责任编辑：罗俊锋 E-mail:zydxljf@sina.com
E-mail:xxsbzhs@163.com

# 以城市品牌提升城市“软实力”

□陆志远

位于海南岛南端、祖国南海之滨的三亚，是我国唯一的热带滨海城市，拥有独特的旅游资源、一流的生态环境和丰富的人文遗产。自1987年9月升格为地级市以来短短二十年的时间里，三亚依托自身区位和资源优势，选择了以城市品牌发展作为突破口，通过城市品牌发展来激活和提升城市的“软实力”取得了初步成效。

**一、文化铺垫，塑造鲜明城市形象。**文化是一个城市的气质和灵魂，文化品位赋予一个城市活力与魅力，文化也是城市“软实力”的核心，建设特色城市是三亚的发展道路和目标选择。近十多年来，我们一直在努力、执着、创新地打造三亚的文化气质和丰富三亚的文化内涵。

一方面，三亚围绕着“滨海、热带、生态、风情”的资源特色和优势，有针对性地通过举办世界小姐总决赛、新丝路模特大赛、世界太极拳健康大会、高尔夫球赛、国际婚庆节等大型活动，以及系统的大力度、高密度宣传推介活动，极力塑造“美丽、时尚、健康、浪漫”的鲜明城市形象，提炼品牌的核心价值，并将其深化为城市的文化气质，成为三亚城市品牌的重要内容和最好包装。

另一方面，三亚也十分重视打好显层次的文化牌，以使城市品牌具有牢固的文化基础和丰富的文化内涵。三亚专门制订了《关于加快三亚文化产业发展的决定，提出加强领导和管理，制定优惠政策和创新机制，大力发展文化产业，还在国民经济和社会发展第十一个五年规划中明确提出：要不断挖掘和开发历史文化、民族文化、地域文化、宗教文化等旅游品牌；要整合文化资源，加快文化产业发展，大力发展演艺娱乐、文化旅游、文化网络、健康体育、美丽时尚、影视制作、新闻图书出版等文化健康产业，绘就了文化产业的发展蓝图。

**二、活动支撑，积极实践注意力经济。**借助大型节庆赛事活动吸引关注和扩大城市知名度，已经成为国内许多城市，特别是旅游城市的普遍共识。三亚正处在起步发展和高速成长的关键时期，对聚集目光和吸引客流的需求更为迫切。从1996年起至今的十年间，三亚以巨大的魄力和手笔，通过“政府主导、市场运作、企业参与”模式，成功举办了近80项次大型活动和会议，使三亚的城市知名度和影响力逐步由国内走向国际。

三亚近几年的实践证明，通过抓“注意力经济”，举办有影响力和震撼力的大型节庆赛事活动，是短时间内大幅度提升城市国内国际知名度、美誉度、影响力和吸引力，打造城市品牌形象，提升城市“软实力”的捷径。同国内老牌旅游城市相比，三亚能在短期内一跃成为国内热点旅游目的地，除了先天自然资源的保证，可以说在很大程度上得益于如此高密度的大型节庆赛事活动。现代社会，谁吸引了目光和注意力，谁就能赢得成功，城市的发展也不例外。“注意力经济”已使慕名来三亚的国内国际游客越来越多，不仅在营销城市方面取得了成效，而且还带动了旅游及相关产业的发展和推进了城市建设。今年，三亚在抓好既定重大赛事活动的基础上，还特别倾注全力抓好“美丽赛事”。经艰苦谈判，又把第五十七届世界小姐总决赛举办权成功引入三亚。这将是继2003—2005连续三年在三亚举办第五十二、五十四、五十五届之后，再一次地在美丽三亚举办世界顶级的美丽赛事。这将为三亚的美丽产业、美丽经济发展和美丽形象塑造产生巨大的影响力和推动力。

**三、品牌牵引，提升城市核心竞争力。**在经济一体化日益发展的今天，无论是企业还是城市间的竞争，都已跨越了最初的产品竞争阶段，开始进入品牌竞争时代。打造城市品牌，形成和提升城市核心竞争力和“软实力”，已经成为每个城市领导集体关注思考的焦点。而一个城市是否拥有国际国内强势和知名品牌，已经成为城市经济实力和竞争力的象征，在某种意义上说也是城市整体品牌提升的一个标志。三亚在推进旅游城市建设发展的过程中，一直对此予以了高度的重视，采取多种措施吸引和扶植各类强势产业和活动品牌。

近年，随着对外开放步伐的加快和投资环境的改善，喜来登、凯宾斯基、万豪、希尔顿、假日、皇冠假日、红树林、龙都等一大批世界著名品牌酒店先后入驻三亚，许多海内外知名企业集团也落户三亚，加入了旅游房地产的开发热潮。这些国内外知名品牌和企业的加盟，不仅为三亚经济注入了新的活力，还发挥了强势品牌的示范效应，吸引了更多中小企业来三亚投资发展。三亚在引进强势品牌的同时，还大力扶植本地企业和品牌的发展，特别是经过多年的不懈努力已经成功塑造出亚龙湾、大东海、三亚湾三个旅游度假区品牌。在大型活动方面，三亚也在逐步提高标准和门坎，通过科学论证评估，挑选诸如世界小姐、中国金鸡百花电影节等高端的精品活动，以使有限的资源、取得最大的效益。所有这些强势产业和活动品牌极大地增强了三亚的竞争实力，扩大了其在国内国际旅游度假市场上的份额，提高了三亚城市品牌化的整体水平，也提升和彰显了三亚的“软实力”。

**四、媒体放大，提升知名度和美誉度。**品牌的意义在于让受众了解、认同和选择某个产品，经营品牌就是要让品牌广泛深入人心。通过媒体加强城市宣传，无疑是城市品牌推广与传播最为重要的手段和途径，而且公共传播本身也是城市“软实力”的重要组成部分。三亚在宣传城市形象和打造城市品牌的过程中，充分利用各种契机，通过各类媒体，包括传统的报纸杂志平面媒体、电视广播媒体和新兴的网络媒体，进行系统的城市整合传播和营销。

就举办大型节庆活动的目的来说，最主要就是将城市宣传出去。在近年举办各项大型节庆活动的过程中，三亚逐步探索和确立了“小现场，大媒体”的传播理念和操作原则。加大宣传推广投入，加强与媒体在各种层面上的合作，通过媒体的放大作用，将活动本身及其平台三亚，推向全国，推向世界，避免了“为办活动而办活动”的误区，实现了举办大型活动的真正和最终目的。

**五、项目推进，拉动地方经济发展。**城市品牌建设发展是一项综合性工作，不能只理解为形象塑造和宣传推广等软性工程，“软实力”同样需要硬件支持作为基础，除了产业基础外，还要有实实在在的项目加以推进。作为旅游城市，三亚按照常规也属于投资拉动型城市，尤其是一些涉及旅游发展的重点项目，对于三亚的整体经济增长和社会发展起着明显的拉动和促进作用。

近几年，优良的气候条件和一流的生态环境，使旅游房地产业和创意产业成为三亚经济发展的热点和亮点，吸引了全国及本地企业的踊跃投资，启动了包括阳光海岸、时代海岸、山水国际及筹备中的海棠湾新区等一批大型旅游房地产区域开发项目。适合创意产业、高新技术产业、会展业发展的城市环境，又吸引了众多大企业、大公司的眼球，6月24日，规划1719公顷的三亚创意新城详规通过专家评审。对于这些项目，三亚市根据城市总体规划和有关优惠政策，予以了积极扶持。旅游房地产业、创意产业的兴起和市政建设的完善，使三亚城市面貌发生了根本性的变化，城市形象、环境和品位进一步提升，初展现代旅游城市的风姿。良好的生态和宜居环境，更为三亚城市的“软实力”增光添彩。

三亚的实践表明，城市品牌塑造过程就是城市形象提升过程，也是经济拉动过程。城市品牌发展战略的实施，已给三亚带来了巨大的社会和经济回报，主要表现在扩大了知名度和美誉度，提升了文化品位，带动了招商引资工作，促进了城市功能和设施日臻完善，有力拉动了地方经济持续增长，在“十五”期间旅游产业和经济总量都获得大幅提升。近年来，三亚还先后获得了国家优秀旅游城市、最佳中国魅力城市、全国生态示范区、国家园林城市、中国人居环境奖、全国社会治安综合治理优秀地市等国家级荣誉。所有这些，都大大提升了三亚在新一轮城市竞争中的“软实力”。

三亚城市品牌发展战略已经取得了显著成效，今天的三亚充满了勃勃生机与活力，越来越为世人所瞩目。但如何维持、强化、提升三亚的城市品牌，继续提升城市“软实力”，又成为摆在我们面前的新课题。为此，在“十一五”期间，三亚将进一步提高对城市品牌发展战略的认识和树立牢固的城市品牌意识，综合系统地加强城市品牌建设发展工作。自去年开始启动的“实施六个一工程，打造文化三亚”大型系列文化建设活动，将是我们近两年工作的重点。

“六个一工程”是指：一张三亚城市名片、一首赞美三亚的歌、一本了解三亚的书、一部反映三亚的电影、一部描述三亚的风光片、一台展示三亚的大型演出。文化是“软实力”的核心，城市品牌是城市竞争力的制高点。“六个一工程”的实施，无疑将多方位、多层次地丰富和提升三亚的城市品牌和形象，为打造“文化三亚”奠定良好基础和前提条件。我们坚信，只要不懈努力，三亚在不久的将来一定会实现城市品牌发展战略的目标——具有鲜明个性、活力魅力兼备的国际性热带滨海旅游休闲度假城市。

（作者系中共海南省三亚市委副书记、三亚市市长）

# 如皋市加快生态农业发展之路

□陈惠娟

切实加强农业生态环境建设，把传统农业技术的精华和现代农业技术按照生态优化的规律加以集成，使农业经济的增长与生态环境的优化有机结合起来，达到经济效益、社会效益和生态效益相统一，这是生态农业发展追求的目标，也是建设新农村的一项重要内容。在争创江苏省生态农业县（市）活动中，如皋把发展生态农业作为一项长期的系统工程来抓，制定切实可行的措施，逐步走上了生产发展、生活富裕、生态良好的如皋新农村建设特色之路。

**牢固确立“抓生态农业建设就是抓现代农业发展”的理念，加快生态农业发展 。**

生态环境作为可持续发展的重要载体，是衡量现代化水平的重要标志。发展现代农业是当前和今后一个阶段农业发展的方向和工作目标，也是农村经济发展的一根主线。近年来，我们从强化生态环境建设着手，特别在加强生态农业建设方面，围绕经济效益与生态效益协调发展作了有益探索。一是以“治”优环境为目标，实现由常规农业生产方式向农业生态治理的转变。我们始终把发展生态农业作为一项长期的系统工程来抓，从改善农业生态环境着手，坚持源头控制和末端治理并举，加强土壤监测与检测，对全市耕地土壤养分现状进行采样普查，先后共采集耕层土壤样品6173个，全面推广了“测土配方施肥”和“有机质提升”工程。2006年、2007年测土配方施肥面积占农作物总播种面积90%以上。以建设“绿色田园”为突破口，大力推广高效低毒农药，切实加强农业物理防治和生物防治，农作物病虫草鼠综合防治率达95%以上。二是以“提”优品质为关键，实现农产品数量向质量提升的转变。随着生活水平的提高，人们对自身的生活质量更加关注，对生活消费品也提出了更高要求，我们注重从农产品产量向提高农产品质量转变。近年来，通过农业标准化产地建设，使全市农产品标准化生产率和安全质量水平有了显著提高。目前，全市已有69个农业生产基地通过省无公害产地认定，其中种植面积达78.32万亩；绿色有机农产品产地7个，面积达5.3万亩；无公害、绿色农产品总面积83.62万亩，占食用农产品生产总面积82.4%。在基地成功申报的基础上，企业积极申报无公害农产品、绿色食品、有机食品品牌，2002年以来，有34只农产品获省无公害农产品认证，38只农产品获得绿色食品认证，5个农产品获有机食品认证。三是以“调”优效益为重点，实现由单一强调农业生产向兼顾生态经济协调发展的转变。始终按照生态和循环经济的理念，以调整产业结构为抓手，大力优化农业生产模式，重点推广了种养复合生态技术、生物共生技术、立体栽培等一大批立体化种养模式，使生态农业建设迅速转化为生产力，提升了生态经济效益。目前，全市种植青饲料面积为3.35万亩，饲养奶牛386头，种草养鱼2万余亩、养禽常年栏存200多万羽。

**牢固确立“抓生态农业建设就是抓和谐社会构建”的理念，加快生态农业发展。**

实现人与自然和谐相处，是和谐社会的基本内涵，也是提升人民生活质量、推进社会进步的重要标志。近年来，我们立足“三清”工程，全面推进生态农业建设，满足农业和农村经济发展对资源和生态环境的要求，使全市农业农村生态面貌发生了喜人变化。一是以清洁村庄为抓手，实现乡村环境生态化。为防止农药化肥和对农田的污染，近年来，我们从治理农业面源污染入手，加强以控制化肥、农药污染为主的农田生态建设，加强对农业投入品的监管，严格控制化学农药的施用量，禁用高毒高残留农（兽）药，在全省率先采取农业防治、物理防治和生物防治等综合措施，使农业面源污染得到根本改善，有力推进了清洁田园建设。全市农业环境质量清洁、安全的面积占耕地总面积达82.4%，农田林网化率达75%。加强清理乱搭建工作，做到如城镇及其他各镇镇区、两个开发区、省市示范村和40个六清六建试点村的违章建设全部拆除，杜绝新的违章，乱堆乱放、乱贴乱画彻底清除，村庄内道路通畅，房前屋后整洁，建立长效管理制度，其他村清理率达50%。加快推进农村公路环境综合整治，对已建成的建立健全了长效管理机制，做到标志、标识、路牌、绿化等全面到位，全市农村公路基本做到路面平整畅通、交通标识齐全、道路环境优良。二是以清洁河道为抓手，实现水系环境生态化。为彻底改善水系生态环境，在全市实施了清洁水源工程，按照生态水利、景观水利的要求，全面开展了市、镇、村、组四级河道疏浚工作，并向长效保洁方向延伸，聘用了1012名河道保洁员，如皋市落实各级河道管护经费，市级财政对于一、二级河道给予每年每公里800元定额补助，三级河道市、镇两级财政按每年每公里管护费1000元的标准各半负担，四级河道由所属村在“一事一议”筹资筹劳经费中支付，常年对河道保洁，实现长效管理，使全市4202.3公里长的河流普遍保持了“底清、面洁、线畅、坡绿、岸净”的农村生态自然风貌。为解决粪便对水源污染难题，在集中居住区全面推广使用厌氧发酵与人工湿地相结合的污水处理技术。近年来，我们兴建了10处养殖场中小型污水净化处理和沼气工程，建成了2家畜禽粪便加工企业，将其转化为有机肥，全市畜禽粪便利用率达到91.74%。三是以清洁家园为抓手，实现人居环境生态化。为营造全民参与创建生态农业市活动氛围，把政府行动与农民自觉行动有机结合起来，我们出台了生态创建补助和激励政策，制定了补助办法，实行以奖代补。2005年以来，我市将农村改厕和农村户用沼气工程列入农村新五件实事工程和新农村建设“十大工程”，采取国家争取一点、市财政贴补一点、农户自筹一点，着力推进我市的农村户厕改造工作，近年来市各级财政共投入1000多万元用于农村改厕，使农村改厕达到了83.03%。大力推广秸秆综合利用技术，332个村在秋播前全部配置大中拖及秸秆还田机械。发展户用沼气池工程2500多个，发展秸秆气化站2座，可供2600多个农村住户生活用能，在充分利用秸秆等废弃物的同时，大大改善了农村居住环境。加快推进垃圾处理工作，在丁堰、石庄、长江、如皋港等镇（区）垃圾处理试点成功的基础上，各镇镇区、24个省市示范村（居）、40个“六清六建”试点村、各农民集中居住区做到垃圾日产日清，河道及道路两侧无暴露垃圾，确保在年底全市建成“户集中、组保洁、村收集、镇转运、市处理”垃圾收集处理系统。

**牢固确立“抓生态农业建设就是落实科学发展观”的理念，加快生态农业发展。**

作为一个城市、一个地区，要实现科学发展，就必须强调可持续发展，努力转变发展方式，把当前建设与长远发展结合起来，促进生态农业发展。一是GDP与COD并重。为加强生态环境建设责任，我们在全市建立了经济指标与环境指标“双重考核”机制，“既看经济指标，也看环境指标”，既考核增长速度，又考核环境质量，“既考核GDP，又考核COD”，不断追求“绿色GDP”，使全市各级干部牢固确立了生态优先的发展理念和正确的政绩观，在2005年建成国家级生态示范区的基础上，我市于2006年又提出了创建国家生态市的目标，为营造“生态优先”的发展氛围提供了思想保证。二是治标与治本同步。在着力解决直接关系农民切身利益的各类生产生活问题的同时，切实加强标本兼治，围绕优化生态环境，使乡村的建设和管理符合社会主义新农村的要求。近年来，我们在抓好水环境治理、污水处理、改水改厕和气化普及等一系列生态工程建设的基础上，从治本着手，在建成区内实行了畜禽禁养；污染源整治推进有力，半年关闭化工企业30家，查处环境违法行为51起；镇污水处理厂全面推进，桃园、袁桥等镇污水处理厂已建成；通过招商选资提高项目准入“门槛”，累计拒批、劝阻污染工业项目18个，从严控制入河排污口的审批，对水污染企业全面实施“升级达标治理” 从源头上巩固和提高了生态农业创建成果。三是建设与保护联动。随着城市化、工业化的不断发展，近年来，我市农业的比重在逐年下降，但是加快生态农业建设的步伐并未放慢。我们从大搞农田基本水利建设入手，夯实生态农业基础；从资源基础与特色对接着手，大力推进产业结构调整，初步形成了花木盆景、优质畜禽、栽桑养蚕、瓜果蔬菜四大主导产业特色农业带。同时，针对自然资源现实，委托南京农业大学编制了生态农业建设规划，全市划定了五个片区，明确了各区今后发展的方向和重点。

（作者系中共江苏省如皋市委书记）

领导者论苑

# 形具快乐生

□张保振

一个时期以来，谈论快乐的人愈来愈多了。工作上有“快乐工作”说，生活上有“快乐生活”说，竞技场上有“快乐足球”说，学校有“快乐学习”说，研究领域有“快乐经济学”说，等等，等等。

谈论快乐，追求快乐，享受快乐，为人之常情。毕竟，“快乐是人类正当的要求，能够快乐时非竭力快乐不可。”（张闻天：《生命的跳跃》）问题是，什么叫快乐，怎样才能求得快乐。

快乐者，主观感觉之谓也。所以，古人往往用“快于心与”（《孟子·梁惠王上》）、“快哉此风”（宋玉：《风赋》）、“暴雨过云聊一快”（苏轼：《慈湖峡阻风》）这样的语言来描述快乐的感觉与心情。可以说，离开了人心灵深处的感觉，快乐什么也不是。

也有说，“美就是相对稳定的或真正的快乐”。这话颇有“为美厚尔”，“人之生也，奚乐哉”（《列子·杨朱》）的遗风余音。但美这种“真正的快乐”，也是由于人的感觉而产生出来的。离开了“美”这个特定的客观体性质，人的感官、脑的相应部位及介于其间的神经这三个部分所共同组成的“感觉仪”和“分析器”是什么也感觉不出来的，更遑论快乐了。

还有说，快乐就是“想得美”。想得美，世情皆然。关键是，想离不开生活，离不开感知，离不开原始的表象。否则，不仅难以“想得美”，而且有可能滑入到阿Q式的想法圈里。这样的“想得美”，不仅难有真正的快乐之感，甚而会有《儒林外史》第二回中描述的“周进跟到贡院门口，想挨进去看，被看门的大鞭子打了出来”的痛苦之感。足见，想离不开客观，脱不开实际。如果不看环境，不问对象，非要一厢情愿地“想挨进去看”，“大鞭子”伺候的感觉决不会是快乐。

快乐是感觉，如何求之呢？不同的人在不同的环境有不同的想法与做法。有认为：在神经学家看来，制造快乐十分简单，只需将几微安的电流注入大脑中部一个极微小的区域即可；在诗人、作家、玄学家看来，只需将思考与上帝、爱情和美丽的花园联系起来即可；在科学家看来，只需让自己的大脑过滤和选择轰击自己感官的各种声、光、味的信息即可；而在劳动者、革命者看来，“不可能有从天上掉下来一个快乐来给你享受”，“只有经过劳作、经过奋斗得来的快乐，才是真快乐”，“而且快乐常常不是要等到艰苦之后，而是即在艰苦之中。”（谢觉哉：《长征中的艰苦与快乐》）这就启发并告诉我们，形具快乐才生。

形具快乐生，首要在“形”。形是一种载体，是一种形体。无“形”，快乐就成了无本之木。毫无疑问，凡变化者，在天成象，在地成形。无形难变，更难转化为快乐。而且这种形，不是形而上，而是形而下，是已成形体的“谓之器”的有形之“形”。这种形，具体到日常的生活工作中，就是大量的、琐碎的、不起眼的一件一件的具体工作。这些工作，或决策，或管理，或科研，或操作等，都是对建设小康社会的参与，对创造新生活的奉献。这些工作，因我参与、我奉献而快乐。因为说到底，形为快乐之质，快乐为形器之用。形与快乐，犹如刀之刃、山之峰，形存快乐存，形谢快乐灭。

形具快乐生，重要在“具”。具是一种状态。这种状态的潜台词叫“足”，同义语为“办”。一件事情与工作之“形”，做起会有难易，论起会有高下，但不论是非凡或是平凡，只有全身心地投入进去，专心致志，精益求精，不畏劳苦，百折不回，才有可能成功脚下踩，快乐心头生。如果是语言的巨人，行动的矮子，对事不“具”不“办”，或是三心二意，少“具”缺“足”东一榔头西一棒，“这样弄一点，那样弄一点，既要翻译，又要做小说，还要做批评，并且还要做诗，这怎么弄得好呢？”（鲁迅：《对于左翼作家联盟的意见》）又怎么能享受经过劳作、奋斗、拼搏而取得成功后的快乐呢？

形具快乐生，关键在“生”。生是一种过程，既有出生之意，又有发生之状，更有化生之态。可以肯定的是，只要有“形”且“具”，快乐就会如十月怀胎的婴儿那样，哭着叫着呱呱坠地的。这种有“形”且“具”而“生”发出来的快乐，透视出的是进取，表现出的是愉悦。这种愉悦，既有诸如视觉、听觉、味觉、嗅觉、皮肤感觉在接受外部刺激后的外部感觉，又有诸如运动觉、肌体觉、平衡觉等接受肌体内部刺激后，反映身体位置和运动及内脏不同状况的内部感觉。这种感觉属精神层面，只要年年、月月、日日，不止于一事，不停于一得，不止于一步地实践、实践、再实践，进取、进取、再进取，就能使这种感觉如气化流行那样生生不息，从而使快乐伴终生。

形具快乐生，生生会不息。这种生生不息引起的变化，会使大量的新东西产生，并带来源源不断的快乐，使人“一笑失百忧”（陆游：《剑南诗稿·春晴出游》），或者让人“笑一笑，十年少”，精气神更足，始终都有那么一股劲，那么一种气，神峰标映，气韵生动，甚而有像王嘉在《拾遗记·周灵王》中描述的“（西施、郑旦）二人当轩并坐……窃窥者莫不动心惊魄，谓之神人”的感觉。毕竟，生生不息的快乐会使人如神人，似天人，进入无己、无功、无名的境地，成为忘我之人、不讲功劳之人、不讲名分之人，进而吐纳珠玉接千载，卷舒风云通万里。

（作者系国家烟草专卖局副局长）