



嫦娥六号 “精彩一落”

6月2日清晨,嫦娥六号成功着陆在月球背面南极-艾特肯盆地预选着陆区,开启人类探测器首次在月球背面实施的样品采集任务,即将“蟾宫挖宝”。

自5月3日发射入轨以来,嫦娥六号探测器经历了约30天的奔月之旅,在经过地月转移、近月制动、环月飞行等一系列关键动作后,完成了这举世瞩目的“精彩一落”。

图为6月2日,在北京航天飞行控制中心,工作人员在监测嫦娥六号着陆器和上升器组合体工作情况。

新华社记者 金立旺 摄
(相关报道详见第四版)

温州,续写创新史

本报记者 徐健 解亮 周琳子



瓯江沿岸,温州城区高楼林立生机勃勃。 拍友 苏巧将 摄

“拼字当头,敢为人先”。在很多人眼中,温州的另外一个名字是“创新”。

2002年12月,时任浙江省委书记习近平在温州调研时,着重讲了“创新”:温州这个金字招牌,是创新的结果,并以创新为最大内涵。他嘱托,希望温州把这部创新史继续写下去,探索新的规律,创造新的业绩,总结新的经验,为全省带好头,也为全国作示范。

正是这次温州调研,习近平明确提出了推进创新需要从“理论创新、制度创新、科技创新、文化创新”四个层面着力,为温州创新发展指明方向,并贯穿引领温州高质量发展的全过程。

温州作为我国改革开放先行区、民营经济重要发祥地,这些年始终如何将续写创新史作为“题眼”,在继承中创新,在创新中发展。

从全国最早探路新时代“两个健康”先行区建设,到龙港作为全国最早的撤镇设市试点,从科技创新引领产业创新的区域实践,到涵养温州人“文化基因”激发久久为功的创新生态……在

对创新不断的求索中,铺陈出一幅幅新景象。

聚焦共性问题 勇当改革创新“探路者”

凭借“四千精神”,改革开放以来,温州创造了一个个“全国第一”,形成了举世瞩目的“温州模式”。进入新时代,因改革而生、因改革而兴的温州,依旧奔着问题去、盯着问题改,不断用创新为发展开拓新路。

民营经济是温州最大的优势,却也是温州续写创新史必须聚焦的最大变量。面对非公有制经济健康发展和非公有制经济人士健康成长这一全国都在关注的共性问题,温州以制度创新,在全国最早探路新时代“两个健康”先行区建设。

瑞安企业浙江中远鞋业有限公司董事长刘杰,在温州搭建的“两个健康”直通车上反映,每年要申请上百件鞋外观设计专利,本地没条件,送去外地申

请周期又过长,鞋产品作为快消品实在等不起。

企业的“一件事”,拨动了温州市委、市政府针对“一类事”施策。不久,温州市知识产权保护中心驻瑞安工作站正式落户,像中远鞋业这样的当地企业,不仅实现了家门口办理专利申请,外观设计专利授权还从6个月压缩至7个工作日。“温州打造的‘温暖营商’品牌,确实暖了企业的心。”刘杰事后感叹。

企业温暖感知背后,是“两万”行动、“帮企云”平台、96666服务热线、企业服务中心、行业企检服务中心、“两个健康”直通车等“六位一体”为企服务体系在发挥作用。政府以“看不见”的涉企问题全闭环解决机制,为企业提供“看得见”的服务。特别是去年4月以来,温州亮出企业拿地“不找书记亮数据,不找市长看市场”口号,创新出台“数据得地”预评审工作机制,截至目前累计为178家优质中小企业供地5119亩,破解了企业发展空间限制。

先行探索如何为全省乃至全国作示范?温州在全国率先为“两个健康”立法,出台《温州市“两个健康”先行区建设促进条例》,推动“两个健康”温州实践向制度层面跃升。同时,由温州市政府等共同起草、发布浙江省地方标准《“两个健康”评价体系》,在全国率先建立起“两个健康”发展情况统一衡量标尺。探索6年来,累计有50项制度成果、87项改革举措在全国全省推广。近3年来,温州在“万家民营企业评营商环境”中保持在全国第一方阵。

如果说经济领域的改革创新带来城市之兴盛,那么行政领域的突破创新,则为城市蜕变探出了新思路。

用40%的人员编制,能否有效承接100%的县级权限事项?龙港市做到了。

龙港作为全国第一个“镇改市”,用5年时间探索“市管社区”、构建“模块化”组织等改革模式,成为全国唯一实行“大部制、扁平化”行政管理体制改革的县级市。(下转第四版)

4月30日浙江省委办公厅、省政府办公厅印发《文化特派员工作实施意见》,至今文化特派员制度实施已1个多月。

从文件印发、人员选拔、逐一面谈到启动选派工作,百名省级文化特派员已全部完成基层派驻报到,并开始宣传思想文化指导服务工作,活跃在乡野大地、田间地头。

作为我省贯彻习近平文化思想、深化“千万工程”、助力“三支队伍”建设、促进人民精神生活共同富裕的一项创新之举,文化特派员制度实施1个多月来,文化特派员都干了啥?

点面结合 深入调研摸家底

百名省级文化特派员大多来自省直机关、高校、企事业单位、文艺院团,初来乍到,如何快速掌握派驻乡镇(街道)、村(社区)情况,高效开展工作?

调查研究,历来是我们党的重要法宝,也成为文化特派员了解基层的重要方法。

用耳朵倾听,用脚步丈量。省非物质文化遗产保护中心干部石小倩到武义县熟溪街道报到后,足足呆了一周,其中大部分时间都花在了实地走访、村民调研上。

石小倩发现,武义拥有国家级非遗婺州窑、古建筑群等丰富的文化资源,建设了婺州窑遗址公园、艺术馆等。“资源很丰富,但整体相对零散。”她要做的就是串珠成链,“我准备将非遗资源与当地温泉、民宿产业结合,进一步细化为具体的文化项目,帮助熟溪把文化存量转变为经济增量。”

文化特派员是浙江在做的一项探索性工作。作为各地主要牵头单位,省委宣传部积极当好后盾,在文化特派员报到后,第一时间组织座谈会、见面会等,为文化特派员尽快进入角色、发挥作用提供有利条件。

杭州西湖国学馆执行馆长周媛媛的驻地是德清县禹越镇。报到第一天,当地就召集相关部门、乡镇、社区干部一起迎接她的到来。这是欢迎会,也是工作碰头会。

“大家既介绍情况,也说想法、谈需求,信息量很足,很实在。”周媛媛说,尽管来之前也做了不少功课,但远不如通过这样的碰头会了解得深入、全面。这也让她顺利制订了初步工作计划:邀请文化团队和相关领域专家助力,挖掘好当地文化资源,打造文化品牌项目,落地省级社科成果,让文化在下一代中做好传承。

根据省里部署安排,经过摸排调研后,文化特派员将与县(市、区)、乡镇(街道)共同谋划一个文化项目,在选派的两年内完成。这是他们开展基层文化建设工作的重要抓手,也是评价其工作表现的重要依据。

瞄准需求 履职尽责出实招

“文化特派员在乡村能发挥哪些作用?”这是首批省级文化特派员奔赴基层、深入调研后思考的重要问题。党的创新理论传播者、乡村文化资源挖掘者、高品质文化服务供给者……对于文化特派员来说,首要的任务还是宣传贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想。

浙江大学艺术与考古学院设计艺术系副主任李承华所派驻的海曙区洞桥镇,不仅有得天独厚的自然风光,更有深厚的文化底蕴,但调研后李承华发现当地在文化自觉与文化自信上存在不足。

几天后,李承华送来了“文润文村”文化品牌矩阵“文·言”系列宣讲。首场活动,宣讲人从不久前习近平主席赴法国国事访问与法国总统马克龙的书籍互赠,讲到中国历代绘画大系,为当地上了习近平文化思想宣传教育的生动一课,打开了基层干部群众的新视野。

“这次活动让我们深刻领悟了习近平文化思想的博大精深,学习其丰富内涵,也让我们看到自己家乡的文化价值,我们要把文村故事讲好,把这里的文化之美展示给世界。”文村村党总支书记朱逸超说。

绍兴市越城区滨海新区街道潭许村距离杭州一个多小时的车程。5月27日,绍兴莲花落第五代传承人陈祥平带着莲花落普及课如约而至。

“最开始,我想我可以做些什么?”带着思考,陈祥平走进了潭许村。走访后,她发现,地处绍兴东北部的潭许村,历史悠久,文化底蕴深厚,但知名度不高。(下转第四版)



近日,浙江大有集团员工正在杭州富阳为亭中钱项目立塔架线。该工程将为我国首个220千伏柔性低频输电示范工程提供双回路电源输送通道,助力杭州城区之间富余电力灵活互济。
拍友 仲彦瑾 孔理 摄

4年培育近万名学员,带动营收达31.28亿元—— 一家村播基地孵化万千青年共富梦

本报记者 唐逸涵 共享联盟·柯城 郑晨 通讯员 戴珍莹

钱江观潮

在衢州市柯城区城乡接合部,有一处全年无休的园区,这里是柯城村播基地。今年“6·18”活动启动以来,已有1.4亿元的订单在这里成交。

“这栋楼曾是万田乡闲置的菜市场,被改建成基地用于培育村播的学院后,成了村民常来常往的新地标。”面积达2200平方米的村播学院紧挨马路,是村播基地里最亮眼的一栋,负责管理村播基地的柯城村播产业专班主任姜洪海说,这也是梦开始的地方。

2019年7月,柯城区参加由浙江省商务厅联合阿里巴巴举办的脱贫攻坚公益直播,“2秒卖出2万单”的战绩让柯城首尝“村播”甜头。2020年4月,柯城带头“吃蟹”,与阿里巴巴合作建立了全国首个村播基地。

上午10时,基地内11个共享直播间全部满员开工,而更多的主播则在一



主播在柯城村播基地的猫抓板生产工厂直播。

受访者供图

个货架或展台前,摆个补光灯和手机支架就能直播带货。

在这里,记者体验到了直播间里的快乐和忙碌,上一幕还是助农主播捧着鸡蛋吆喝,到隔壁直播间便被猫咪“助播们”抢食的画面“萌化”,移步猫抓板仓库又被“3、2、1,上链接”的呼声刺激到想来上一单。

“镜头前的主播有老有少,但在背后推动运营的都是年轻人。”4年来,村播基地培育了近万名学员,姜洪海见证了2400多名村民留乡从事村播,其中137名成为镜头前的主播,更多人选择从事新媒体运营、人设IP运营、流量管理、文案策划等幕后工作。

(下转第四版)

诺力重拾20年前主动放弃的产品线 想当全优生,就不能偏科

本报记者 金梁

蹲点百企看高质量发展·深挖市场潜力①

编者按:市场,一头连着产业,一头连着消费,供给侧和需求侧的诸多变化都会在这里得到灵敏的反映。如何在传统市场中挖掘新空间?如何应对产品内卷和行业下滑?跳出舒适区开辟新领域的底气哪里来?面对有效需求不足,外部环境复杂性、严峻性、不确定性明显上升等现实问题,浙江企业顺势而为、迎难而上,在瞬息万变的市场走势中,寻找新机遇,谋求新发展。本报今起推出“蹲点百企看高质量发展”大型融媒体新闻行动之“深挖市场潜力”,敬请关注。

新发展格局中找到更好的机遇。”诺力股份董事长丁毅解释。

内燃叉车是诺力二十年前主动放弃的产品线。2005年,诺力成为第一家在欧盟反倾销调查中“反败为胜”的中国企业,在欧盟站稳了脚跟;2013年,再一次面临欧盟高额反倾销税率,

诺力坚持“走出去”战略,保持了企业快速增长。欧盟市场以电动叉车为发展主方向,因此,诺力主动放弃国内拥挤的内燃叉车赛道,选择深耕国际市场。从手动液压搬运车到半电动,再到全电动,诺力错位竞争、不断自我革新,逐渐实现从物料搬运领域向智能物流领域

短评 乡村如何留住年轻人

习近平总书记指出,乡村振兴,关键在人,关键在干。

人从哪来?乡村要想留住年轻人,不能单靠传统农业革新,还应寻找更多适宜青年人才发展的新赛道。

近年来,随着平台经济的下沉和直播产业的兴起,村播在乡村流行。新渠道、新业态、新模式给新农人带去更广阔的发展空间,同时也吸引更多年轻人返乡创业,为乡村振兴带去人才的“源头活水”。

如何去干?授人以鱼,不如授之以渔。正如柯城村播基地,单靠培训并不能让青年的脚步停留,只有具备完整的产业链和帮扶政策保驾护航,才能解决青年留乡发展的后顾之忧,让这支新农人队伍踏实留下来。

事实上,村播只是推进乡村振兴的一种解法,乡村发展还可以寻找更多能让青年感兴趣的产业来激发活力。

转型。

放在当年,这种选择有理有据。但是当下,叉车市场环境行业格局再次发生变化,“偏科”的诺力遇到了难处。

近年来,国内叉车行业“卷”翻了天,同行都在开辟新市场,做内销的改做出口,造大型叉车的改生产小车,做内燃动力的变电动……“进攻是最好的防守”,诺力开始深入布局国内市场。

诺力集团执行副总裁徐松屹分享了一个近期招投标中遇到的情况:国内大客户发了一个组合采购包,要求七成电动叉车、三成内燃叉车,但不能出现两个品牌,以便售后维护保养。“国内客户的需求往往多样化,我们在内燃产品的缺失,导致难以适应市场变化。”

(下转第二版)

新闻提要

“思想的力量——习近平文化思想在浙江”④

代代传承 让非遗绽放时代华彩

》6-7版

一边是需求缺口大,一边是培育难度高,看我省各地如何破局——
数字人才“浙”里成长记

》3版

听,跨越千里的山海情歌

——数说新一轮浙川对口工作

》5版