

让历史经典产业成为永恒经典

袁明淙

近日,我市公布了首批四大历史经典产业——“红帮”服装、经典食品、甬式家具、草编(竹编),将其纳入系统化培育体系,旨在推动产业壮大与文化传承。(1月8日《宁波日报》)

历史经典产业是地域文化的重载体。此次明确的四大历史经典产业,各有其深厚的文化根基:“红帮”服装承载了中国近现代服装业的匠心精神;经典食品浓缩了甬城“鲜咸合一”的饮食哲学;甬式家具体现了明清以来浙东木作的艺术追求;草编(竹编)则延续了江南民间手工艺的生态美学。将这些产业提升至市级培育层面,显示宁波正试图从“文化自觉”走向“产业自觉”,

冰雪“长红”,文旅“常青”

新年时评

杨思琪

又是一年雪季。拥有40余年的冰雪节掀起欢腾,中央大街人潮涌动,松花江畔欢声笑语,各大雪场开板畅滑,哈尔滨连日来再度成为顶流。火热的背后,是一座城市把握机遇,以冰雪经济“长红”带动文旅“常青”的持续实践。

从凭“实在”出圈,到旅游线路、玩法、产业持续焕新升级,“哈尔滨现象”又优化到了新版本。冰雪大世界面积规模不断扩大,特色文创陆续开发,供不应求,冰雪产业提质升级,积极求变之中镌刻着独特密码:不单是独具魅力的冰雪基因、“掏家底”式的热情服务,更是久久为功、厚积薄发的定力。不把流量当“一锤子买卖”,认准冰雪这条特色发展之路深耕细作,才能把一时的“波天富贵”变为长久的红利,把受季节限制的自然资源禀赋转化为驱动城市转型发展的硬实力。

“长红”之基,在于精准把握市

让老技艺在新时代找到新坐标。

当前,历史经典产业正迎来双重机遇。一方面,消费升级推动市场变革。随着人们对高品质、个性化、具有文化内涵产品的需求日益增强,历史经典产业若能突破“土特产”或“纪念品”的局限,通过设计赋能、叙事加持,完全可能进入日常消费、礼品消费乃至收藏消费领域。另一方面,科技发展为供给侧创新创造了条件。3D建模与数字化存档可保存濒危技艺,电商直播、VR体验可拓展营销场景,数据分析能更精准捕捉市场偏好……数字技术可以为传统产业破解规模化、标准化难题注入力量。

然而,历史经典产业的振兴绝非坦途,在宁波,面临创新设计“弱”、发展氛围“淡”等瓶颈。其背后是多重困境的交织——手工生产与规模化效

率的矛盾、老匠人断代与年轻人才短缺的尴尬、文化价值与市场定价的错位,以及城市现代化进程中传统产业空间的压缩。实际上,这也是许多地区传统产业面临的共性问题。

宁波的“组合拳”对策——完善顶层设计、编制产业目录、政策整合、宣传推广等,体现了系统化破局的思路。在实施过程中,需要避免“重认定、轻培育”,不能止于挂牌名录,而应配套资金、渠道、人才等实质性支持;需要平衡“保护”与“创新”,既不让产业在温室中僵化,也不任由市场化冲击其本质;需要构建“产业生态”,推动历史经典产业与旅游、教育、数字文创等跨界融合,使其成为城市文化IP的有机组成部分。

历史经典产业的未来,关键在“人”。除了培养兼具手艺与视野的

新匠人,还需吸引设计师、策划者、营销者跨界参与。政府、企业、行业协会、文化机构应形成合力,搭建协作平台,让传统技艺在与现代生活的对话中蓬勃生长。

历史经典产业的复兴,绝非简单的怀旧或商业开发,而是一场深刻的新文化生产。它考验一座城市在现代化进程中,能否妥善安放自身的文化灵魂,并使之成为驱动未来的活力之源。唯有在传承中勇敢创新,在创新中深植根基,历史经典才能成为永恒经典。



乡村市集赢在“土”味十足

景新

近日,首批浙江省重点培育共富市集名单公布,鄞州区横溪镇“众横家”共富市集入选乡村型共富市集。在“众横家”共富市集,小农户可免费入驻设摊,农产品大户让利进驻。竹笋、草莓、霜打菜、茶叶等土特产琳琅满目,带着田间的鲜香与季节的味道,扑面而来。(1月7日《宁波日报》)

乡村市集打破线上交易的虚拟距离,把买与卖还原为一种可感知的生活体验。对追求时尚潮流与个性表达的市民特别是年轻人而言,这种差异化、沉浸式的市集场景,更能彰显独特的生活态度。赶集,正成为一种新兴的生活尝试与休闲解压方式。

在需求带动、政策拉动的双重作用下,各地乡村集市纷纷涌现。但在这股热潮中,也暗藏隐忧。

有的为迎合潮流舍本逐末,将乡土文化、乡里乡亲排除在外,反倒失了特色、“不土不洋”;有的乡村集市见谁成了“网红”,就去抄袭照搬,短时间内虽能火一把,却只能昙花一现、不成气候;有的虽

引来大量人流,却叫好不叫座,未能将流量转化为当地农民的收入增量。凡此种种,究其根本,在于“千集一面”的同质化困局,缺乏独特的文化根脉与情感内核,难以维系持久的吸引力与生命力。

乡村市集破题的关键,在于深挖在地传统民俗文化这口富矿,立足现有资源,因势利导打造新场景,引流新群体。横溪“众横家”共富市集内嵌于横溪农贸市场,该菜市场已有30多年的岁月积淀,几代村民在这里卖过菜、赶过集,市井烟火成为这个市集的底色。现在,它把老菜场的烟火气与新时代的共富理念有机融合,经营的主角还是当地农民,主打的特色还是当地特产,不同的是硬件的提升和环境的改善。每逢节假日,大批城里人来横溪爬山,返程前到菜市场买山鲜、购农货,把登山的畅快与赶集的惬意连成一线。

横溪“众横家”的实践表明,只有立足山水习俗与乡土文脉,把农耕习俗、邻里温情、地方风物融入市集肌理,才能让市集既有烟火气,又有文化味,成为城乡情感互融、共富成果共享的坚实平台。

以托育之暖铺平生育之路

郑建钢

梁女士是一名三个孩子的妈妈,两个儿子分别15岁、13岁,2025年初又添了一个女儿。敢生三个孩子,得益于江北区正在推行的“托幼一体化”“15分钟托育服务圈”能为0岁至3岁婴幼儿家庭提供“放心托”,解决“带娃难”问题。(1月7日甬派)

国家卫健委的统计数据显示,全国0岁至3岁婴幼儿数量约为4200万人,其中三分之一的婴幼儿家庭有较强的托育服务需求,但目前实际入托比仅约5.5%。

“全面三孩”政策实施后,不少有生育意愿的家庭想生却不敢生,问题在于生得起却“托”不起。带娃难、带娃贵,再加上育龄女性因为带娃而在职场方面遭受种种不公,无形之中加剧了生育焦虑。

加快发展安心托幼事业,目前来说还存在不少短板,比如市场发展不充分,相关服务供给不足,供需方面还有比较大的缺口,专业方面人才稀缺,服务能力有待提高等,这需要另辟蹊径,发挥多种主体积极性,不断推进配套服务多元化,打造出新的亮点。

2024年,宁波率先在全省探索幼儿园“托幼一体化”,以适应

新的人口与社会经济发展形势。目前,幼儿园提供托位3.8万个,其中公办托位占比60%,普惠性托位占比高达86%,这是破解眼下普遍存在的“带娃难”“托不了”痛点的务实之举,彰显对多孩家庭的深切关怀与温暖,为生育支持政策体系在基层落地提供了强有力的支持。

“幼有所育”既是关键小事,也是民生大事,对每一个家庭来说事关重大。除了加强顶层设计、强化兜底保障外,还需要加大对社会力量发展普惠托育服务的支持力度,引导国有资本和社会资本参与建设一批托育服务机构,通过各个层面伸出援手,打造有温度的保障措施,以托育之暖铺平生育之路,为多孩家庭排忧解难,更好地满足普通收入家庭需求:不但要生得起,而且还要养得好。

有效解决人民群众托育服务困难,营造生育友好社会氛围,办法可多一点,思路可广一点,步子也可迈得大一点,应充分利用各方面的医疗资源和人员资源,鼓励多元化探索与专业化运营,只有转变理念,综合施策,用心用情,才能不断拓展托育服务体系发展空间,创造促进人口长期均衡发展的良好环境,让“生育友好”不只是贴在墙上的标语,而是可感可知的现实。

漫画角



为娃「加班」



“讲文明·树新风”公益广告

社会主义核心价值观:富强 民主 文明 和谐 自由 平等 公正 法治 爱国 敬业 诚信 友善

爱心宁波
尚德甬城扫码关注
文明宁波公众号