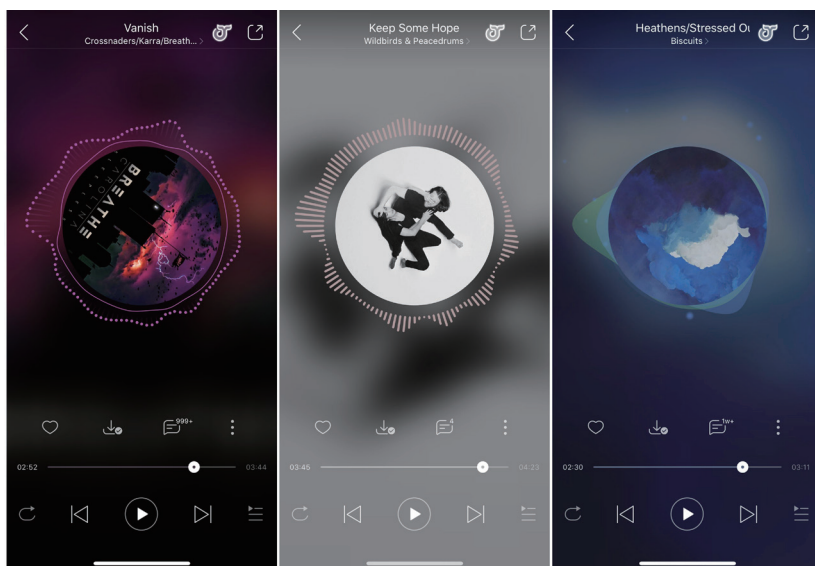
企业和重点产业平台”，点名突出了以“网易云音乐”为代表的数字音乐行业在“打造全球数字内容产业中心”这一任务中的关键性。本文以网易云音乐为例，探讨与传统文创模式截然不同的数字内容业态如何塑造新的用户习惯，在数字音乐产业中独到的运营特色也许可为文创产业的未来带来有益的思考。

在数字音乐蓝海中骄傲诞生

在移动互联网时代，数字音乐行业已成为全球音乐产业最重要的资金来源和未来发展的重要方向。据统计，截至

2017年，网络音乐的用户数量已经高达5.03亿，这个数字占到中国网民总数的68%，这意味着每10个中国网民中间就有7个人是数字音乐的用户。

就时下的行业格局而言，数字音乐的行业资源基本上由几家主流平台所占据，规模经济也已经初步形成，网易云音乐也是其中的佼佼者。自2013年上线至今已积累了5.33亿的活跃用户数量，成为互联网行业尤其是数字音乐行业中用户增速最快、口碑最好的音乐应用之一。网易云音乐最大的特色在于它打破了传统音乐平台以平台为中心的服务





模式，构建了以用户为中心的音樂生态圈。在网易云音乐的平台上，每个用户都着眼于发掘自身的音樂属性，不仅歌手本身是音樂人，很多听众在欣赏音乐时所撰写的评论、描绘的听后感，也让他们成为音乐故事的一部分。网易云音乐对用户的用心，展现了其它音乐平台在用户运营

上顾及不到的细节控制能力。

在音乐社交价值中茁壮成长

网易云音乐以用户对数字音乐的共同爱好为基础，构建了一个健康的音乐生态圈。这个生态圈的价值在于为用户提供了深度社交的空间，这也成为了网易云音乐区别于其他音乐平台的差异

化竞争点之一。网易云音乐将音乐与社交进行了充分连接，成功使一个数字音乐应用软件摆脱了原有音乐播放器的刻板定位，而在音乐社交的价值中茁壮成长为了一个有态度、有温度、有情感、有社交联系的音樂社区，大大增强了用户的黏性。

此外，网易云音乐还在不断进行UGC（User Generated Content 即用户原创内容）的内容建设。用户在网易云音乐发表乐评、分享故事本身就是一种UGC传播，从互联网的发展来看，这一行为最大的价值之一便是解构了固有的精英话语体系，让名不见经传的普通用户登上了音乐舞台。网易云音乐通过文字社交、短视频、个性化推荐以及个性歌单等功能的推出，为所有数字音乐用户营造了一个没有阶层差别、利益差别而是纯粹探讨音乐的社区生态。到目前为止，网易云音乐用户自主创建优质歌单总数超过4亿个，日均创建优质歌单量达62万个，其中不乏如《震撼心灵的史诗音乐》这样播放量超过3000万的社交媒体热门歌单。UGC的内容建设，不仅为网易云音乐本身的内容带来了创新与活力，同时也在不断依靠新的内容吸引新的用户，

以用户换口碑，以口碑赢发展。

在音乐个性情怀中交互体验

网易云音乐一直秉持用户第一的产品观，这也让他们成功打造出了用户导向的产品体验和人情味浓厚的音乐社区氛围，并以此成为收获年轻音乐爱好者的最大根源。数据表明，网易云音乐的用户在一二线沿海城市分布较多，相对于其他音乐用户收入更高，并集中在20-30岁左右的学生、自由职业者和白领职员群体。

2017年3月，网易云音乐将精心挑选出来的5000条乐评印满了杭州地铁1号线和整个江陵路地铁站，引来了所有搭乘地铁的乘客的争相转发。甚至有乐迷为了一睹云音乐的乐评专程去乘坐地铁1号线。可以说，网易云音乐对用户生产内容和用户个性的尊重赢得了杭城乃至全国音乐爱好者的的好评，同时也为自己赢得了情怀加分，风光一时无二。

在音乐产业生态中创造连接

当互联网音乐进入快速发展的阶段时，如何更好地为音乐人服务，激发音乐人的创作热情和价值成为新的发展方向。传统音乐公司的造星和版权运

营能力已日益式微，数字音乐平台的兴起让时下跃跃欲试的音乐人看到了新的希望。互联网无处不在的渗透能力为数字音乐行业的从业者们创造了连接的平台，使音乐人可以跳过固有的包装形式，直接通过内容和作品证明自己的实力。

网易云音乐认识到，创造这样的连接在音乐产业生态中极具全产业链的价值。从2016年11月开始，网易云音乐宣布启动石头计划，投资2亿元支持独立音乐人，包含推广计划、专辑投资计划、演出计划、赞赏计划、音乐培训计划、音乐人周边计划、音乐人指数成长体系等七大子计划。李志、陈粒、好妹妹、陈鸿宇、谢春花，这些如今耳熟能详的名字，最初的身份都是小众歌手，听众也很少在主流媒体看到他们的身影。网易云音乐将品质音乐和品质歌手转化到自身的品质平台上，从而拉近音乐人和音乐爱好者之间的距离，使小众的音乐人也能通过数字化的运营成功走入大众视野。以音乐人粉丝数量为例，小众民谣歌手李志在网易云音乐粉丝数达201万，而独立音乐团体好妹妹乐队的音乐粉丝数量更是达到了211万，这在传统音乐行业里是很难想象的。

由于数字音乐所具备的公开性，直接省略了原有的包装、宣传、推广步骤，以网易云音乐为代表的数字音乐平台已经开始直接在网络上销售数字音乐专辑，并且成绩十分可观。如2017年11月3日，美国著名乐队魔力红（Maroon 5）全新数字专辑《Red Pill Blues》上线网易云音乐，5天后突破100万销量。与此同时，格莱美歌后泰勒·斯威夫特的全新数字专辑《Reputation》仅仅用了41个小时，便在网易云音乐平台上超过了100万销量，远超其他音乐平台。足以见得，网易云音乐高质量的用户基础带来了良性的版权意识，从而在数字音乐深入人心的今天，为音乐付费市场输出了旺盛的生命力。

以网易云音乐为代表的数字音乐具备天生强大的创造与连接能力，从上游的版权到下游拓展衍生到听、看、玩、唱、买的全娱乐场景，每一个环节都将成为网易云音乐重点进行运营的着力之处，从而为音乐人同时也为音乐用户共同营造一个有理想、有情怀也有担当的全音乐产业链生态。

作者单位：杭州发展研究会



东家： 用匠心助力“手工艺复兴”

文 | 任日莹

2018年，在西安，中国传统手工艺匠人们进行了第二次的聚首。2000名来自全国各地的传统手艺人集聚在一起，深入探讨新时代下中国传统手工艺的传承与发展。“回顾过去，匠人这个群体正迅速点燃了外界对中国文化传统产业的关注。”东家APP董事长兼CEO朱见山说。而东家在这场工艺复兴的盛宴里，似乎扮演了更为重要的角色。

在互联网+传统手工艺中 寻找商机

互联网时代下的消费升级究竟为现代人带来了什么？从文化的角度来说，随着消费转型升级的趋势愈演愈烈，中国人不再一味地崇洋，中式审美正逐渐回归，这也让中国传统的“匠人”这一群体在整个消费升级的过程中，开始吸引大众的目光。

东家是第一个嗅到其中商机的。很多人可能不知道，最初的东家创始人所打造的东家APP，只是一个卖茶叶的平台。

“经过一段时间的尝试，我们都感觉在探索茶叶销售的商业模式上遇到了瓶颈。”朱见山说，这条路可能并不适合当时他们的创业团队。

也是在这时，关于“工匠精神”的思考点醒了朱见山，“我们有了一些更好的商业想法。”这几年，“互联网+”正与无数



原本守旧的传统产业实现兼容与合体，它们都发生了奇妙的化学反应，比如以此衍生的智慧农业、智慧医疗、智慧交通……都彻底改变了人类的生活。中国有着上下五千年博大精深的传统文化，在传播力上却显得如此有限，如果互联网加上“传统手工艺”“匠人”“工匠精神”等等词汇，又会迸发出怎样的火花呢？朱见山和团队创始人人们随即想到了利用“互联网+匠人”的产业模式，将现代化的电商模式注入流传千年的手工技艺中，为传统手工技艺赋予新时代的商业价值。

“当下的年轻人能够静下心来关注传统文化的少之又少，缺的是什么？是一个好的平台和渠道，我们来提供这样互动交流的平台，真正发扬光大我们的传统文化。”朱见山对于这个新兴行业有着满满的憧憬，因为有一天，他们要实现让“手艺人”能够真

正的“守艺”，让全中国乃至全世界看到璀璨的中华文明，进而让传统文化在市场的激荡中真正实现“工艺复兴”。

2017年7月，在首届中国匠人大会之上，东家创始人提出了“在传承中华文化中寻找商机”的新思路，简而言之，东家APP将成为一座打通传统手工艺人和购买者之间的桥梁。

两个月寻访 1002 名手艺人

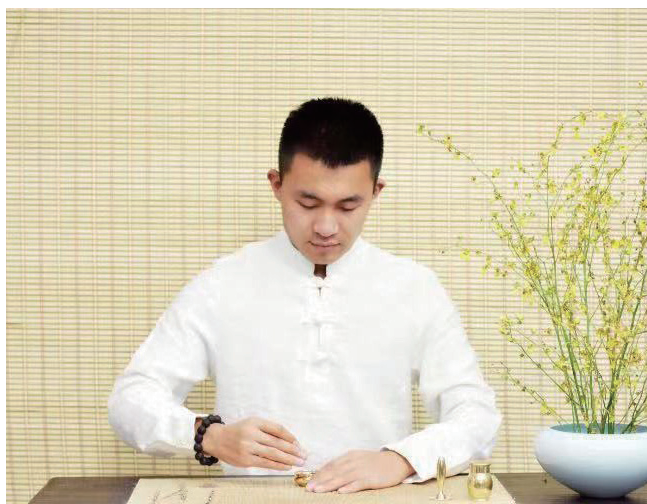
平台搭建好了，但创始之初就遇到了第一个难题——如何寻找更多的手艺人入驻平台。

当时更多的人给朱见山的回答是“这东西在网上能卖吗？”“不好意思，我没有时间弄这些东西”“你的这个平台真的靠谱吗？”……一次次的拒绝一度挫伤了团队的信心。当时答应入驻东家APP的第一批手艺人，仅仅只有十来位。

← 东家上海豫园店
↑ 中国匠人大会

为了形成一定影响，并推动东家APP正式上线，他们制定了第一个目标，尽快寻找到1000名手艺人，帮助其入驻平台。“难，真的很难。”当时的朱见山和创始人团队梳理了一份生活场景，从衣食住行到吃喝玩乐，关键词包括与茶艺相关的茶桌、书桌、茶具、瓷器，与服装类目相关的丝绸、布鞋、刺绣等等，搜寻的范围从江西景德镇到浙江龙泉，远至广东广州甚至海外地区，整个团队日夜不间断，每天不断地打电话，不断地深入各地探访，在2个月期限的最后一天的凌晨，终于找齐了1002名愿意入驻的手艺人。“1002这个数字对我来说有着特殊的意义，这是东家的起点，也是续写中华传统文化新的一页。”朱见山说。

今天的东家APP，汇聚了中国及东亚文化区域超过6300名的优秀匠人，打开东家APP，页



面上显示了茶器、茶叶、首饰、服装、文玩、家居、古法食品的7大类目，所有的类目有247个细分的品类，超过20万件（部）。

《海珠边琐》一书中曾经说过：“潮州人茗饮喜小壶，故粤中造孟臣、逸公小壶触目皆是。”从清代中期开始，潮州朱泥壶便

独具一格，广泛生产和应用，并代代相传一直延续至今。中国工艺美术大师谢华的嫡传弟子，工艺美术师廖奥钻研制作潮州壶13年，立志于把朱泥壶做到极致。他在东家的ID叫做“铁人”，廖奥说，与别的电商平台不同的是，东家除了帮助匠人销售作品，

① “铁人”廖奥与他的潮州壶

② 杜掌柜与他的古法制香

更多的是给了匠人们展示手艺的机会，“现在真正有情怀的电商不多了，这也是他们打动我的一个地方。”而“古法制香人杜掌柜”杜昱霖，一个抱有执念的北方糙汉子，却爱一缕香云，他不仅爱“卖”也爱“买”。“东家APP是目前为止让我觉得最有情怀的一款APP，这种喜欢不仅仅因为我是平台里的匠人，平时我也经常会在APP里购买茶器、茶、珠宝玉石等等，页面的布局、设计非常有美感，产品品质也非常上乘。”杜昱霖说。

“很多手艺人一开始入驻我们的平台完全不知所措，他们懂得优秀的创作，却并不完全理解互联网精神。没关系，东家会手把手教你如何拍照、如何上传，如何与买家进行交流互动。”东家公司董事会秘书余方说。很快，手工艺人们改变了传统的传播与交易方式。东家APP打造了独特而丰富且可信赖的交易场景，吸引了累计480万用户，累计销售额超过10亿元，这一数字还在不断的增长。

传统手艺的传承和复兴，更是吸引了众多来自海外的手艺人，他们来自日本、韩国、中国台湾等国家和地区。在短短2年时间里，东家APP交出了一份满意的答卷。对于朱见山来说，在东家APP上，每一款产品都有一

个动人故事，它不仅仅是买卖，更是一种情怀，而在这股情怀与潮流中，东家成为一个汇聚的点。

互联网+，我们要玩出新意

当我们有了一张好的茶桌，还需要一张好的餐桌。“这几年我们惊喜地发现，很大一部分东方设计师的品牌都与东家有了对接和联系，他们在东家找到了新的发展方式。”朱见山说。东家的发展远远超出了创始团队最初的预料，事实上，他可以有更多的新意和作为。

比如，他们对翡翠进行个性化的定制并使用独特的交易方式，他们对翡翠进行开料，估价148万翡翠的料再加上手艺人的技艺，一起售卖，卖出更合理的价格；东家还在互联网上尝试了更多有趣好玩的做法——押窑，押窑就是东家包下整个窑，富有冒险精神的人购买预售生坯，定制专属落款，在成品器皿完全未知的情况下，这个窑位还有可能出现高于其价格数十倍的陶瓷极品，享受押宝的乐趣；东家还开始做直播，在直播拍卖的现场，制作紫砂壶产品的大师娓娓道来产品设计的理念，具体的制作方式，产品里的文化内涵等等，并现场拍卖紫砂壶。“太有趣了，作为手工艺的头号忠实粉丝，能看到现场的制作，更近距离了解这个过

程，买的也更放心。”东家APP直播的粉丝“小浣熊123”说。

朱见山不断强调，未来东家的格局不会再仅局限于手工艺品，还有更多非物质文化遗产会通过东家平台传播，且形式多样。目前东家有70多名工程师，每个人擅长的领域均不同，如何整合利用好现有的人力资源，最大程度占领创新高地，成了东家未来取胜的关键。

2017年3月，“东家客厅”正式迎来了第一批客人；9月，东家首个线下体验店“东家问津”在天津市滨海新区开业；2018年6月，东家的第二个体验店在上海豫园试运营，不久后也将成为东家的线下体验店。

↓ 东家问津

“现在我们越来越重视传统文化的体验性，我们还打算和中国美院合作，进一步做深传统文化，比如书画文化、传统的24节气、民乐等等。当然，一切都还在计划和酝酿中，但是我们会去做。”朱见山说。

寻找东方生活，让传承成为潮流，东家的微信公众号i东家功能一栏上里写着这样的文字。东家的创始人团队曾经有一个梦想：他们希望未来能在纽约开一家店。他们甚至奢想，在世界各地都有“东家”的身影，让“东家”成为展示中华文化的独特窗口。在东方美学日益成为人类精神需求不可或缺的存在时，我们应该相信，那一天，并不会太远。





瑞德： 构建设计驱动力

文 | 韩丹

当人类第一次把石头当作工具时，第一次设计活动便开始了。

设计是人类对于创新的设想与计划，是引领人类创造的先导和关键环节，而这一切，都指向创造一个更好的世界。在引领创造人类文明进步的进程中，设计从农耕时代的设计 1.0，工业时代的设计 2.0，进化到知识网络时代的设计 3.0。而说到当今工业设计的价值，可以引出国际设计组织 WDO 给出的定义。

工业设计旨在引导创新、促发商业成功及提供更好质量的生活，是一种将策略性解决问题的过程应用于产品、系统、服务及体验的设计活动。它是一种跨学科的专业，将创新、技术、商业、研究及消费者紧密联系在一起，共同进行创造性活动，并将需解决的问题、提出的解决方案进行可视化，重新解构问题，并将其作为建立更好的产品、系统、服务、体验或商业网络的机会，提供新的价值以及竞争优势。美国工业设计联合会的调查显示，在设计上每投入一美元，销售收入将增加一千五百美元收益。设计之力，正在受到各行各业的关注。

从杭州本土出发

对产品进行进一步的完善和创新，创造出真正符合用户需求的产品，这就是以设计之力能完成的事，这就是好设计的价值所在。

1999年，在中国大部分人对设计还不甚了解的时候，李琦和浙江大学的同班同学晋常宝，两个毕业不到5年的年轻人在杭州创立了自己的设计公司。20年风雨兼程，瑞德设计从只有寥寥几人的初创团队，发展成为一家以产品设计、空间设计、品牌设计为核心的科技型综合商业创新设计公司，拥有百余名跨学科、跨



平台，具有商业、设计、科技，以及工匠精神的复合型工业设计师团队。20年的创新设计探索，瑞德设计与上百家全球500强及国内优秀企业合作，成功完成2000多个创新设计项目，荣获多项“德国红点奖”“德国IF设计奖”“美国IDEO奖”等国际设计大奖，直接为企业带来3000多亿的商业价值。2014年11月，瑞德设计成功在全国股转系统挂牌上市，2015年12月，获国家工信部“国家级工业设计中心”认定。

只为好设计好产品

1994年，当时的李琦还是一名就读于浙江大学计算机系工业设计专业的大三学生。当年，厨具生

产商，被称为“亚洲点火枪之王”的茅理翔需要设计一个LOGO，他写信求助于浙江大学，机缘巧合，这个任务落到了李琦身上。那是李琦与茅氏的第一次合作。

一年后，茅理翔之子茅忠群硕士毕业，有意进入灶具产业，再次找到了有过一次合作的李琦。李琦和当时同班的晋常宝跑遍了整个市场，看了许许多多的灶具之后，感到非常失望，“一个方格子加上两个大窟窿，怎么看都不像是设计出来的东西！”几番思虑过后，他们和茅氏父子商议，放弃灶具，转投油烟机市场。

得到茅氏父子的支持后，毕业在即的李琦和晋常宝把油烟机

项目当成了毕业设计，想做点实实在在的东西。为了解用户需求，他们发放出上百份问卷，挨家挨户走访用户进行需求调研。直至如今，李琦对当时油烟机的四大问题仍然记得分毫不差：吸油烟效果差，噪音大，难清洗，滴油。针对这四大问题，他们深入研究，反复试验，最终设计出了一款集深型集烟区、斜面进风口、罩电分离安全清洗三大创新设计于一身，适合中国用户的油烟机。

“最早中国的油烟机都是抄国外设计，国外蒸煮多油烟少，所以底部是平的，吸烟效果差，而中国爆炒多油烟大，我们认为把油烟机做深，让底部缩进去形成负压空腔，同时将进风口做了斜面设计，并在中央挂下一个油盒的话，效果好，易清洗。”晋常宝说，这就是国内流行油烟机的原型，至今大多依然是这个样子。

这是方太第一款产品的由来，也是国内首个由毕业设计真正转化为商用产品的案例。

20多年风云变幻，瑞德设计和方太相互扶持，一个成为了中国设计的领军力量，一个则成了中国厨电行业当之无愧的王牌。

用极致的态度探索设计

在瑞德设计的哲学中，有一条属于自己的创新曲线。

过去，似乎只有研发一制造一消费这一条价值曲线。经过20年的反思与总结，李琦认为，只有补上“设计创新”，整个产业创新的价值链才算真正完整，“这两端谁都离不开谁。要技术创新，实现商业创新。”都说酒香不怕巷子深，在过去，巷子深可能还是一个难题，但以如今互联网、手持端的覆盖情况，酒香真的不怕巷子深。现在的巷子很短，甚至与用户是零距离。当今的设计人完全可以抛开诸多顾虑，专注于创新设计。

但是即便如此，现如今，整个设计行业的现状其实也不容乐观，有很多设计仅停留在表层，或者说，很多设计公司不知道如何为自己创造更远的企业价值。这导致在很多情况下，设计在创新之后为整个企业带来的商业价值十分有限。对于此，瑞德设计提出了“最具创新商业价值转换力”的目标。“通过我们的创新，客户企业获得更强市场竞争力和更多利润，自然，瑞德设计自身也通过客户商业的成功取得更多的创新商业价值。”李琦解释道。

“经历了那么多，最初是对技术的理解，后来是对产业的理解，再后来是对创新和产业关系的理解。不能说我们一定是对的，但我们一直在探索。这也是瑞德走了一条不一样的路，还能一直

往前的原因。”李琦说。

20年的沉淀，瑞德设计积累了更多的行业思考。瑞德设计联合创始人晋常宝认为，价值增量，增的是未被满足的需求与性价比。性价比是消费时刻代价与需求瞬间满足感的综合评估，也是使用时刻代价与消费预期的综合评估。专业科学地对客户进行研究，利于建立用户口碑和推动企业增长。用用户思维让产品价值增量，能够为用户需求带来更好的解决方式。

业内人士认为，中国的设计行业正处在一个非常好的阶段，商机无限，在目前物质高度丰富的年代里，中国设计呈现出来的力量应该是对人类生活方式的诠释，以及对现代生活主张的诠释。从生活配饰到办公用品，从家居摆件到科技产品，在生活的每一处都可以融入极致的设计美学。

↓ 适合中国用户的油烟机





博采：让世界倾听你的故事

文 | 任日莹

朋克式废土画风？异星世界的 freestyle？现在我们说动画，不再只说国外的了，小丸子、灌篮高手的时代可能已经逐渐远去，在中国本土，新生力量却此起彼伏；聊起大型的动画娱乐制作公司，我们也不再只能想到华纳兄弟、迪士尼……很多来自中国的声音正被世界记住。在杭州的一家文创企业——浙江博采传媒有限公司，十五年时间，完成了从广告公司到影视、动画、文创的跨界转型，在世界舞台不断崭露头角。

让每一个品牌成为传奇

1993年，浙江博采传媒有限公司正式创立，作为一家以广告起步的公司，在往后的很多年里，博采造就了无数观众心中的荧幕经典。

2016年，是农夫山泉走过的第20个年头，当时，农夫山泉正面临争议。经过深思熟虑，博采传媒接下了这个在当时看来有些“麻烦”的广告，对于一个广告公司来说，讲故事是容易的，

但是要讲好一个故事，却并非易事。“我想，选择这些广告案例的不是我们，而是消费者。我们只需要借助每一个鲜活的人物，每一个真实的故事，来呈现品牌做事的态度。因为我们相信，真实是最能打动人的力量。”如今，博采总裁办副总李沁谈起当年接下农夫山泉的广告，仍觉得是做了非常正确的选择。

为了达到更好的效果，团队花费近一年的时间，深入山林水源，走进工厂基地，记录下农

夫山泉故事的每一个瞬间。农夫山泉 20 周年的系列广告片之一《一个人的岛》讲的是千岛湖源头的守护人的故事，《一天的假期》的主人公则是农夫山泉抚松工厂的厂长……一个个故事主角认真严谨的态度背后，正是农夫山泉的品牌理念：做好自己，成就了不一样的农夫山泉。当年的 2 月至 5 月，农夫山泉广告视频在几大门户网站，以 5 秒关闭的方式投放，最终 CI 投放量达到 736649440 次，有效观看次数达到 541344639 次，有效观看率达到 73%。在网络上的自发二次传播更是引起了话题与讨论。

胡庆余堂、美特斯邦威、养生堂、海底捞……20 年间，博采帮助众多企业和品牌在中国市场取得成功。对于像博采这样的文创企业来说，要始终在激流勇进的竞争中保持不败之地，总要有

一些不同于他人的情怀。“公司在确立之初就很明确，我们不仅是为了赚钱，更不会选择快餐式的生产方式，我们要做的是精品。因此在制作每一个广告的同时，故事里都存有博采的核心精神。”李沁说。

也许广告的魅力所在，正源于其脑洞大开的想象，正如博采所展现的，一切天马行空的想象力，都会随着时间的流逝，慢慢转化为现实。

一场意外的“冒险”

不做影视娱乐的广告公司，不算是一家好的广告公司。世界著名的华纳兄弟、迪士尼，都是从广告公司起步的。2010 年，博彩传媒的 CEO 李炼做了一个大胆决定：我们要做个烧钱的活！对动画影视有着执着追求的李炼，决定做一部名叫《昆塔：盒子总

动员》的动画片，这对当时的博采来说，是一种挑战。

这之后博采整整花了 3 年的时间，打磨公司的动画电影处女作品。在《昆塔：盒子总动员》的室内场景拍摄中，因为拍摄场景要把摄影机同步缩小 6 倍，避免错误的视角高度，博采自主研发了一套微缩拍摄机器。2013 年，《昆塔：盒子总动员》上映，作为第一部微缩景观实拍、CG 合成的 3D 立体动画电影，中国第一部按照好莱坞标准制作的原创 3D 动画电影，中国第一部国际化语境的动画电影，一经问世便备受瞩目，2014 年，该作品斩获“白玉兰奖最佳动画长片金奖”，随后发行至 20 多个国家和地区。

这之后，整个团队没有乘胜追击，而是花费一年的时间来反思第一部动画作品存在的不足，“我们要做的是进一步深耕”，

↓ 农夫山泉广告与《昆塔·反转星球》电影宣传海报





李沁说。于是，制作昆塔系列的第二部时，制作团队从150人减至79人，在精简优化流程上下了功夫，制作却更为精良。加拿大时间的2017年11月12号，在第十二届加拿大中国电影节上，《昆塔2：反转星球》获得了最佳科幻动画片的奖项。

看过这本片子后，就能理解它为什么能在小朋友中红极一时了，画面色调鲜艳明快，剧中人物形象呆萌可爱，生动的表情以及语言，展现儿童内心世界里不一样的思维和立场，例如“菠菜”和“奶泡泡”初进沙漠时候的对话，就有着鲜明的个性特征，也为后面的剧情做了铺垫。

“看完这部片子我心里很高兴，它代表着国产动画的崛起，

给了我们很大的鼓励和希望，让我们对国产动画有了新的期待，向《昆塔》系列的幕后英雄们致敬。”网友卡卡如此评论。博采所缔造的新世界是虚幻的，却为纷乱复杂的现实世界的成年人们带来一丝慰藉，更为中国动画市场带来一点新的希望。

和文创谈个深度“恋爱”

新消费时代已来临，这几年，几乎所有中国的文创企业都开始重新审视自我，并不断尝试转型。博采也不例外。

目前，博采的影视娱乐版块、移动互联版块、广告版块三大业务现实并驾齐驱。其实早在四五年前，博采就已经开始布局移动互联板块的业务，打造了专

↑ 呼呼收音机

以3-12岁孩子听故事为内容的数字平台——APP“呼呼收音机”，以《昆塔》系列的部分人物角色为原型的原创音频故事，至今已经更新了数千集，几年时间，呼呼收音机携手2000个原创故事，走进了200万户的家庭，原创内容在全网播放量超过8个亿。

“我们基于不同年龄段儿童语言和心理特点，打造了品质的儿童故事，原创的奶泡泡系列冒险故事、国学课程、科普知识，海内外的播放量达到10亿+，很多妈妈非常信赖呼呼收音机”，李沁说。

“伴着妈妈讲故事的细语入睡，是温馨的家庭场景。犹如人生的第一颗扣子，这只收音机意义非凡。”2018年的生活品质总点评，这样评价这款特殊而正能量的收音机。除了呼呼收音机，随着《反转星球》的大热，博采也不断推出了相关的影游联动授权产品，手游、VR游戏……

在博采总部公司的企业文化墙上写着这四句话：博采，天圆地方、博采众长；激情，充满激情、坚持不懈；承担，敢于打破权限的禁锢；理想，强烈的使命感，专注精品。

也许对于一家真正优秀的、有社会责任感的文创企业来说，始终保持自己的格调、坚守独有的品质，才是逆风翻盘、向阳而生的关键所在。



数字阅读 孵化 泛娱文创新业态

数字阅读作为数字内容和数字文化的重要组成部分，在当前全球文化产业大发展、大繁荣的生态中，扮演着包括文化建设、知识传播、信息交流、产业发展及价值引领等在内的多重角色，已然成为移动互联网时代大众化的文化生产和文化消费方式。

文 | 王武林



广义的数字阅读是指阅读对象及阅读方式的数字化，电子书、数字报刊、网络文学、数据库、有声内容、知识性社交媒体等内容，MP4、MP3、PDA、手机、各类电子阅读器等数字终端都纳入到数字阅读范畴之中。目前，我国数字阅读行业已大体形成三分天下的局势，即以阅文集团、掌阅科技、阿里文学为代表的互联网驱动型；以中国移动咪咕阅读、中国电信天翼阅读、中国联通沃阅读为代表的运营商驱动型；以京东阅读、当当阅读、亚马逊Kindle为代表的电商驱动型。

杭州拥有移动阅读基地、天翼阅读基地、国家数字出版基地、国家动画产业基地、国家音乐产业基地等数字内容产业园区和中国网络作家村等平台，具有先天产业发展及合作优势。浙江省历来高度重视发展文化产业，2017年发布《关于加快把文化产业打造成为万亿级产业的意见》，将数字内容产业打造计划列入重点建设计划之一，提出以业态创新、产品创新和内容创新为重点发展数字内容产业。杭州市积极谋划文化产业发展新蓝图，2018年9月发布《关于加快建设国际文化创意中心的实施意见》，目标定位文创产业“国际化”升级，以“八大工程”助推文创产业提质增效，其中在内容生产工程中提到深化

推进数字内容创作与文化+发展战略，加之全方位的保障措施，为数字内容及文创产业发展提供了宏观指导与政策保障。

数字阅读无疑是泛娱乐和新文创产业的发展引擎，杭州数字阅读企业数量众多，本文主要以天翼阅读、咪咕阅读和集文网三家代表性企业为例，探讨基于数字阅读的泛娱乐和新文创业态，探索数字阅读未来创新性拓展的新思维和新空间。

专注阅读，固本守正新理念

数字阅读经历了从传统出版+互联网→网络文学+→传统出版+网络文学+移动互联网的跨越，内容呈现及阅读方式都发生了质跃。在社会化阅读内容及网文井喷式增长的当下，真正优质的依然大部分属于沉淀之后的传统出版内容，由于“国字号”身份所赋予的责任和角色，天翼阅读、咪咕阅读、集文网都开设了出版专区，不同程度地专注于出版机构的内容，固本守正，坚持精品路线和双向合作，与前两家深度合作的出版机构数目分别为213家和500多家。集文网在浙江出版联合集团之外，与30多家出版机构合作密切，签约作家上千名，其中代表作家有张小娴等。

回归传统和本质、兼顾同时期大众文化生产和消费热点的数字

阅读运营模式，是以上企业区别于其他同类的根本标志，也以新理念及其指导下的实践稳固了行业地位，奠定了发展的基础优势。

深耕内容，拓展业务新领域

2017年，随着数字阅读头部企业阅文集团和掌阅科技分别在港股和A股上市，数字阅读市场更趋集中。作为数字阅读行业标杆性的咪咕阅读和天翼阅读，如何寻求差异化发展，保持市场占有率和营收能力面临着不小的挑战。在常规数字阅读产品稳健发展的基础上，两家企业深耕内容，在新领域拓展了自身的业务，取得了显著的成效。

作为天翼阅读四个主要业务类型之一的“智慧书院”，在深耕自有内容的基础上，定位于为企事业单位、政府机关客户提供“专业、专属、灵活、智慧”的一站式阅读解决方案，方便阅读学习和衍生服务，已经与150余家政府、企业单位达成了合作。咪咕阅读自有阅读品牌“悦读咖”，以“以阅读之名，为思想证言”为主题，分为“名家沙龙”“文憩西溪”“知识见闻”三大板块，线下活动与线上直播相结合，定期邀请作家、明星、企业家等名人，以演讲、领读、对话、签售等方式与全国书友面对面，搭建名家与大众互通的桥梁，分享私藏好



畅享数字新闻听

内容创作 运营推广 衍生开发 有声出版 视频出版
产品矩阵 便捷支付 电子出版 纸质出版 衍生出版



书,共享读书感悟,传递阅读之美。

转换场景,垂直打造新品牌

听书也称为有声书或有声读物,属于数字阅读领域的垂直细分内容,在耳朵听和眼睛看的场景中实现转换。据报告显示,2017年有声阅读市场规模达到40.6亿元,听书领域,在喜马拉雅、蜻蜓FM之外,垂直类听书APP市场占有率中,懒人听书、酷我听书、氧气听书名列前三。氧气听书是天翼阅读打造的新品牌平台,内容来源于自制和合作,以合作为主,其中上游内容合作商160多家,平台拥有30万小时的有声内容。除会员制、广告及内容付费之外,该平台积极打造公益有声阅读栏目,如G20期间,自制了《最美杭州》,在地铁4号线(途径G20峰会地点)特别推出了两辆绿色专列,打造了“听见杭州之美”公益宣传活动。其栏目“书海拾贝”由团队精选各类专业书籍,形成9分钟左右的音频节目,免费收听相关内容,已连续更新至105集,最高收听率达300万次。

超越常规,探索发展新路径

如果说传统出版与网络文学此前都致力于自身内容的建设和

发展,那么从2014年腾讯文学建立开始,网络文学的发展开始了以IP打造和版权运营为基础的运作模式,当前,网络文学以改编影视、游戏、动漫画而发展泛娱乐产业的模式已经成为一种主流发展方向。天翼阅读从2018年开始倚重其宣发优势,从以往的版权售卖转为自制和合作影视改编。而集文网则着力于精品作品和作者全方位立体化的价值开发与运营推广,接轨国际的经纪服务角色。简言之,两家的共同特点是少而精、高门槛、重打造,探索超越常规的新路径。

跨界思维,开拓文创新业态

跨界发展是当前产业拓展的蓝海领域,可以突破产业发展的瓶颈。围绕数字阅读产业进行融合跨界,寻找产业发展新蓝海是上述企业正在思考和践行的命题。

天翼阅读作为上市公司号百控股的子公司,将倚重母体,把打造泛娱产业作为融合发展的突破口,抓住技术潮流、发挥技术优势,在此基础上向新文创开拓。咪咕阅读通过“悦读咖”已经初步向新文创拓展。“文憩西溪”通过高品位书店、时尚咖啡厅以及高科技数字阅读体验展厅赋予

用户更全方位的体验,将之塑造成为文化地标,已选入了杭州最具品质体验点,吸引大批市民、游客驻足参观。“知识见闻”开展线上+线下活动,以主题游园形式深入高校、书店等场所,实现知识见闻的内容沉淀,也让读者身临其境沉浸式的参与其中。例如邀请哈迷开展哈利波特“魔法盛宴”主题游园活动,邀请悬疑作家及粉丝开展悬疑社“名侦探的聚会”主题游戏活动,通过思维跨界开拓了文创新业态。

结语

杭州的数字内容产业集群效应已经显现,良好的产业发展环境,加之浙江省及杭州市清晰的产业发展规划和完善的产业政策和保障体系,为杭州文化产业拥江发展、打造之江文化产业带充分赋能。在杭州发展数字内容产业生逢其时,也给数字阅读孵化泛娱文创新业态创造了更广阔的空间,假以时日,数字阅读领域的发展潜能将得到充分的释放。

作者单位:浙江传媒学院;本文系杭州市哲学社会科学规划课题“杭州数字内容产业发展及城市文化建设研究”成果(Z18JC084)

陈少峰：培育新型文化业态应关注“三大趋势”

文 | 林军 任日莹

▶▶ 习近平总书记在全国宣传思想工作会议上的重要讲话中提出，“推动各类文化市场主体发展壮大，培育新型文化业态和文化消费模式”。新兴文化业态正在引领着潮流，是高质量文化供给的重要力量。作为国内文创产业领先城市，杭州的文创产业创新发展，亮点频出，成绩斐然。前不久，杭州市提出加快建设国际文化创意中心的实施意见，努力打造国际影视产业基地、国际动漫之都、全球数字内容产业中心，建设之江文化带。如何加快建设国际文化创意中心，不断增强人们的文化获得感、幸福感？本刊记者专访了文化产业专家、北京大学陈少峰教授。



受访人：陈少峰
北京大学哲学系教授，
北京大学文化产业研究
院副院长

记者：近些年文创产业发展迅速，除了原有的动漫、游戏、影视、演艺等文创业态外，网络文学、在线音乐、数字出版、网络短视频、网络直播等新兴文创业态不断崛起。您是如何看待这一行业发展趋势或者现象的？

陈少峰：的确，这些新型文化业态引人关注。其发展趋势主要体现在三个方面。第一，传统文化与互联网的融合。近年来出现了很多以互联网为平台的创新业态，例如知识分享、网络直播等等，我们统称之为互联网文

化产业。对于互联网文化产业来说，如果没有互联网平台，就没有太大的发展空间。现在那些拥有高估值的平台公司，例如腾讯、百度、阿里、今日头条等等，并不是普通的数字产业平台，而是依托互联网而产生的数字产业平台。作为一种利用新技术而产生新的平台，他们在性质上更像是一家功能齐全的大卖场。这些新平台的出现也成就了一种新的业态融合——跨界融合。短视频、网络影视、网络文学，这些都是与平台、载体、技术手段、大数据等等相结合的产物。

第二，文旅“室内化”，主要是指线上线下相结合的运营模式。我们在线下进行文化与科技的深度融合，做一些类似于文化体验中心的线下平台。在这里，人们能够有各式各样的体验，例如国防教育的体验、应急教育的体验、城市文化的体验等等。这些既是旅游项目也是文化项目，这样的项目，既可以实现文化内容的创意，也可以尝试科技手段的创新，特别是对于数字化手段的运用。然后我们需要打造一个概念性的故事，并让其在互联网上进行传播，开



发相关的衍生品，线上线下不断形成良性互动。

第三，互联网平台和线下体验相融合。我想未来，文化创意公司需要更多地尝试线上线下的结合，并以孵化衍生品、孵化 IP 等形式，持续运营 IP 线上线下的垂直系统，并以此不断形成更多的垂直系统。我想这将成为未来一种新的业态。例如现在做得比较好的公众微信号，它更多的是尝试线下的产品店而不是体验店，但未来一定会有越来越多的人在线下讲故事、做体验。

记者：杭州已明确提出要支持引导新兴文化产业发展，那么杭州如何发挥好自身的优势？在哪些领域可以进一步发展和提升？

陈少峰：在支持引导新兴文化产业方面，杭州的城市环境和商业氛围都是比较具有优势的，杭州的人才储备比较充分，商业配套要素齐全，互联网产业发展水平更是在全国处于领先地位。应该说，除了北京之外，杭州在国内属于各方面都比较领先的城市。这是一个科技极速进步的时

代，用我的话来说叫做“IT 男赚文艺女青年的钱”。我们可以看到，现在很多大的平台公司例如腾讯、百度、阿里巴巴，都是通过娱乐、文化、购物、慈善、广告等方式来赚文艺女青年们的钱。这种业态对传统的内容进行了升级，包装成文化创意类的产品，再通过网络进行销售。而杭州发展这类文化创意类产业，还应该注重在人才培养、产业集聚、国际化等方面下功夫。事实上，在很多方面，杭州其实可以比北京做得更细腻这样，这样才能改变人才集聚于一线城市的瓶颈问题，比如杭州可以细化各项政策，包括做一些扶持企业的系统，加大投融资政策方面的优惠力度；新建一些新型的创业产业园，降低人才在杭州生活创业的成本；另外，政府的补贴要有新的形式，不仅是简单地拨一笔款，可以把钱花在对企业的培训、人才的帮扶上，包括进一步细化出国留学考察等方面的政策，这些都更利

↑ 白马湖生态创意城

于吸引并留住人才。

记者：近期，杭州市委市政府发布了《关于加快建设国际文化创意中心的实施意见》，提出到 2022 年，文化创意产业增加值达 5000 亿元以上，基本建成“全国领先、世界前列”的国际文化创意中心。您觉得一个国际文化创意中心，应该把握哪些重要方面？

陈少峰：我认为主要体现在两个方面：“引进来”和“走出去”。作为一个标志，国际文化创意中心一定要用优惠的政策和条件不断吸引人才和企业进来，增加国际就业人数，引领国际潮流。杭州需要有更好的创业环境，更完善的产业链，重点发展音乐产业、文化体育、文化会展等行业。与此同时，作为国际文化创意中心一定要走出去，让本土的品牌有更多机会走向国际，进行对外交流，从而让这座城市离国际文化创意中心更近一步。



记者：众所周知，杭州是互联网中心城市，拥有“互联网+文化”的良好基础和强大基因。杭州文化创意产业，借着互联网的翅膀快速发展。《关于加快建设国际文化创意中心的实施意见》中提出规划建设数字文化产业基地、动漫游戏产业基地、影视文化产业基地、艺术创作产业基地等，培育之江发展核、滨江（白马湖）发展极等6个产业能级达百亿元的文化创意产业集群，打造在国际上有较高知名度、在全国具有引领示范意义的之江文化产业带。到2022年，国家级文化产业园区（基地）由10个增加至15个，市级以上文化创意园区（产业平台）集聚企业数达10000家以上，园区（产业平台）内就业人数达20万人以

上。您过去曾多次到杭州调研，对于杭州加快建设国际文化创意中心，您还有哪些具体的建议？

陈少峰：我有两个方面的建议。首先，优化体制机制。杭州在体制机制上用何种方式承载之江文化产业带以及国际文化创意中心建设？我们该如何吸引人才进入杭州，如何推动相关产业发展？如何更好地结合传统文化的内容？要回答好这些问题。作为运作这些规划和建设的主体，城市层面首先要想好用何种方式来运作。当我们有了很好的体制机制创新，就能源源不断地注入新的资源和活力。第二个建议，要充分提炼浙江文化内容。比如现在全国都在进行大运河文化带的开发，但是普遍缺乏吸引人的文化内容，我们应该以浙江的文化

① 第十四届中国国际动漫节
②③ 第十二届杭州文化创意产业博览会（李忠/摄）

内容为载体，包装成一个个独立的体验中心，开发各类文化体验的项目、科技融合的产品，打造现代旅游休闲好去处，让城市里的所有人都可以参与其中，形成新的城市文化，而不仅仅只是来这座城市就业或者创业。我想，作为一座历史文化名城，杭州是能够代表中国向世界弘扬中华文化的。关键一要有内容，二要有体验，在挖掘的过程中一定要找准切入点，比如大运河、西湖就是很好的传播文化的切入点。如果游人来到杭州仅仅只能观赏西湖和大运河的自然景观，只能算是最原始的观光，我认为真正的观光旅游应该有更多的体验项目，让所有人能够感受到中华优秀的传统文化，感受浙江的优秀传统文化，这样的文化才具有生生不息的生命力。

淳安汾口镇湿地公园

注重“因村施策”全力推进“消薄增收”

——以淳安县汾口镇为例

文 | 江明霞

汾口镇是杭州市淳安县的第二大镇，也是淳安县“消薄增收”压力最大的镇，2017年底汾口镇51个行政村中集体经济薄弱村就有44个。近年来，该镇通过“因村施策”创新方法，不断推进“消薄增收”，农村集体经济收入大幅增加，农民人均收入从2016年的13615元增加到2017年的15272元，增长12.17%，预计2021年底将全部消除集体经济薄弱村。“因村施策、因地制宜”是汾口镇推动了“消薄增收”的一条重要经验。

“因村施策”获阶段性成效

城中村、城边村实施物业开发，租金收入形势喜人。集镇周边村利用集镇集聚优势发展物业经济，如汾口村以土地入股方式集中土地进行经营，并购置农民集聚区店面房，投资建设集餐饮、娱乐、住宿于一体的汾

口花园酒店、汾口汽修市场和汾口综合市场、综合性酒店及商贸中心。短短几年，汾口村集体经济年收入就从几年前的30万元暴增到2017年的730余万元，预计2019年村集体收入可达1000万元。汪家桥、巧塘等31个经济薄弱村统一购置集镇物业房，年租金收入每村每年一万元。

边远山区村实施荒山流转，连片发展成效初显。汾口镇鼓励对火烧基地、宜林地采用租赁经营、招商合作的方式进行盘活，挖掘村级集体经济新的增长点，实现了集体资源的保值增收。如山头村、宏鲍村，成功将2300亩火烧基地流转给民营农业企业“锐翔农业”种植白茶，带来土地流转村集体年收入10万元，企业引入后常年用工200人以上，集中采茶期每月用工5000人次以上，同时带动了周边散户种植

白茶的积极性；宋京村、湛川村、交界村，统一流转山地2000亩，用于油茶种植，并套种中药材，每年为村集体带来10万元收入；石峰村流转土地350亩种植白茶、香榧帮助农民增收。

沿湖沿线村实施农旅融合，全域旅游生机勃勃。汾口镇坚持因地制宜、有序开发原则，鼓励有条件的村，结合特色产业园、休闲观光园，探索农旅融合新模式，带动农特产品销售、餐饮、民宿收入。如千汾线沿线的宋祁村、天林庄、舒翠三个村于2016年共同流转土地500亩用于开发建设汾口生态湿地，为村集体和农户带来土地流转收入60万元；淳杨线沿线宋祁、郑家村于2017年流转土地500亩用于建设红糖工坊、儿童乐园等种植与开发一体的体验式休闲农

业园，每年可为村集体和农户带来土地流转收入 50 万元。以上湿地和休闲农业园常年解决周边村 200 个劳动力就业需求，可创造约 200 万元工资性收入。

传统农业村实施改造提升，茶桑产业焕发新机。针对农户闲置地多、散的现状，汾口镇通过统一整合、分片经营、标准种植的模式，打破地界限制，形成第二次大田革命。去年以来，射墩村与县茧丝绸公司合作，推行“农户+村集体+企业”三合一模式的蚕桑专业村建设，村里成立蚕桑产业合作社，将农户的 690 亩桑园以每亩 500 元流转给合作社，按 6:2:2 的比例由村民、村集体、县茧丝绸公司共同持有。同时，村集体建设小蚕共育房 1000 余平方米和大蚕饲养大棚 10000 平方米出租给养蚕户，村集体年收入可达 40 余万元。

土地匮乏村实施复垦造田，政策红利源源不断。汾口镇鼓励村集体通过实施复垦造田获取政策红利增加集体收入，通过获得的奖励资金进行再投资增值。如富塘村、峰溪村通过荒山造田、旱地改田 600 亩，共获得政策性奖励约 1400 万元，并统一流转给松雅农业开发有限公司种植高山有机蔬菜，给村集体和农户带来每年 40 万元以上收入；赤川口村通

过早地改田 60 亩，获政策性奖励 150 余万元，给村集体和农户带来每年 4 万元收入；峰溪村利用获得的奖励资金投资用于党建基地开发建设，年收入 15 万元以上，投资修建一条 2000 多米林道，为 3000 亩山林的开发带来机遇，预计年收入达 30 万元。

造血抱团实现全体“摘帽”

“消薄增收”是一场持久战。巩固发展成果应该从以下几个方面全力推进。

领头示范，拧紧“消薄增收”发条。充分发挥农村领头雁的作用，在项目招引、土地征收、土地流转等工作中发挥作用。如定期开展村书记、主任论坛，围绕“农民增收和壮大村集体经济”主题，进一步凝聚发展共识。按照“一村一策”的思路，探索建立铁皮石斛、蜂蜜、油茶等专业基地。

项目带动，大抓“持续造血”功能。发挥“蚊子再小也是肉，项目再小也要做”的精神，各村积极挖掘潜在资源和项目，做到“村村有项目，村村能造血”，实现消薄项目全覆盖。进一步落地发展项目，

招引和注入社会资本，持续增强“造血”能力。

资源集聚，形成“抱团发展”态势。鼓励村村联合、强村带弱村，集合优质资源抱团发展。实现集体经济薄弱村转化过程中 1+1>2 的正面效应。

乡贤回归，搭建“产业发展”平台。高质量打造镇域产业发展平台。以“淳商回归”工程为主要抓手，充分发挥在外淳商、乡贤的资金和人才等资源优势、纽带作用，开展在外创业青年座谈会，优质招商项目推荐会等，开展村企共建，帮助集体经济薄弱村“摘帽”。

作者单位：杭州市淳安县汾口镇党委



拆违治水工作中的法治思维

文 | 朱狄敏

十九大报告提出，着力解决突出环境问题。近年来，浙江省及杭州市深入实施与生态文明建设相关的“三改一拆”“五水共治”行动，使之成为转型升级系列组合拳的关键两招。但拆违与治水不可避免地会触及一部分人的利益，引发一定的社会矛盾，如何运用法治思维和法治方式化解社会矛盾，以法治为保障推进政府重点工程是一项现实课题。

当前拆违治水工作面临的挑战

2015年5月1日起实施的新《行政诉讼法》，这部旨在给“任性权力”套上缰绳的法案施行三年来，全省新收行政案件数量增长较快，与此同时，相关行政机关及其工作人员的法治应对能力却仍存在“短板”，不少基层领导干部还停留在传统思维和工作方式中，运用法治思维和法治方法解决问题的能力显得不足：

部分行政机构诉讼意识不强，应诉能力差。据浙江省三级法院受理的行政案件分析，行政机关败诉主要因素有：一是行政机关领导重视程度不够，行政首长出庭应诉率不高；二是行政机关证据意识不强，

行政执法中不注意保留证据，诉讼中不能提交或不及时提交证据，致使案件败诉；三是行政机关应诉态度被动，习惯于委托律师出庭应诉，缺少针对具体案件举一反三并及时调整行政执法行为方式方法和制度建设的意识。

政府法制工作专职人员少，如各地级市的政府法制机构的应诉人员往往只有个位数，但每年承办几百件行政复议、诉讼案件外，还要承担全市复议应诉和行政调解的监督、指导、培训等工作，已出现人员力量与所承担职能严重不匹配的情况。

运用法治思维推进拆违治水工作

新《行政诉讼法》的贯彻实施，是对政府运用法治思维和法治方式深化改革、推动发展、化解矛盾、维护稳定的能力和水平的一次“大检阅”。为适应法治新常态，相关部门应在认真学习 and 领会新《行政诉讼法》的精神实质和具体规定的基

础上，从推进法治政府建设的高度来改进拆违治水工作的体制、机制和工作方式。

增强领导干部在政府重点工作推进中的法治意识。习近平总书记多次指出，依法治国要抓“关键少数”。在新《行政诉讼法》施行的背景下，承担重点工程的相关部门领导、行政机关首先需要积极转变理念、调整思路、强化法治意识，避免工作陷于被动。建议组织新《行政诉讼法》与“依法治水”专题培训，加强领导干部和工作人员的行政执法水平。定期组织法院院长、行政法官等专家学者给干部授课、讲解行政败诉案例，会同省市法院编写行政案件案例汇编，增强一线领导干部依法行政能力。领导干部积极



应诉，视出庭为重要的反思契机，针对案件举一反三及时调整治水拆违工作的执法方式，增强应诉能力。

加强拆违治水依法行政水平建设。政府部门应对新《行政诉讼法》实施的根本之策，在于提升自身的依法行政能力水平，实现“减少告”和“经得起告”。而“经得起告”的政府必然是职能科学、权责法定、执法严明、公开公正、廉洁高效、守法诚信的法治政府。政府重点工程的推进要坚持正当程序原则，树立程序优先意识。加强执法监督机制建设，提升执法的公开透明度，提高政府的公信力和执行力。要树立证据规则意识，在案件的法律适用中，改变主观执法的错误倾向，一切以证据为准、让证据说话，在行政执法中注意收集证据、保全证据，确保执法案件质量经得起司法审查和法律检验。提高做群众工作的能力，通过思想工作争取涉案企业和个人自觉纠正违法行为，确保违法事件第一时间发现、制止和处理，实现高效执法和和谐社会的双赢。

加强拆违治水法治专职队伍建设。在新行诉法出台背景下，推进拆违治水工作还需通过复议制度改革、专业队伍建设等，打造一支过硬的法治专职队伍。各级政府部门，加强与律师事务所或法学院合作，组建由省内著名法学专家、律师为主体的法律顾问队伍，充实政府决策、风险防范和解决行政争议、规范执法方面的配置力量。培育拆违治水政府公职律师队伍，出台有效激励机制调动其参加行政应诉的积极性，在考核和晋升上予以适当倾斜，定期表彰优秀公职律师。

建立拆违治水依法行政长效机制。从根本上预防和减少拆违治水工作中的行政争议，要注意以下三点：一是要加强规范性文件的审查监督。对拆违治水的相关文件，加强前期审查、论证、监管和中期评估反馈修正，落实定期清理制度，规范文件制定程序，源头上预防司法风险。借鉴上海市邀请法院法官参与起草行政规范性文件的经验，

从源头上建立长效机制，预防行政纠纷。二是要加强行政与司法联动机制建设，定期召开行政应诉工作联席会议，促进行政机关与司法机关的理解沟通与信息共享。统一司法和行政监督审查标准，使审判理念与复议理念相衔接，尽量将案件解决在行政机关内部。三是要完善行政复议、人民调解、审判衔接机制。拆违治水中涉及拆迁的工程关涉百姓重大财产利益，处理难度大，要注重采用调解、和解及实地调查等方式，加强信息沟通、案情研判、矛盾联调和执行协作，建立有效的行政争议预防、协调、化解体系，确保实质化解矛盾纠纷，避免案结事不了。

本文系杭州市哲学社会科学规划课题成果、浙江省法学会2017年度课题（2017NC04）成果；朱狄敏系浙江工商大学杭商学院副教授



三江渔村东江嘴

钱塘江也叫之江，在东江嘴转了一个大弯，东江嘴也就成了之江的主要节点。东江嘴村就座落在“往来自有大桅，白帆点三江”的钱塘江、富春江和浦阳江三江汇合处。据清末张道先生的《定乡小识》记载，在现东江嘴村和外张村北塘交界处，有一条沿江浦，沿江浦在北塘边有一个东江闸。沿江浦边居住的百姓人口最多的为袁姓人氏，所以这条沿江浦也叫袁家浦。

天长日久，沿江浦东江闸边形成了大片沙渚，沙渚之间还有缺口，像嘴巴一样，所以，此处也叫东江嘴。大量对岸的萧山移民来此沙渚上种田捕鱼，他们就是东江嘴的先民。

从前的东江嘴人全部讲萧山话，

把东江嘴叫做“东刚子”。随着老一辈人的逐渐离去，孩子们到袁浦小学和袁浦中学接受教育，普通话逐渐普及，东江嘴萧山方言逐渐被钱塘原住民同化了。

东江嘴村占地四千余亩，有一千余户人家，四千余人口，是双浦镇最大的村庄，近几十年以挖沙、捕鱼、打野鸭等出名。钱塘江边多野鸭，打野鸭也就成了村民的生计之一。东江嘴村就有多位打野鸭的高手，前些天我去采访了其中一位83岁的村民华阿六，华阿六身体非常健朗，在钱塘江上风里来雨里去，摸爬了近30年。据阿六老人讲，打野鸭需要大船和小船，还需要抬枪，大的抬枪有一百多斤，近三米长，安放在船上。

抬枪的枪膛特别长，从枪管口子上灌装铁砂，在枪托的后部装填火药。

打野鸭好像打鬼子，都要用到《孙子兵法》中的三十六计。阿六他们家里养了十只像野鸭的媒头鸭，打野鸭时，先把媒头鸭放到江面上。野鸭看到有媒头鸭在，以为同伴处有食可觅并且安全，就飞到了这里。这时，伪装好的小船就悄悄地前进，枪手用手划着两片小小的桨叶，慢慢地接近野鸭群。这时，媒头鸭就分成两队悄悄地撤退，离开了野鸭群。抬枪一响，大片的野鸭中了铁砂漂浮在江面上，成了阿六他们的战利品。打野鸭非常辛苦，冬天里枪手窝在船上等待野鸭，接近野鸭，一动都不能动，有时全身都冻僵。



1988年,《中华人民共和国野生动物保护法》施行,野鸭被列入国家二级保护动物。“打野鸭”这一传统狩猎活动在当地日渐绝迹。枪声没了,鸟声多了,三江嘴呈现的是另外一番野趣。

江边的乐趣更在于打鱼,沿江许多村民靠打鱼为生。到目前为止,东江嘴村还有五六十条打渔船,每条渔船每年的收入大概在十万至二十万元之间不等。仅仅在三江口附近打鱼根本不够,渔民们还要去几十里外的下沙近海处,或者去上游的富阳、桐庐打鱼。打鱼人完全碰运气,挣的是一份苦力钱。实际上,

打鱼是东江嘴村的传统行业,各家族从萧山搬来之初就有许多打鱼人,日子好过起来了,打鱼的人逐渐减少了,只剩一部分人还在坚守。“一堤芦花半岛月,三江烟色满渔舟”,钱塘江里有各色的鱼,东江嘴人能够打到多种江鱼,有步鱼、刀鱼、鲥鱼、鲈鱼、银鱼丝等等,以鲥鱼最为贵重。小时候,傍晚家里来客人,因袁浦街上无夜市,就急急忙忙地骑着脚踏车去东江嘴老磐头,从渔民那里买点江鲜招待客人。

近几年,三江两岸整治中,东江嘴村加快了新农村建设的步伐,村里建起了文化礼堂和文化大舞台,

道路整洁又宽敞,公园花团锦簇,东江嘴村民有了一个宜居环境。“上海有个陆家嘴,杭州有个东江嘴。”杭州市委市政府制定了“拥江发展”的新战略,要建设钱塘江金融港湾,成为杭州未来新的金融中心之一。

“清波江上千帆影,平野稻花十里香”,作为连接钱塘江上下游的最重要节点,三江渔村东江嘴,必将成为之江新城发展的桥头堡,也将成为杭州新的骄傲。“一江春水争流钱塘沙,万家客商云集东江嘴”,东江嘴的明天会更好。



耍猴



耍猴，是走街串巷杂耍卖艺的一种活计，老底子杭州街角弄堂里蛮多。这些耍猴卖艺的人每到一个地方，先绕场走一圈，锣鼓先“哐哐哐”敲一顿，看到人被吸引得越来越多时，就有一位卖艺人出场大叫：“各位父老大婶、兄弟姐妹，今天兄弟初到贵地，请多多包涵，有钱的出钱，无钱的捧场，谢谢大家！”然后开始表演。第一个出场的是猴子，穿着一身马甲，傻模傻样地从木箱子里拿一顶草帽戴在自己头上，卖艺人一手拿着鞭子一手牵着它绕场敬礼走一圈，这憨相没走上半圈已经引起围观人的哄笑，尤其是小伢儿看了特别高兴。没多久，就有一位拿着盘子的卖艺人走到你面前向你要钱。好不容易等他走过去，当你看猴子牵羊表演欣然时，表演者又开始介绍起他的祖传秘方来了。



拆门方能见光亮

拆门，关键是要拆心门。

此门彼门，皆是利己、谋私之心在作怪，“一公则心通达，一私则事阴庇”。

文 | 王厚明



门，建筑文化的典型标志。《释名》上曰：“门，幕障卫也”，一语也道明了门的寓意所在。从政治语境上看，政府机关执掌公权力，自古谓之“衙门”，职能在于公道办事、造福于民，如若其中再设门立障，则容易成为利己图私的门，也会关闭群众切身利益的阳光雨露。

应该说，在党政机关不同程度地存在三种“门”，迟滞和阻碍各领域各行业的改革和发展。一些新政策、新规定、新办法设有“玻璃门”，看似透明能见，却只能隔门相望，进不去、打不开也拿不到，一碰就碰壁兑现难，往往成了垄断的注脚；落实政策规定有着“弹簧门”，推拉开放可大可小，进门办事的反弹力大，成了选择性执行的象征；服务基层和群众有着“旋转门”，看似一视同仁，却随机设卡找理由，解难帮困人为设障阻碍，“表面迎进去、实际推出来”。这几个“门”都有一个共同特点，看似都在开展工作、按章办事，但却打了折扣、使了绊子、添了乱子、少了真情。

不论是“玻璃门”“弹簧门”还是“旋转门”，都是官僚主义的化身，也是政治立场、根本宗旨上的偏移错位。在落实政策规定和上级决策部署上打折扣、做选择、搞变通，就会让干事创业的人看不到光亮，让基层和群众看不到希望。近年来，作风建设日趋严紧硬，不少党员干部为明哲保身，求稳避责，变“不作为”为“慢作为”，变“管卡压”为“推绕拖”，“门可进却限进，事能办却难办”。一些部门利益垄断，立门设槛，设定了种种条条框框，表面上在推进服务型政府建设，暗地里成了深化改革、创新发展的绊脚石。如此之门，怎能不拆？

拆门，求的是公平，为的是光亮。这种光亮，首先是照亮自己的担当。当前改革进入攻坚期、深水区，没有成熟的经验可以学习借鉴，需要摸着石头过河、一步一个脚印向前走，勇于试错、敢于创新无疑是应有之义，

让“先干先受益、多干多收获”替代“多干多犯错、不干不会错”，就会让担当尽责迸发引领前行的光亮；这种光亮，也在于温暖人心。通过政府改革的“减法”“除法”，为创新创业松绑解套减负，换取经济与社会活力的“加法”“乘法”。如大力推开“互联网+政务”，倒逼内部流程改革，让“最多跑一次”跑出发展加速度。同时，把群众的事当成自己的事，当成最大的事，当成不过夜的事，在政策和职责范围内，耐心沟通、细心帮困、真心解难，让群众看得见的，必然是温暖的光亮。

拆门，关键是要拆心门。此门彼门，皆是利己、谋私之心在作怪，“一公则心通达，一私则事阴庇”。习惯于重私轻公，怕错避责，因循守旧，好逸恶劳，内心也会由此阴暗下来。私心杂念越清淡，价值信仰就越纯粹，只要能始终以人民为中心，就能站稳政治立场，担当起应有的责任，无惧各种压力、风险和考验。因为，无私则无畏。多一分公心，多一分责任，内心就多一分光亮。



应重视“没意见”背后的意见

通过多种形式广泛征求群众意见，是各级党委政府和有关单位听取民声、了解民意的方式，也是解决好群众问题、做出正确决策的基础，更是及时修正工作中的问题、避免造成重大失误的有力手段。



文 | 袁文良

古人语：“知屋漏者在宇下，知政失者在草野”，一个地方最需要做什么，人民群众最有发言权；一项政策措施的好与坏，人民群众心里都有一杆秤。因此，通过多种形式广泛征求群众意见，是各级党委政府和有关单位听取民声、了解民意的方式，也是解决好群众问题、做出正确决策的基础，更是及时修正工作中的问题、避免造成重大失误的有力手段。

而许多时候，收回来的征求意见表中大多都写了“没意见”或只写了一个“无”字，有的甚至连个“无”字也没有写。面对征求意见表中出现的许许多多的“无”字，也许有人会说群众缺乏主人公意识，存在事不关己、高高挂起的思想，其实不然。这并不能说明工作做得尽善尽美，也不能说明群众是真的“没意见”，而是存在着诸多“说不出口的原因”，归结起来恐怕不外乎两点：一是有些领导干部“官气”太浓、“官架”太大，听不得不同意见，因而群众怕提出来被“穿

小鞋”，使自己难堪；二是有些领导认为在单位“我说了算”，对群众意见充耳不闻，群众提的意见经常是泥牛入海、杳无音信，以至于群众对征求意见的态度产生怀疑，认为是提了也白提、说了也白说。对这种现象，我们绝不能熟视无睹，更不能任其存在和滋长，而应该读懂群众“没意见”的背后意见，采取有效措施让“没意见”的背后意见走上前台。

首先，作为领导干部，要从自身找问题，检查一下自己在工作作风方面的不足，坚持广开言路，善纳良言，努力营造“知无不言，言无不尽”的氛围，鼓励群众敢讲真话实话，并把提意见的群众当朋友、当亲人，做到不揪辫子、不打棍子、不穿小鞋，以“有则改之、无则加勉”的态度予以对待，且在适当时机以适当方式向群众反馈；其次，对征求意见的方式方法，要坚持创新提

高，改变发放问卷或调查表的传统方式，采用更加便捷、更加直观、更加通俗的方式，调动群众参与的主动性，如通过第三方调查机构进行，或通过QQ、微博、微信等现代公众社交平台进行，既有“面对面”交流，又有“背靠背”剖析，从而保障群众敢提真意见、真敢提意见；再次，要针对少数群众存在的“多栽花少栽刺”的模糊认识和“老好人”的思想，或通过行之有效的方法，或制定必须“有意见”的规定，促使他们勇敢指出领导干部身上存在的问题和不足，确保群众不藏不掖、讲出真心话。

总之，群众“没意见”的背后有着诸多意见，它在提醒有关单位或部门在征集民意时必须广接地气，尊重群众的习惯和方式；也在提醒我们的领导干部要不断深入群众，以海纳百川、有容乃大的胸怀倾听群众的逆耳忠言，并做到修正偏差、改正错误、弥补不足。只有这样，才能使群众“没意见”的背后意见走上前台。



关心贫困生应防止“两种歧视”

各高校在执行中应该摒弃先入为主的刻板印象，从人文关怀角度出发，充分尊重受助学生感受，保障合理消费，为其营造良好的成长环境。

文 | 张淳艺



11月6日，教育部等6部门发布《关于做好家庭经济困难学生认定工作的指导意见》（以下简称《意见》）提出，家庭经济困难学生认定要尊重和保护学生隐私，严禁让学生当众诉苦、互相比困。

过去，一些学校在认定贫困生时，往往热衷于公开“竞选”，动辄要求家庭贫困的学生当众演讲，由全班同学进行投票，得票高的才有资格得到助学金。这种做法的初衷固然为了追求公平公正，防止人为造假，但在客观上对当事学生的自尊心造成伤害。有的学生表示，自从在同学面前讲了自己最羞于启齿的家境后，常常觉得抬不起头来。还有的学生虽然家境贫困，却不愿当众“揭伤疤”，索性放弃申请助学金。这显然有悖于扶困助学的初衷。

事实上，在大数据时代，靠诉苦比困认定贫困生既不应该也没必要。高校通过与民政、扶贫、残联等部门的信息共享，完全可以掌握

家庭经济困难学生的真实情况。同时，有关部门还可以建立失信惩戒机制，对于弄虚作假者及时取消认定资格，追回资助奖金，并将当事人列入失信黑名单，最大限度遏制造假行为。此次《意见》严禁让学生当众诉苦，既对于学生尊严和隐私的保护，也是对于高校完善认定工作的倒逼。如何在不公开学生个人敏感信息的前提下，认真做好认定及公示程序，高校管理者还要拿出大智慧。

不过，严禁当众诉苦比困只是一个方面，相比之下，另一些针对贫困生的“隐形歧视”问题，同样值得关注和解决。一直以来，人们对贫困生似乎总有一种思维定式，认为过省吃俭用、节衣缩食的苦行僧般的生活，对助学金制度感恩戴德，才是贫困生应有的样子。有

的地方规定，学生购买笔记本电脑、常去网吧不能被认定贫困生；有的学校规定，学生在食堂用餐一顿超过多少元钱，将被取消助学金资格；还有的学生仅仅因为家里给自己买了一双打四折的耐克球鞋，就失去了助学金。

贫困生救助是权利而非施舍，不能因此让学生牺牲个人尊严。和其他学生一样，贫困生也有正常消费的自由，为自己改善学习条件，提高生活水平。不能仅仅因为领取了助学金，就要被剥夺上网的资格、打球的快乐。此次出台的《意见》对家庭困难学生的认定依据、原则都做出了详细的规定，将“学生消费的金额、结构等是否合理”纳入其中，对于做好认定工作具有现实指导意义。各高校在执行中应该摒弃先入为主的刻板印象，从人文关怀角度出发，充分尊重受助学生感受，保障合理消费，为其营造良好的成长环境。

众说数字经济

编者按：杭州在数字经济方面有着良好的基础和优势，它是第一个名副其实的“移动支付之城”，是第一个提出“城市大脑”概念的城市，也是第一个开展 5G 车联网试点并有成果落地的城市。近期，杭州市委 市政府印发《杭州市全面推进“三化融合”打造全国数字经济第一城行动计划（2018—2022 年）》， “数字经济第一城”一时之间成为了社会的热点话题，《我们圆桌会》栏目邀请了相关部门、专家学者与企业代表进行了讨论交流，本刊选登了其中的部分精彩对话。

数字经济究竟是什么？

娄朝晖（浙江工商大学经济学院副教授）：我觉得如果用一句话来概括，数字经济就是万物互联互通。数字如影随形，人们的衣食住行用都会因此发生变革，比如个性化定制的智能穿戴，比如区块链的食品安全追溯，比如智能家居，比如交通方面的“城市大脑”治堵，比如政务方面的“最多跑一次”改革，等等。

陈畴镛（浙江省信息化发展研究院院长）：从我对数字经济的理解来看，老百姓对数字经济的感受，可能更多的从应用的层面，从消费的角度得到。实际上，数字经济包括数字产业化和产业数字化两大方面。在数字产业化方面，杭州有阿里巴巴、支付宝；在产业数字化方面，杭州有海康威视、大华股份等一大批利用数字技术转型成功的典型企业。如果十年前数字经济的基础部分和融合部分各占 50%，那么现在数字产业化大概占四分之一，产业数字化大概占四分之三。

产业数字化给企业带来什么？

徐琦（杭州麦扑文化创意有限公司总经理）：我们

是一家专业从事智慧旅游的企业，数字经济对我们影响还是很大的。比如通过游客扫一扫二维码，产生了基于地理位置的服务，录制了大量导游讲解的线路，以前传统的语音内容，就成为了我们的生产要素。随着移动互联网的发展，旅游服务的形式和模式也正在发生改变。

曹永祥（杭州老板电器股份有限公司工艺总工程师）：作为一家传统的制造业企业，老板电器正慢慢向自动化、数字化和智能化方向发展。技术上主要是 PDM（产品数据管理）、PLM（产品生命周期管理），通过实施 PDM，可以提高生产效率，有利于对产品的全生命周期进行管理，加强对于文档、图纸、数据的高效利用，使工作流程规范化；通过 PLM，可以集成与产品相关的人力资源、流程、应用系统和信息，打造数字化的生产平台。2012 年，我们专门成立了 ROKI 事业部，做智能烹饪系统的厨电，手机上可以安装一款 APP，厨电使用状况、故障等都可以及时反映。

如何搭建数字经济发展平台？

包浩斌（杭州市发改委服装业处主任科员）：杭州

全市服务业十大重点领域中，文创、旅游、金融、电商、健康等多个领域的数字化程度，在全国名列前茅。比如健康服务业，我们用数字化改造提升医疗服务的水平，这一举措被国务院医改办认可后向全国进行推广。再比如杭州的电子商务，已实现可以随时随地进行交易。

黄左彦（杭州市经信委信息经济推进处处长）：其实杭州对于数字经济的理解，有其独特之处。从2014年开始，杭州市就把信息经济、智慧应用作为“一号工程”。在这个行动计划（《杭州市全面推进“三化融合”打造全国数字经济第一城行动计划（2018—2022年）》）里，就是所谓的“三化”里面加了一化——城市数字化，这是一个创新。另外，产业数字化也是重点推进的环节。这几年我们在产业数字化方面也做了很多的探索，比如机器换人、工业物联网、企业上云等，杭州市已经营造了发展数字经济的环境和氛围，但是深度和广度还有待提升。

产业数字化和平台搭建的方向在哪里？

杨吉（法学博士、特约评论员）：在数字化没有真正全面开启的时候，我们常常是找类似管理咨询公司介入，但是数字经济发展起来以后，技术解决方案上，我们可能会找IBM、思科、阿里巴巴、腾讯等等。在具体落实过程中，你会发现技术引入之后，不是单纯的机器换人，所以在机器换人的过程中，又存在一个认知问题，它有两个关键词：效率提升、结构改造。

张利民（中策橡胶集团有限公司副总经理）：我对平台搭建的理解有内和外。首先企业内部的，要搭建这个平台，就像我们要进入大数据时代，企业内部的流程或者相应的资源配置需要构建这个平台。我们中策在数据化实践方面有许多的体会，但平台还正在搭建中，还有许多需要完善的地方。另外，仅有企业内部的平台还是不够的，还需要社会企业的响应，比如中控等公司的

参与。将来在这个平台上，中小型企业有任何需求，都可以在平台上获取。

包浩斌：产业包括一产、二产、三产，各个产业属性是不一样的，产业数字化应该有所区别。比如三产服务业，短板主要有三个方面：一个是人才，二是标准，三是监管。人才作为第一生产力，在服务业中尤为重要，杭州需要加强人才引进；第二块是标准，从整个标准体系来看，工业标准占了74%，农业标准占了11%，而占GDP比重最大的服务业，标准仅有15%，所以这一方面，包括现在涌现的房屋租赁、共享单车，标准是缺乏的，有待进一步规范；第三是监管，新业态新模式不断涌现，给政府原来的传统监管模式带来挑战，今后需要更多的努力，包括信用平台的建立和监管模式创新。

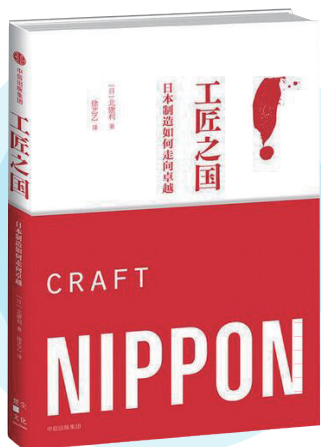
黄左彦：关于平台搭建，一方面我们鼓励龙头企业发挥平台效应，另一方面政府要做的就是强强联合。其实这次行动计划里面，有三个平台名词，Super ET、Super OS、ET工业大脑，这三个都是平台，跨行业、跨领域的。我们看到了可喜的局面，传统企业正积极地拥抱互联网，互联网企业已经在积极地落地，并参与传统企业的转型升级，而原来在数字产业化里的优势企业，包括软件信息服务业企业，正不断地提升自己的产品。如果通过政府引导形成合力，相信杭州能成为产业数字化变革的示范地。



造物为荣，从社会刚需到精神信仰

——读《工匠之国：日本制造如何走向卓越》

文 | 禾刀



《红色家书》

作者：[日]北康利

出版社：中信出版集团

简介：一本讲述日本职人、剖析日本制造的文化类读物

作为一部打捞日本工匠精神的读物，本书从日本职人历史发展、培养制度、文化信仰、技术传承等方面的深刻讲述，到12位现代“匠人”与12种古老而不朽的手工艺的详尽介绍，为读者呈现出一个严格与欢乐同在、传统与现代并存的职人世界。

造物为荣的历史基因

工匠精神在日本就是职人精神。尽管今天日本职人技艺的历史大多较为久远，但现代观点普遍认为，日本职人文化“保持着相对稳定的状态”的源头应始自江户时代。换句话说，日本职人文化自江户时代起才实现“质”的飞跃。

尽管社会对职人需求量很大，但职人从事社会工作的门槛很高，

所有职人必须从师傅那里取得“鉴札”，大抵相当于今天的毕业证书。这种证书并非由国家统一印发，颁发者来自职人的师傅，但要求之高令人抓狂。并不是每一个人都可以成为职人，常常先得师傅“面试”，然后经过长达数年的耳提面命和严格考核。正因如此，那些有意让孩子未来从事职人工作的家庭，往往在孩子9岁左右，便将他们送到了师傅门下，以便能够开始职人长达“数十年的扎实修行”。

正常逻辑下，职人技艺如此精湛，收入理当可观。事实上，除了“幕府御用的职人头领”外，一般职人家庭均较为清贫，因为幕府对职人设置了上中下等不同档次，且设定了每日收入上限。

职人之所以能够忍受物质上的

低回报，主要是因精神层面得到权力的认可。“鉴札”就像是职人从事社会工作的一张极为特别的“驾驶证”。发放鉴札的要求越严，历经数度寒暑终于“出师”的职人便越有成就感。当精神激励远甚于物质激励，“造物为荣”自然蔚成风气，至而化为社会惯性认知。

经过数百年的发展，日本职人发展早就从社会刚需升华到精神信仰，成为民族文化自觉。虽然已步入21世纪，不同于美国人“主业成功以后卖掉公司，去牧场盖别墅”，然后过着“悠然见南山”的恬淡生活，日本人退休后依旧痴迷于“勤恳的造物”。

职人至上的上下同欲

日本人笃信，“地球上所有的

文明都是‘手之文明’”。日本职人的骨子里都带有一定艺术家不断追求完美的气质。当职人与艺术家气质合二为一时，职人会感到“造物与自身的喜悦相伴”。

在世界快速变平、商业气息无孔不入的今天，日本的职人精神发展体现了两个维度。一个是传统手工业界的职人精神依旧光彩照人，另一个是现代工业制造与职人文化融合后发生蝶变。

本书介绍的日本12种古老手工艺，每个行业都具有不可比拟的特色，传承过程中浸润了历代人的改造心血，所以这些手工艺历久弥新。现今日本传统手工艺比比皆是，如竹艺、金属网编、蓝染、铁器等，职人更是各显神通。

虽然日本职人精神可上溯至江户时代，但有段时间，日本制造里却难以寻觅职人精神痕迹。二战后，百废待兴的日本急欲振兴工业，无奈产品质量堪忧，一度成了劣质的代名词。令人费解的是，本书对此段历史并未认真挖掘，不知是否因为改变这一现状的不是日本人，而是著名的质量管理大师、来自美国的戴明博士。

就是这个被业界称之为美国“弃儿”的戴明博士，其推出的“质量管理十四法”，以及“戴明环”，为世界质量管理发展作出了重要贡献。更重要的是，他帮助日本产品打了质量翻身仗。1951年，日本

创设了“戴明质量奖”。至今已有超过160个日本企业获得“戴明质量奖”，其中包括丰田公司等。在戴明的带动下，日本企业创造了全面质量控制（TQC）等为国外企业争相学习推广的质量管理新法，涌现了石川馨、田口玄一等一批享誉世界的著名质量管理专家。

戴明博士的成功，某种意义上正是日本上下同欲，共同致力于传统职人精神改造的结果。抑或说，戴明博士的成功也是日本职人精神接受现代化改造的成功实践。

职人精神的中国镜鉴

日本人相信，“只有职人的技术才是国际竞争力的源泉”，所以他们“以‘造物国家’的复兴为目标”，加大了政府对职人的扶持力度。一方面他们“仿效德国‘我的明星’制度”，制定了涉及金属、机械、电子、建筑、造园、裁剪等多个方面的国家技能检查测定制度，让职人技艺标准显性化刚性化；另一方面大力开展评比“日本造物大奖”和“有活力的300家中小企业”活动，既“表彰那些对工作产生重大促进作用的团体或个人的发明”，也奖励那些“秉承了江户时代以来的‘造物’精神的传统企业”。

沐浴在这样浓厚的“造物为荣”文化气息中，日本逐渐形成了以敬业著称的“职人气质”。有调查表明，“日本职员的努力是常人的一

倍以上”，日本职员的敬业度在世界上也名列前茅。

审视日本的职人精神，自然会联想到我们国家正在大力弘扬的工匠精神。事实上，作为一衣带水的邻居，中日历史上的匠人有不少相似之处。起初都是最好的工匠竭力为皇帝服务，久而久之，民间出现了如铁匠、漆匠、石匠、木匠等颇为吃香的工匠。所不同的是，中国历史上的这些匠人很少像日本江户时代那样聚集扎堆。另一方面，自江户时代以来，日本权力阶层始终大力推崇职人精神，而戴明博士先进质量理念的引入，更是实现了对日本传统职人文化的现代化改造。

近年来，我国民间特别是农村匠人群体正遭遇衰落的局面。虽然国家从非物质文化遗产等角度加大了保护力度，但相较于日本，保护手段还显单调，力度也略显单薄。还有，虽然我们早就引进了许多优秀的管理体系，但匠人精神并不稳定，经不起考验。

华为的任正非不久前在接受中央电视台的采访时曾说，“不搞金融、不炒房地产的华为能够以实业发展至今天地步，很大程度上得益于其一条路走到底的坚持，28年来‘对准一个城墙口持续冲锋’”。

始终如一，深耕不辍，坐得住冷板凳，这或正是我国当前最急需的工匠精神之一。



“引领阅读风尚，培育人文精神”。



准确理解习近平总书记的思想精髓

《习近平用典》

作者：人民日报评论部

出版社：人民日报出版社

全书由敬民篇、为政篇、立德篇、修身篇、笃行篇、劝学篇、任贤篇、天下篇、廉政篇、信念篇、创新篇、法治篇、辩证篇13个篇章组成，对习近平总书记重要讲话（文章）引用典故追根溯源的同时，究其现实意义进行解读。

书友说

习总书记讲话中将中国传统文化中的诗词典故信手拈来，值得我们年轻人学习。



如何实现用户的指数级增长

《流量池》

作者：杨飞

出版社：中信出版社

讲述如何实现流量获取、营销转化以及流量的运营和再挖掘。

书友说

《流量池》是杨飞在“枪林弹雨”中磨炼出来的系统性理论，打法简单、实用、有效、可复制，将极大增强企业在市场上的投入信心。



学习更多关于故事的力量

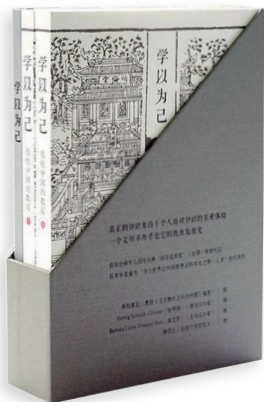
《故事思维》

作者：[美] 安妮特·西蒙斯
出版社：江西人民出版社

开创性地提出商界沟通中常用的六大类故事，并详细阐释了在何种情况下、如何讲述这些故事。从获取投资人信任到赢得商业合同，从团队建设到营销活动的开展，彻底讲透了用故事提升个人在商界影响力的方方面面。

书友说

这是一部精彩的著作，能够打动读者的心智、灵魂，留下难以抹灭的记忆，并释放你提升工作效率的能力。



一个文明不外乎是它的教育发展史

《学以为己：传统中国的教育》

作者：李弘祺
出版社：华东师范大学出版社

本书从经济史、政治史、哲学史、民俗史等多学科角度去考察学校的设立，考试选才的体制，大众教育、家庭教育的开展等，并以教育为基点勾连起与传统教育相关的思想与社会的各个方面。

书友说

本书以历史的眼光描绘中国传统教育的特色：学以为己。广泛引用中、美、日的研究成果，交互比较，提供深刻的反思，充满挑战及启发性。



杭州在中日书法交流中的作用及影响

文 | 尹晓宁

中日之间一衣带水，有两千多年的交流史。长期以来，通过海上丝绸之路东海航线，中国文化对日本产生了极为深远的影响。杭州作为中国东南文化重镇，以其独特的区位优势，在文化东传中扮演了重要角色，中国书法艺术便是其中一个代表。

在中日书法交流史上，僧侣扮演着最重要的角色。平安时期的空海、最澄两位法师来华求法，并将中国的大量法帖带回日本，掀起日本书法史上的第一个高潮。杭州人褚遂良、孙过庭的书法在日本也产生了深远影响。因此，平安时期杭州书法已开始在日本崭露头角。

来源于中国草书的假名书法先

天不足，独特而单调，只能借助色纸增加视觉感受，女性意味格外浓厚。当历史进入镰仓时期后，这种书风与峻烈的武士精神格格不入。随着南宋时期中日交流的重启，尤其是荣西和他的弟子将中国浩荡禅风传入日本之后，禅宗思想及禅家墨迹迅速受到日本武士阶层的热烈追捧。两宋书家尤其是僧人书法，

给难以自振的日本书法带来了迅烈刚猛的气息。而此时，作为都城和佛教中心的临安（杭州）自然成为日本的法乳来源之地。

南宋，杭州禅僧书法东传

日僧的再次大批来华，正是南宋时期。此时，杭州作为当时中国政治经济文化中心，是大多数日本

僧人参访的目的地。南宋的书法，在宋高宗的表彰和引领下继承了北宋风气，黄庭坚、苏东坡、米芾的自由尚意书风是南宋书法的主流。这种书风在日本更被认为闪耀着禅宗思想的光芒。一些被日本尊为“墨迹”的高僧墨宝，成了书法的典范，影响深远，至今被奉为日本国宝。

现存日本的宋代禅宗高僧墨迹中，最古老的一件是云门宗诗僧参寥子道潜(?—1106)的尺牍《与淑通教授道友》。道潜是杭州智果寺僧人，与苏东坡关系莫逆，其书法有明显的苏体风格。根据江静《日藏宋元禅林赠与日僧墨迹考》，现存的556件墨迹中，可以明确是宋元禅僧赠与日僧的墨迹有103件。王勇、郭万平所著《南宋临安对外

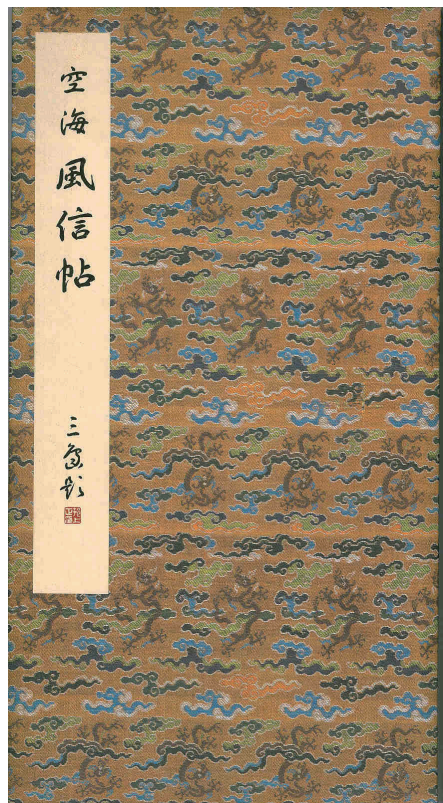
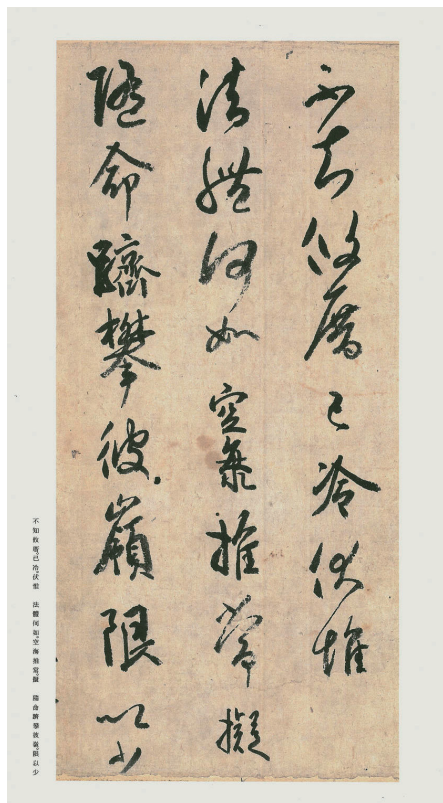
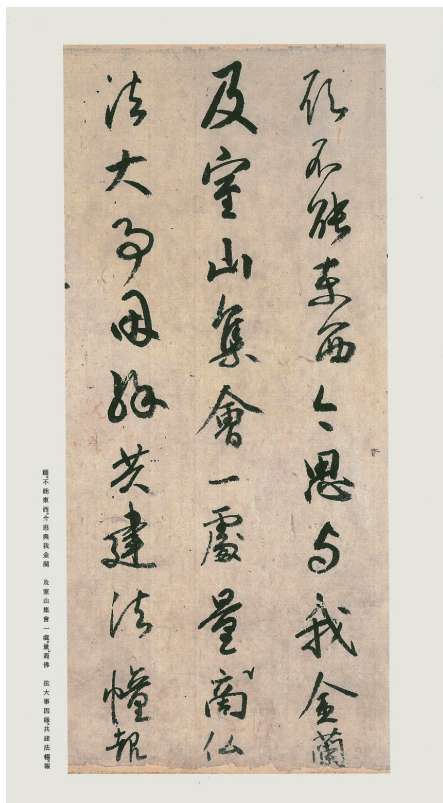
交流》一书统计了当时活跃于临安五山禅林的高僧大德遗存于日本的墨迹：一共15位高僧76件作品，其中国宝级文物11件，重要文化遗产39件，无准师范禅师个人墨迹达30件。这15位高僧全部都曾住持过五山之首的径山寺。我们由此也可以说杭州是日本墨迹之源，杭州径山寺是日本墨迹的祖庭，无准师范禅师是禅僧墨迹中最重要的人物。

这些高僧墨迹成为宋代书风影响日本的最主要渠道。这种现象在中国是不可思议的。在中国，禅僧的书法一般不会受到重视，受到重视的是禅僧的心，而在日本，“心即是书”，书法已超越艺术本身。因此，先是书法借禅而东传，然后是禅借书

法在日本扩展。南宋传入日本的禅僧墨迹中以无准师范数量最多，影响最大。其大字榜书更是在日本具有里程碑意义。这些大字由他的弟子京都东福寺开山祖师圆尔辩圆带回日本。在无准师范巨大光环的照耀下，配合着临济宗峻烈禅风，这些榜书墨迹产生了直指人心的力量，受到武士阶层的顶礼膜拜。

述及大字榜书的东传，除了无准禅师以外，还不能绕开另外一位杭州的书法家张即之。张即之是唐代诗人张籍八世孙，叔父是著名词人张孝祥。《宋史》称张即之“以能书闻天下”，“大字古雅遒劲，细书尤俊健不凡”，有人将他列为“南宋四家”（另三人是陆游、范成大、朱熹）之首。圆尔辩圆在杭州期间曾经学书于张即之。日本东福寺藏的“方丈”等多件大字榜书即是由圆尔辩圆带回日本，被视为日本国宝，作者即张即之。





日本室町时期著名的一休宗纯便继承了张即之的大字书法体势，而猛辣之气甚过之。日本的大字书法不同于我国以匾额为主，而是主要以挂轴的形式悬挂于室内，更夸张、更抽象、更追求造型，使禅宗法语、话头更加醒目震撼。

南宋禅僧的书法东传，意义不仅限于日本书法，更是保存了一直被我国忽视的禅僧们的书法。正是有了这种异地保存，才填补了我国书法史上的空缺，连同一并保存下来一批的画像，昔日禅僧的精神风采更直观地展现于今人面前。

元明时期的书法东传

入元以来，日僧来华求法的热情未减。有“江南古佛”之称的杭州临济宗禅僧中峰明本及后来长居日本的一山一宁等都吸引了不少求法僧。中峰明本的柳叶体书法深为日本禅林所珍视。元代著名书法家赵孟頫是中峰明本的俗家弟子，与明本关系密切。日僧寂室元光曾求法于中峰明本，其书法师颜真卿，亦有源于赵孟頫的笔法。一山一宁的弟子雪村友梅是日本五山文学的开山祖师，他曾在赵孟頫面前以唐李邕的笔法作书，获得

赵孟頫的赞赏。

赵孟頫书法通过来杭日僧东传一直延续到明初，即日本南北朝时期。1368年，深受梦窗疏石器重的临济宗禅师绝海中津来杭求法，师从杭州中天竺高僧季潭宗泐，并向清远怀渭学习书法，他的字有明显的赵孟頫风格，京都相国寺所藏《十牛之颂》就是他写给足利义满将军参悟之用，为禅门所珍重。

明朝洪武年间，朱元璋为防沿海军阀余党与海盗滋扰，实施海禁政策，甚至下令“片板不得下海”，中日间的正常交往受到很大影响，

直至明朝后期隆庆开禁。晚明的日本已进入德川幕府统治的江户时期，明亡之际，一批不愿降清的文人和僧侣东渡日本，再次给日本书坛带来了明朝的书风。

主角依旧是禅僧，是一群以隐元为首来自福建福清黄檗山的临济宗僧人。他们于明亡之后，不食周粟，东渡日本。他们的气节、学行和才华获得幕府的崇敬，让他们在京都附近的宇治仿福清的样式建黄檗山万福寺。这些僧侣精通诗文书画，并借助他们的影响力将明代书风传到日本。其中最著名的就是隐元、木庵、即非等所谓“黄檗三笔”。在这一潮流中产生巨大影响的还有两位杭州僧人：独立性易禅师和东皋心越禅师。

独立易性俗名戴笠，号曼公。年轻时便诗名高著，为杭州府学秀才，58岁时（1653）东渡日本，追随隐元，以书画和医术闻名于日本。独立性易行草篆隶皆能，尤精草书，气韵不俗，号为“缙流之冠”。当时日本知名的书法家北岛雪山、深见玄岱都是他的弟子。他是日本唐样书法承前启后的重要人物。

心越禅师俗名蒋兴铸，字心越，

号东皋，为曹洞宗寿昌派第35代传人，杭州永福寺住持。独立去世后5年（1677），心越禅师东渡日本，后应“水户学”领袖德川光国邀请，成为水户市寿昌山祇圆寺祖师。心越是一位多才多艺的高僧，善书画，工篆刻，并将古琴传到了日本。他不仅是日本佛教曹洞宗寿昌派“开山鼻祖”，也是日本“篆刻之祖”、日本“近世琴学之祖”。

俞立德：杭人东渡开创唐风书法

当时，对日本书法产生重大影响的还有一位杭州人俞立德。他是东渡日本的一位学者，深得文征明笔法。著名的北岛雪山远赴长崎求教于他，并由文征明上溯赵孟頫，并远追王羲之，使文征明在日本获得比肩苏、黄的地位。北岛雪山也被公推为江户时代唐风书法的第一人。北岛雪山将俞立德教授他的拨

镫法传给了弟子细井广泽，细井广泽的书法也具有了明显的文征明体。同时，细井广泽也是继榊原篁洲之后的一位篆刻宗匠，对篆书也颇有研究，有人把他视为日本篆刻真实意义上的始祖。

日本自江户时代中后期至德川幕府时期实施了长达二百年的闭关锁国政策，直至明治时期才重新打开国门。随着学者外交官杨守敬刮起的“杨守敬旋风”，清代的金石书法再次震撼了日本书坛。通过杨守敬的学生、“明治三笔”之一的日下部鸣鹤与西泠印社首任社长吴昌硕之间的交流，一批一批日本书法家来杭求教，杭州的金石篆刻之学再一次深刻影响了日本。如果说杭州是中国对日本书法产生最大影响的地区，恐怕并不为过。

作者单位：杭州市社会科学院文史所





Link 连线



首届中国—中东欧国家图书馆联盟馆长论坛顺利举行

通讯员 李苑

近期，首届中国——中东欧国家图书馆联盟馆长论坛在杭州图书馆举行。中东欧 16 国 41 家图书馆的馆长、代表，中国国家图书馆和各省、市 28 家图书馆馆长、专家、嘉宾等共 160 余人参会。论坛围绕“图书馆—合作·互联·共享”主题展开专家对话、圆桌讨论和中外图书馆先进经验介绍，就“图书馆如何推动联合国 2030 可持续发展议程”“图书馆和全民阅读”等内容进行研讨，推动中国——中东欧国家图书馆联盟可持续发展，加深中国与中东欧各国人民之间的了解和友谊，为“一带一路”沿线国家和地区的经济社会可持续发展带去文化助推力。

富阳区 19 个重大项目集中开工

通讯员 蒋宇鸿

近日，富阳区在富阳经济技术开发区场口新区举行全区重大项目集中开工仪式，开工项目 19 个，总投资 109.7 亿元。此次开工项目中既包括改善民生福祉的安置房项目、“两山两桥”夜景灯光工程等政府投资项目 11 个，又包括提升城市品位、完善城市功能的杭州光谷国际中心项目、场口“老鹰”培训基地项目等 4 个服务业项目，还包括科技含量高、市场前景好的浙江中南绿建科技有限公司年产装配式波形钢板组合结构体系（含配套型钢梁、柱）60 万平方米等 4 个工业项目，营造了富阳区抢抓项目、大抓项目、大干项目的好态势、好氛围，为建设富裕阳光的大都市新型城区增强发展后劲。



临安区积极打造具有特色乡村旅游区域品牌

通讯员 彭芬芳

临安区依托浙西民俗风情、清凉峰山地运动、天目灵山福地、太湖源山水田园、吴越文化公园、青山湖城市休闲等 6 条精品线路，推进乡村旅游业态集聚化、高端化。目前已有 10 家运营商签约入驻 10 个村落景区，形成“资产入股”“景区托管”“村级合作”“产业集聚”等市场化运营模式，为带领村民致富和村集体经济增收发挥积极作用。此外，已全面实施农家乐提升和民宿经济发展三年行动计划，今年已完成农家乐转型升级 48 户，引进培育特色民宿 21 家，共建特色民宿 79 家。



Link 连线



象山艺术公社 招商引资不断“引爆”

通讯员 李玲

近期，艺高文化、多一影业等多个项目签约落户象山艺术公社，西泠印社和卖萌动画等全国知名文创品牌也明确表达了入驻意向。象山艺术公社定位艺创小镇的客厅，规划面积480亩，规划建筑面积约7万平方米，是之江文化产业带规划建设后首个即将开园的文化产业平台项目。公社首批已入驻了多一影业、有娱传媒、深圳游戏科学团队等12家企业和施慧、吴海燕等5位名人大家。公社招商引资的不断“引爆”，得益于小镇制定了将公社打造成为文化产业输出地、文化活动策划地、文化消费目的地的产业定位和提早谋划、优中选强、主攻名企等举措。

大关街道西一社区 百姓书场重新开门迎客

通讯员 潘层林

11月1日下午，闭门装修多日的百姓书场重新迎客。

大关街道西一社区的百姓书场自2006年挂牌成立以来，每天下午1点至3点在大关西八苑3幢二楼开讲国家级非遗“杭州评话”。考虑到书场开放至今十余年，部分设施老化破损，社区于近日对书场进行重新装修。重新开张后书场还邀请了两位杭州评话省级传承人朱剑萍和王宝善老师前来坐镇，带来经典评话书目《杨家将》和《飞龙传》，让听客朋友们能尽享耳听盛宴。西一社区微信公众号还将及时发布说书预告。



小营街道大学路社区 邻居节 “同吃一锅饭 共叙一家情”

通讯员 张鸣

近期，大学路社区以“同吃一锅饭 共叙一家情”为主题，举办了一场邻居节烹饪大赛。参赛选手们将家里烧好的拿手菜端到社区，大家争相品尝、交口称赞。

社区还特意邀请了10位独居空巢老人一起品尝菜肴，拉家常，现场十分热闹。本次厨艺大比拼活动是今年社区邻居节的活动之一。上半年大学路社区曾经小范围组织过一次邻居家宴，反响非常好，这次又组织居民进行了一次好味道家庭特色菜肴大比拼，通过一道道菜肴，连接邻里之间的情感。

2018年10月中共杭州市委大事记

- 1日，市领导张仲灿、金志等赴市公安局指挥中心、西湖之浦公安检查站、上城馒头山社区整治点等地，听取“雷霆1号”集中统一行动汇报，检查指导相关整治工作。

- 4日，市领导周江勇、佟桂莉、许明等调研湘湖、三江汇流和之江区块发展情况。

- 4日，市领导张仲灿、金志等参加全市刑事诉讼涉案财物跨部门统一管理工作部署会。

- 5日，市领导周江勇、徐立毅、于跃敏、潘家玮、佟桂莉、戚哮虎、许明、戴建平、毛溪浩、姚峰、陈新华、谢双成、王立华等出席2018年“杭州国际日”有关活动。

- 5日，市领导张仲灿、陈擎苍、毛溪浩、胡伟等参加2018年杭州市“公述民评”面对面问政活动动员部署会。

- 6日，市领导周江勇、徐立毅、佟

桂莉、许明、陈新华、冯仁强等出席中非民营经济合作高峰论坛有关活动。

- 6日，市领导周江勇、徐立毅、戚哮虎、许明、戴建平、许勤华、汪小玫等参加全市打造国际文化创意中心暨加快推进之江文化产业带建设大会。

- 6日，市委副书记、政法委书记张仲灿调研全市司法行政工作，并走访慰问市司法局机关干部。

- 7日，市领导周江勇、佟桂莉、陈擎苍、许明、毛溪浩等参加全市组织工作会议。

- 7日，市领导周江勇、徐立毅、于跃敏、戴建平等参加浙江选举产生的全国人大代表第一小组专题调研座谈会。

- 7日，杭州召开庆祝第34个教师节座谈会。省委常委、市委书记周江勇接见参加座谈会的优秀教

师和教育工作者代表，市领导徐立毅、戚哮虎、许明、许勤华、陈红英、周智林等参加接见或座谈。

- 7日，省委常委、市委书记周江勇会见英国利兹市市长朱迪斯·布莱克一行，市领导许明、张建庭等参加会见。

- 7日，市委副书记张仲灿、王立华等参加市侨联传达贯彻全国第十次侨代会精神会议。

- 7日至9日，国务委员、公安部部长赵克志在浙江调研，省市领导袁家军、周江勇、王昌荣、王双全等参加座谈或陪同调研，市领导许明、金志等陪同参加在杭相关活动。

- 9日，省委常委、市委书记周江勇先后会见文化和旅游部党组副书记、副部长李金早，美国旅游推广局总裁兼首席执行官汤炳坤一行，市领导许明、王宏等参加会见。

• 10日，十二届市委召开书记专题会议，研究有关工作。

• 10日，十二届市委常委会召开第51次会议，研究有关工作。

• 10日，吉利新能源整车二期及核心部件项目落户大江东签约仪式在市民中心举行。省委常委、市委书记周江勇会见吉利集团董事长李书福一行，市委副书记、市长徐立毅出席签约仪式并讲话，副市长谢双成主持。

• 11日，市四套班子领导参加市委理论学习中心组（扩大）专题学习会。

• 11日至12日，市领导周江勇、许明、许勤华、缪承潮、胡伟等调研城北区块规划建设情况。

• 11日，副省长、省公安厅厅长王双全率省“七五”普法中期检查组在杭督导检查，市委副书记、政法委书记张仲灿代表市委、市政府作工作汇报。

• 12日，市领导周江勇、徐立毅、张仲灿、佟桂莉、许明、郑荣胜、王宏、翁卫军等参加全市深化美丽乡村建设推进乡村振兴工作现场会。

• 13日，市领导周江勇、徐立毅、张仲灿、佟桂莉、陈擎苍、许明、毛溪浩、任明龙、陈新华等参加市委政协工作会议。

• 14日至18日，省委常委、市委书记周江勇率杭州市代表团赴香港、澳门访问。

• 14日至15日，省委常委、市委书记周江勇拜会香港特别行政区行政长官林郑月娥、香港中联办主任王志民。市领导许明、姚峰、陈新华等参加活动。

• 17日，“新时代新合作新发展—魅力杭州”推介和“城市记忆”杭州旅游文化展示活动会在香港举行。省委常委、市委书记周江勇出席并致辞，市领导许明、陈新华等出席活动。

• 18日，省委常委、市委书记周江勇率杭州市代表团在澳门考察访问，拜会全国政协副主席何厚铨，澳门特别行政区行政长官崔世安，全国人大常委会委员、澳门特别行政区立法会主席贺一诚，澳门中联办副主任姚坚。市领导许明、陈新华等参加活动。

• 19日，市领导周江勇、徐立毅、许明、戴建平、金志、张振丰等出

席2018杭州·云栖大会有关活动。

• 19日，浙江省委书记车俊主持召开浙江·江西经济社会发展情况交流座谈会。浙江省有关领导陈金彪、冯飞、周江勇、梁黎明、陈伟俊、陈铁雄、徐立毅、裘东耀出席座谈会或参加考察，市领导许明、张振丰等参加在杭相关活动。

• 21日，市领导周江勇、许明、姚峰等参加杭州市与国家开发银行工作座谈会暨《合作备忘录》签约活动。

• 21日，市领导周江勇、潘家玮、戚哮虎、许明、刘德生等赴第十二届杭州文化创意产业博览会巡馆。

• 21日，市四套班子领导出席2018杭州市各界人士中秋茶话会。

• 28日，市四套班子领导参加“六大行动”比学赶超活动工作推进会。

• 28日，市委副书记张仲灿参加新时代“枫桥经验”——杭州基层社会治理“六和塔”工作体系研讨推进会。

• 30日，市领导周江勇、徐立毅、张仲灿、戚哮虎、许明、戴建平、陈新华等参加市委网络安全和信息化领导小组（扩大）会议。