

端午假期浙江文旅市场活力迸发——

民俗体验热 亲子旅游火

本报杭州6月2日讯（记者 沈听雨）记者2日从浙江省文化广电和旅游厅了解到,5月30日14时至6月2日14时,2025年端午假期浙江累计接待全域旅游游客1651.7万人次,同比增长8.3%,实现全域旅游综合收入161亿元,同比增长10.1%。其中,接待过夜游客1044.9万人次,同比增长8.7%。

从传统民俗到潮玩体验,从亲子

狂欢到艺术展演,今年端午假期,浙江精心策划了一批有特色、有内涵、有品质的文旅活动,打造文旅新场景,激发出行新体验,让市民游客“花式”过节,享受到了一个快乐充实的假期。

作为我国首个人选世界非物质文化遗产的传统节日,今年端午民俗体验游的热度不断攀升。携程发布的《2025年端午假期出游趋势预测报告》

显示,与去年同期相比,今年端午民俗体验游的搜索热度同比增长50%,游客更青睐于参与各地的赛龙舟、包粽子、做香囊等传统活动。

河面上,锣鼓声、击水声不绝于耳;河岸边,加油声、呐喊声此起彼伏。既蕴含中华优秀传统文化又凸显竞技魅力的赛龙舟,成为这个端午假期市民游客打卡的热门选择。

（下转第二版）

以廉洁文化推动尊廉、崇廉、爱廉

朱浙萍



“蓬生麻中,不扶而直;白沙在涅,与之俱黑。”文化之力,在浸润血脉、滋养心灵,于无声处铸魂育人。反腐,既须以法纪施雷霆之力,亦须用文化厚涵养之功。积极正向的政治生态、理想信念、家庭风气、社会道德等文化力量,能长养领导干部浩然之气。

早在浙江工作期间,习近平同志就指出,“如果先进的廉政文化不去占领文化阵地、营造社会氛围,腐败文化就会乘

虚而入、污染社会、搞坏党风政风”。他深刻阐释和有力践行了反腐倡廉的系统理念,推动浙江率先建设廉政文化,要求强化“不能为”的制度建设、“不敢为”的惩戒警示和“不想为”的素质教育,努力把反腐倡廉工作抓实抓细。

翻开《之江新语》,“廉洁”是个高频词。习近平同志常常叮嘱干部算好经济账、法纪账、良心账这“三笔账”;多次引用岳飞“文官不爱钱,武官不惜命”、于谦“要留清白在人间”等名言,讲述清代海塘塘官“决堤就跳塘自尽”等故事,晓之以理、动之以情,宣扬优秀传统文化中的廉洁思想;亲自为《廉政镜鉴丛书》作序,力荐党员干部阅读,并推动全省建立17个廉政文化教育基地,推进廉政文化进机关、社区、学校、企业、农村

和家庭……一系列具有浙江味、时代性的创新探索,不断夯实浙江的廉洁文化土壤,涵养政治生态的绿水青山。

“全面从严治党,既要靠治标,猛药去疴,重典治乱;也要靠治本,正心修身,涵养文化,守住为政之本。”党的十八大以来,习近平总书记进一步提出加强新时代廉洁文化建设,一体推进不敢腐、不能腐、不想腐。

当前,深入贯彻中央八项规定精神学习教育正在广泛开展,这既是作风建设的有力抓手,也是深化廉洁文化建设的重要契机。首先,党性党风党纪协同发力。这要以理想信念为灯塔,照亮思想迷雾;以党的创新理论为罗盘,校准行动方向;以优秀文化为清泉,涤荡心灵尘埃。党性觉悟提高了、道德防线

守牢了,党员干部就拥有了拒腐防变的“免疫力”。其次,廉洁自律与家教家风双向联动。总书记说,“家”和“家”区别就在于那个“点”的位置,对家属子女要求高一点才能成就幸福之家,低一点就可能葬送一个好家庭。党员干部既要以“吾日三省吾身”的自觉修身正己,更要以“铁面无私”的态度齐家守廉。对亲属子女管得紧一点、勤一点,这既能斩断贪腐羁绊,更能守护亲情港湾。再次,推动崇廉拒腐在全社会蔚然成风。这就要求创新廉洁文化的“打开方式”——不断创新载体、丰富形式,挖掘传统文化、用好廉洁典型、讲好廉洁故事。当“荣廉耻贪”的价值理念浸润人心、滋养社会,我们定能在人人尊廉、崇廉、爱廉中,迎来更加清朗的社会风气。

深入贯彻中央八项规定精神学习教育省委督导组完成进驻

本报讯（记者 张熙锦）根据省委关于开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育统一部署,截至5月30日,4个省委督导组完成对8个地方和单位进驻工作。

进驻见面会上,各省委督导组组长传达学习习近平总书记重要指示批示精神和党中央部署要求,通报督导工作的职责任务、总体安排和具体要求,听取学习教育进展情况,研究部署督导工作。

各省委督导组组长指出,在全党开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育,是今年党建工作的重要任务。派出省委督导组,有针对性地指导督促相关地方和单位抓好学习教育,是旗帜鲜明讲政治、贯彻落实习近平总书记重要指示批示精神的重要举措,目的是帮助推动解决突出问题,发挥以点促面效应,推动学习教育健康有序开展。

各省委督导组组长强调,督导工作

要坚持问题导向,从严从实履职尽责,聚焦中央精神落地见效、聚焦领导示范带动、聚焦找准查实问题、聚焦推动整改落实、聚焦坚持开门教育、聚焦推动中心工作,坚持同题共答、同向发力,动真碰硬、真刀真枪解决违反中央八项规定及其实施细则精神的突出问题,确保学习教育有关部署要求一贯到底、取得实效。

相关地方和单位党委（党组）主要负责人表示,将深入学习贯彻习近平

总书记重要讲话和重要指示批示精神,深刻认识开展学习教育的重要意义和省委派督导组的政治考量,切实把思想和行动统一到党中央决策部署上来,自觉扛起学习教育主体责任,全力支持配合督导组工作,确保学有质量、查有力度、改有成效、促有实绩,用实际行动坚定拥护“两个确立”、坚决做到“两个维护”,切实把学习教育成果转化为高质量发展建设共同富裕示范区的坚强保障。

首家嵊州小笼包海外品牌门店开业

“哪吒包子”亮相洛杉矶



外国客人正在品尝小笼包。

受访者供图

小笼包的配方,减少了馅料中葱、姜等食材的配比。

此前,嵊州已有16家企业获得海关出口备案,嵊州小笼包更是在柬埔寨、越南等国家实现出口“首秀”。但在海外开设嵊州小笼包品牌门店,还是头一遭。

“小笼包‘出海’并非易事。”嵊州市吉昌荣食品有限公司创始人裘娜是傅彬在国内的合伙人。她说,为了这家品牌门店,相关人员忙着考察选址、采购设备、技术培训,足足准备了半年多。之前,裘娜的小笼包产品已经远销国外,不过在申领人员签证、原材料检验、跨境物流等环节中经历了不少考验。

为给小笼包“出海”提供助力,嵊州推出“刺食远航”计划,公安、市场监管、海关、商务等多部门联合组建“法管家”团队,通过“小笼码”全程溯源、发布出口通关“攻略”等方式,护航企业拓展海外市场。目前,嵊州已为29家当地“白名单”企业、154名员工提供了出境便利。

“哪吒包子”开业只是第一步。傅彬表示,接下来,他们还计划在海外建设小笼包生产工厂,并开设更多连锁店,进一步推广嵊州小吃品牌,也让更多人了解中国小吃。

短新闻竞赛

本报讯（记者 阮帅 王逸群 通讯员 周晨升 洪璐杰）北京时间6月2日凌晨(美国时间6月1日上午),美国洛杉矶帕萨迪纳,来自嵊州的小笼包店“哪吒包子”正式开门迎客。据悉,这是首家进军海外市场的嵊州小笼包线下品牌门店。

店面不大,40多平方米,却在蒸腾的水汽中显得格外热闹。这里距离市政厅和加州理工工学院都只有几分钟车程,便利的交通吸引了不少市民和学生前来,开业仅一小时销售额便超过800美元。

“我们特意在店名中加入‘哪吒’这一中国风十足的文化元素,提升知名度。”该品牌门店负责人傅彬说,作为首家进军海外市场的嵊州小吃线下门店,这里主营各类小笼包产品,除了经典的嵊州老面猪肉馅小笼包,还有披萨馅小笼、甜酸风味小笼等多款特色产品。为了迎合欧美客人的口味,还特意调整了

衢州历史文化街区植入时尚演艺

这个阳台能开“演唱会”



衢州水亭门历史文化街区,00后音乐爱好者正在“鲜花阳台”上演唱。本报记者 黄慧仙 摄

本报讯（记者 黄慧仙 唐逸涵 共享联盟·柯城 郑晨）“新的风暴已经出现,怎么能够停滞不前……”这个端午假期,在衢州古城文化旅游区水亭门历史文化街区,传来一首首耳熟能详的流行歌曲。

循着声音走去,只见“南孔爷爷的书房”二楼阳台上,一位青年在成片的彩色泡泡中挥着手歌唱,行走在街区的游客,或驻足倾听,或挥手跟唱。粉墙黛瓦间,青石板路上,青春的声音回荡在纵横交错的街巷间。人们举起相机,与这个特别的“演唱会”合影。

一打听,原来这是街区最新推出的古城“阳台show”。从4月下旬开始,“鲜花阳台”和“卡通阳台”两大主题阳台闪亮登场,已举办十余场特色演出,线上线下辐射受众逾5万人次。

端午期间的演出就是在“鲜花阳

台”上,因为“演唱会”开在书店上,演出更偏文艺范儿。这次在“鲜花阳台”上歌唱的是当地00后音乐青年田颍洲,“这样的演出我已经参加过三四场,曲库一直在不断更新,我们还会根据节日主题选歌,打造氛围感。”田颍洲说。

除了小田这样的音乐爱好者,来自衢州学院等高校的学生、文化特派员等,都成了这个舞台上的常驻嘉宾。

传统印象中,历史文化街区是一条街,从头走到尾,行程也随之结束。“街区可以抬头欣赏,游客的体验就能丰富有趣起来。”活动负责人、柯城区传媒集团副主任金萍说,他们在保留街区建筑风貌的基础上,对商铺原有的阳台进行微改造、精提升,如安装音响设备、装点花丛等,还加入了当下年轻人喜欢的打卡元素,让更多人在古城感受更鲜活的气息。

（下转第五版）

动漫游戏周边衍生产品撬动巨大潜在市场

从动漫节看“谷子”生长

本报记者 叶怡霖 见习记者 周文成

端午假期,“杭州是一座巨大的‘痛城’”这个词条,成了社交平台上的热议话题。先去第二十一届中国国际动漫节逛展,再去龙翔桥找“谷子”……这条从南到北的线路,更是成了年轻人打卡杭州二次元的必备攻略。

也许,你对“谷子”“痛城”这些词有点陌生——

“谷子”并非长在农田里,而是挤满动漫节各大展台货架的徽章、玩偶、立牌、钥匙扣、镭射票……这些知名动漫游戏的周边衍生产品,正是年轻人热捧的“谷子”(源于英文“goods”:商品);而“痛”则源于日语,指的是用动漫周边来装饰物品,“痛城”常被用来形容某个城市充满了二次元文化氛围。

这些二次元“行话”,不仅指代Z世代群体中流行的休闲生活方式,也正撬动一个潜力巨大的千亿级产业,特别是近年来崛起的国产优质IP,甚至已展现出“全球购、全球通”的势头。

这样的势头,在刚刚闭幕的动漫节上初现端倪。

“谷子”有多火?动漫节首日便是

明证:杭州玄机科技《天行九歌》限定返场徽章不到半小时售罄;阅文集团货架上的《全职高手》叶修生日限定玩偶不停补货;三月兽展会因国内首发的《名侦探柯南》徽章而排起长龙……几十元到百余元的小物件,点燃了年轻人的消费热情。

00后张志鹏专程为“谷子”而来。他打开手机,向记者展示家中三层玻璃收藏柜,里面密密麻麻陈列着四年来的“战利品”。“有的要漫展排队,有的得官网拼手速抢,还有的是去二手平台高价收……”在张志鹏眼中,“谷子”承载着对IP的热爱,将虚拟角色化为现实中的精美小物,是情感的寄托,“它能带来情绪价值,感觉喜欢的人物走进了我的生活”。

同样喜欢“谷子”的曾国桢则强调这些二次元小物的社交属性。她背着一只特别的蓝色“痛包”(用动漫周边装饰的包),透明小兜像橱窗般展示着游戏《恋与深空》的徽章和玩偶,“刚才已经有好几个同好来要链接了,很多时候我们的朋友圈就是这么建立的”。

随着国产动漫游戏IP数量的增长,今年动漫节上“国谷”的种类也相应增多,国漫IP跨界联动也愈发频繁,涉及奶茶、电脑外设、主题餐厅合作以及线下快闪店等。

（下转第五版）