

要 闻

让每个人都能有自己的主场

——解码“浙BA”(上)

有风来

■ 本报记者 沈昕雨

浙江省城市篮球联赛(“浙BA”)刚刚收官,杭州队战胜丽水队,捧起冠军奖杯。

眼下,以篮球为载体的全民健身热潮正席卷浙江大地。从高架桥下的篮球公园到社区乡村的灯光球场,再到城市地标的商业广场,随处可见人们奔跑、跳跃、投篮。杭州篮球爱好者郑棋深有感触:“自‘浙BA’开打以来,球友们的热情变得更高了,大家每周组织比赛,参与者很多,都想上场一试身手。”

作为浙江近年来规模最大、水平最高的群众性篮球赛事,“浙BA”点燃的远不止篮球场上的竞技激情,还有越来越多人对体育的热情——它让运动进一步融入生活,成为普通人的日常。

白天当老板,晚上抢篮板

有别于职业联赛,“浙BA”在启动之初便明确,参赛运动员必须是非专业的普通群众。根据竞赛规程,参加过全国职业篮球联赛、中国大学生篮球一级联赛以及海外各级篮球联赛的运动员不能报名,以此来保证这项赛事的群众性。

这是一场草根的盛宴。丽水队的

倪豪凯在我国西南地区工作,每次参加比赛都要乘飞机、换高铁、坐大巴,往返超过7个小时;杭州队的陈洋是采荷中学的一名体育老师,边征战还边带校女篮训练比赛……

我们看到,“浙BA”赛场上的球员都有自己的“AB面”:浙大博导、酱鸭主播、体育老师、水果店主、外卖小哥、互联网企业总经理……而篮球成为跨越年龄、职业、背景的符号,把大家紧紧联系在一起。

作为民营经济大省的浙江,很多人都知道“白天当老板,晚上睡地板”的典故。但在“浙BA”,这句话被演绎成“白天当老板,晚上抢篮板”。这些来自各行各业的参赛球员很普通,但在“浙BA”哨声响起、体育馆内聚光灯亮起的那一刻,每个人都是被瞩目的主角。

群众参与,群众打call

“浙BA”赛场上,另一道风景线是热情参与、呐喊助威的球迷。

一开始,“浙BA”就明确参赛运动员必须具备“本地身份”。球迷总是支持离自己更“近”的那支球队,毕竟不会有任何一个地方比家乡更有地域归属感。

正如省体育局有关负责人所说,赛场上的球员就是我们身边的人,当看到他们为家乡而战,观众见证的不仅是比赛胜负,更是普通人站上赛场的梦想起

真和那份守护家乡荣耀的拼劲,其中融合了乡情、亲情、友情。相比于专业赛事,球迷的参与感、获得感、成就感更强。

比赛中,当球迷共同见证球队的光辉时刻和绝处逢生,为每一次进球欢呼时,他们也是为自己的家乡欢呼——这不是旁观,而是一种共情。

富阳人郑意从小看美国职业篮球联赛和中国职业篮球联赛长大,但他从没想过有一天会跟自己的父母一起坐在赛场上看球。每逢富阳队比赛时,最关心比赛结果的是他平时根本不看球的妈妈。“她记不住那么多球员的名字,讨论时会称呼‘这是那个白天管车辆、晚上去练球的年轻人’‘那是看上去胖乎乎很结实的小伙子’……”郑意说,恰是这些朴实的话语,让“这是我的球队”的感受从未如此鲜明过。

“群众参与,群众打call”。这一没有职业运动员参加却牵动全省目光的体育赛事,正是浙江全民健身工作蓬勃发展的生动缩影。在浙江师范大学体育与健康科学学院院长李启迪看来,“‘浙BA’犹如一把钥匙,以其独特的草根性与地域认同感,激活了积蓄已久的民间体育热情。”

助力健身融入百姓生活

群众赛事,赛事本身从来都不是唯一目的。

米兰冬奥会开幕式七大亮点

■ 新华社记者 王春燕 高婧妍 任耀庭

在万众期待中,第25届冬季奥林匹克运动会开幕式6日上演。多赛区办赛让本届冬奥会开幕式出现了很多个奥运史上的“第一次”,意大利在艺术、文化、时尚、体育等多领域的深厚底蕴,也赋予了这场开幕式诸多“意式亮点”。

亮点一

两地点火、四地入场

这是一届格外“辽阔”的冬奥会,四个赛区、八个场地,赛区间平均距离超过250公里。也正因此如此,本届开幕式无前例地在米兰和科尔蒂纳纳设置了两座主火炬台,并在开幕式上同时点燃。此外,为免去运动员们的舟车劳顿,开幕式在四个赛区同时举行了入场仪式。

亮点二

那些“很意大利”的符号

红、黄、蓝三支巨型颜料管出现在开幕式主会场舞台上空,“颜料”源源不断地涌出。同时,身着各种色彩、代表意大利不同文化符号的演员在舞台上尽情舞蹈。这些符号有:古罗马、文艺复兴、美食、时尚、设计、建筑、文学、咖啡、狂欢节……没错,这一切都“很意大利”。

亮点三

从城与山对话到奥运五环

两名舞者,服饰不同,舞姿各异,分别代表着“城市”与“山脉”。在这场城与山的对话中,两名舞者各自站在一个圆环中间。圆环缓缓升起,两人从各自的圆环跃出,象征着走出自己的世界,寻找交汇点,实现人类共通。随后,更多圆环缓缓上升、彼此交汇,在舞台上空形成奥运五环标志。

亮点四

时尚感拉满

作为世界著名的“时尚之都”,米兰冬奥会的开幕式怎能少了时尚元素?流行音乐天后玛丽亚·凯莉登台献唱意大利语歌曲和她本人的代表曲目《没有不可

能》。意大利盲人男高音歌唱家波切利演绎了经典的咏叹调《今夜无人入睡》。

而将时尚感演绎到极致的,则是身着红、白、绿三色服装的模特们列队迎接意大利国旗入场,手捧国旗的是意大利超模维多利亚·切蕾蒂。当模特登场走秀时,1990年世界杯开幕式和那首经典的《意大利之夏》,相信已经在很多



图为开幕式现场的奥运五环。

新华社记者 赖向东 摄

人心中悄悄浮现。

亮点五

“意大利手势”小课堂

谁能想到,冬奥会开幕式的舞台上,居然会有一堂“意大利手势课”!若对意大利稍有所了解,一定会露出会心的笑容。毕竟,在意大利,手势不是语言的点缀,而是几乎可以“独立成章”的表达方式。

意大利女演员布伦达·洛迪贾尼扮演了一位因话筒没声而备受困扰的人,她通过各种各样的手势表达了各种情绪,提出了各种需求。在这段精彩纷呈的无声表演让人们记住了许多极具辨识度的“交流密码”后,她终于在舞台上大声说出:“欢迎来到意大利!”

亮点六

朗朗再登奥运舞台

6日夜的圣西罗体育场,中国钢琴家郎朗携手意大利女歌唱家塞西莉亚·巴托莉和斯卡拉歌剧院儿童合唱团,共同演绎了《奥林匹克颂》。这是郎朗第二次登上奥运会开幕式舞台。

当悦耳的钢琴声响起,郎朗的身影出现在钢琴前,这一刻让人立刻回想起2008年北京奥运会开幕式上,郎朗与小女孩李木子共奏钢琴曲《星光》的场景。正如米兰冬奥组委此前强调的,郎朗不仅是一位钢琴家,“他是连接不同文化、世代与世界的桥梁”。

亮点七

致敬达·芬奇

在米兰的和平拱门,在科尔蒂纳的迪博纳广场,两座同样的主火炬台同时被点燃。主火炬台的外观灵感来自意大利文艺复兴巨匠莱昂纳多·达·芬奇绘制的几何绳结图案,其结构采用可变几何设计,可实现动态开合,就像孩子们玩耍的“魔术伸缩球”。当被点燃的刹那,主火炬台表面呈现出阳光般的金色质感。

(新华社米兰2月6日电)

2025年度中国消费名品名单出炉

浙江入选数量全国第一

本报讯(记者 夏升 通讯员 赵晶)近日,工业和信息化部公布2025年度中国消费名品名单,全国共276个品牌入选。其中,浙江29个品牌入选,分别为企业品牌18个、区域品牌8个、特定人群适用产品品牌3个,入选数量位居全国第一。

扩大内需是2026年经济稳增长的核心抓手之一。为此,浙江将深化实施消费品工业“三品”战略,以“礼出之江”浙产优质消费品省域品牌为统领,梯度培育区域特色优势产业和优质品牌,分级分类打造消费名品方阵。

加大政策支持力度。建立浙江消费名品名录,持续开展消费名品培育遴选工作,力争三年培育浙江消费名品300个,打造一批具有浙江产业特色的精品品牌。深化“礼出之江”省域品牌赋能行动,将省级以上名品纳入品牌供应商体系。搭建“创新赋能对接平台”,推动优质爆品与渠道、消费者精准高效对接,加速抢占市场制高点。

加快名品优品供需对接。聚焦慈

溪智能家电等特色优势产业集群,分产业分批次举办“十链百场万企”供需对接会等活动,推动区域优势产业向品牌优势产业转型。联合阿里巴巴等头部平台共建选品中心,为消费名品精准匹配渠道资源与供应链伙伴。组织推动“礼出之江”历史经典与消费名品“进机关、进企业、进园区、进社区、进景点”,举办各类展示展销活动100场。

加强名品名牌宣传推广。在机场、高铁站、高速服务区等重要交通枢纽建设浙里优品馆或设立消费名品展销专区。鼓励品牌持有主体运用短视频、纪录片等形式,讲述品牌故事、工艺传承与技术创新,借助社交媒体、内容平台扩散宣传。支持消费名品企业积极亮相上海进博会、中国国际消费品博览会等高端展会,提升品牌高端影响力与市场认可度。推动消费名品出海,充分利用跨境电商平台、海外合作机构、新媒体集群,支持举办发布会、展销会,拓展海外传播途径和销售渠道。

从人工判别到数智分析

山区隧道施工有了智能军师

本报讯(见习记者 黄馨怡 共享联盟·遂昌 潘雨妍 通讯员 刘美洪程芳美)连日来,义龙高速公路义乌至龙泉段(丽水段)第TJ01标段隧道施工正火热推进。不同于以往工人众多的开挖现场,记者在这里看到——在3名施工人员的操控下,一台台精密智能化设备协同配合、高效运转。与此同时,项目后方的智慧监控中心内,电子屏幕上实时跳动着施工设备采集到的现场数据,供技术人员研判决策。

“智控中心集智能监控、数据分析与应急管理于一体,好比隧道施工的‘智慧大脑’。”项目现场信息化负责人崔泽洋介绍,该中心于2025年9月初建成,设有智能展示大厅、智能建造控

制平台、远程监控中心、隧道工艺流程介绍区、应急救援认知教学及安全体验区五大功能区域。通过智能建造控制平台的显示屏,后方技术人员可以清晰查看开挖里程、施工段落、地质勘探、围岩判别、高清数码图像等前方信息,快速掌握现场施工进度。

义龙高速丽水段是典型的山区高速,拥有全省里程最长、规模最大的隧道群,地形条件复杂,施工难度大。为破解建设难题,该项目引入智能装

备、数字平台,构建起前后方协同联动的智慧建造体系。

“过去十几个人忙半天的钻孔量,现在在一辆智能台车不到两小时就能完成,而且孔位精度更高。”施工人员感叹。

(上接第一版)
“进入高质量发展阶段,进一步激发‘人的创造’成为优化营商环境的命脉所在。”在冯锐看来,人是经济发展中的重要一环,“着眼于人”就是要同步激活人力资本的创新力。

构建一流创新生态之际,要看到人的需求。

当“杭州六小龙”横空出世时,不少人到杭州考察调研,试图找到它们爆火的秘诀,答案无一例外指向当地构建的创新生态。

“这里的业态布局和服务质感,让我找到了归属感。”去年底,一位国家级海外领军人才落户杭州后连连感慨,在当地政府服务下,他不仅快速拿到人才资金补助,还顺利和本地产业完成对接,助力公司走上正轨。

曾几何时,减税降费是吸引经营主体落地的主要手段。如今,当创新成为发展主要推动力,高新技术企业和顶尖人才更看重稳定透明并能自由链接全球创新资源的生态系统。而营造这样的创新生态,要把人的需求放在首位。

未来发展和人口结构新形势下,要格外重视对人的投资。

中央经济工作会议提出“必须坚持投资于物和投资于人紧密结合”。一方面,人力资源素质已成为决定全要素生产率的关键;另一方面,应对人口结构变化也需要加大“投资于人”的力度。

省发展规划研究院副院长潘毅刚认为,“十五五”时期,我国劳动年龄人口面临数量与结构的双重压力,必须以人力资本“质量红利”对冲“数量衰减”。

构建“着眼于人”的营商环境,正是浙江未雨绸缪、主动塑造竞争优势的战略呼应。

让“人的创造力”成为区域竞争新优势

“着眼于人”,就要更加关注“人的创造力”和“人的发展体验”。面向“十五五”,浙江如何构建“着眼于人”的营商环境?

在温州龙湾中国眼谷采访时,泌之源科技总经理陈巍的故事颇具启发。他告诉记者,去年刚落户时,由于不了解当地政策,出于谨慎,他们准备放弃一个意向订单。让他没想到的是,当地相关部门主动上门对接,了解需求,帮助他们顺利拿下百万订单。

“这样的营商环境很暖心,让我觉得政府是懂企业懂市场的。”在陈巍眼里,一流的营商环境,不在于政府提供了多少服务,而是政府是否懂得企业的需求,是否服务到“点子”上。

这对政府职能部门提出了新要求。“学会转换角色。”省发改委体制改革处相关负责人也有感触,过去浙江各级政府部门在推进招投标领域治理改革、加大知识产权保护力度、持续推进涉企问题高效解决、提升中介服务质效、为企业减负等方面做出了不少成绩。新阶段则要换个视角,以市场需求为牵引,从审批管理者转化为懂需求、会赋能的服务者。

有人希望企业被读懂,也有人期待“万类霜天竞自由”。维眸生物政府事务部负责人黄海闯坦言,他们把公司总部迁到温州,就是被当地对研发型企业的态度打动,尽管企业的研发成果还在临床阶段,当地也没“唯产值论”,相反给予了充分的自由和尊重。

“人人来了有事做,人人都能找到自己的价值。”这样的营商环境,是落户浙江创业企业的共同期盼。

事实上,这些年,浙江一直在朝这个方向努力。湖州、温州等地,专门设立民营企业家节,以城市之名礼遇民营企业;在杭州,快递小哥李庆恒凭技能成为“杭州市C类人才”;在台州,全国首部技术工人待遇地方性法规出台,为134万技工提升待遇提供了法治保障……

“要持续深化人才机制全链条改革。”省人力社保厅相关负责人表示,浙江持续深化“企业认定、政府认账”等人才发展体制机制改革,在全国先行先试推进省域技能型社会建设等,就是要让高层次人才的发展需求得到满足,普通劳动者也能找到上升通道,让人人都能在这片土地上找到出彩的机会。

近年来,中国经济从增量时代进入存量时代,市场竞争激烈,企业的生存逻辑也发生变化,急需以创新创造构筑新的竞争力。

然而,如今创新的竞争,早已不是技术、项目或人才的“单项赛”,而是创新体系和创新生态的竞争。

当下,浙江正通过深化教育科技人才一体改革发展,强化科技创新和产业创新深度融合,推动“高校+平台+企业+产业链”结对合作机制等,不断打通从技术到应用的堵点。接下来,浙江还将加强创新全生命周期服务,持续增强创新要素流动集聚能力,着力营造尊重创新、支持创新、包容创新的良好氛围,让“人的创造力”成为区域竞争新优势。

营商环境,归根结底是人的环境。浙江敏锐地捕捉到了这一点,并开始“着眼于人”,在营商环境的高起点上继续提升,让一流创新生态成为浙江最大的吸引力和竞争力。



2月6日,在米兰和平拱门,主火炬被点燃。

新华社记者 孙非 摄