

要 闻

加快打造长三角城市群重要中心城市 努力推动“十五五”开好局起好步——访嘉兴市委书记陈伟

■ 本报记者 沈烨婷

“我们将坚决贯彻落实中央和省委经济工作会议精神,聚焦总书记‘4+1’重要要求和省委‘132’总体工作部署,坚决扛起‘经济大市挑大梁’的责任担当。”12月24日,嘉兴市委书记陈伟接受本报记者专访时表示,嘉兴将加快打造长三角城市群重要中心城市,奋力谱写中国式现代化嘉兴新篇章,努力推动“十五五”开好局、起好步。

12月15日,嘉兴市委九届八次全会提出,“十五五”时期,嘉兴要实现GDP“市域万亿跨越、县域千亿覆盖”,确保基本实现共同富裕取得决定性进展,确保率先呈现基本实现社会主义现代化的市域图景。陈伟表示,五年看头年,2026年是奋进这一目标的开局之年。具体来说,嘉兴要重点抓好8个方面工作:

全力以

赴扩投资、促消费。突出民间投资优先、产业项目优先、科技创新优先,深入实施省“千项万亿”和市“551”工程。深入实施提振消费专项行动,统筹推进商品消费提质、服务消费提升和新型消费培育。

全力以

赴强枢纽、畅循环。以嘉兴南湖机场投运为契机,以通甬高铁、沪杭高铁等重大项目建设为支撑,持续打造“公铁水空”联运枢纽。深度融入长三角一体化,深入推进与上海全面接轨

发展,大力支持嘉善“双示范”建设。坚持贸易和投资、对外投资和招商引资、内外贸3个“一体联动”,持续打好“稳拓调优”组合拳,加快打造长三角高能级全面开放新高地。

全力以

赴兴文化、育新风。传承弘扬历史文化、革命文化,打响“红船起航地、嘉兴醉江南”城市形象品牌,持续做强红色旅游、做优古镇旅游、做美乡村旅游。深化全域文明建设,打造更有精神、更有温度、更有品质、更有风范、更有故事的文明城市。

全力以

赴惠民生、增福祉。深入实施公共服务“七优享”工程,强化人的全生命周期公共服务优质均衡供给,深化共富型大社保体系建设,全面打响“幸福一‘嘉’人”民生优享品牌。坚持“硬件”和“软件”两手抓,加快推动“三优化一提升”各项任务落实落地,持续提升生态环境品质。

全力以

赴强党建、聚合力。全面落实新时代党的建设总要求,坚持以党的自我革命引领社会革命,不断提高党领导经济社会发展能力和水平,积极引导党员干部树立和践行正确政绩观,加快打造新时代红船党建高地和清廉建设高地。

真闹猛

12月25日,杭州吴山广场的特色农产品展销市集人气爆棚,市集聚集了100多个省内外特色摊位,干果蜜饯、酱肉腊味、海鲜水产等一应俱全,成为市民囤年货、品年味的热门打卡点。

本报记者 董旭明 摄



十人获评浙江省“最美外卖骑手” 他们的“好评”在路上 我们的“好评”在心上

政已阅

■ 本报记者 沈吟

在浙江,每天有数十万外卖骑手,带着后箱里的热气,穿梭在城市里。他们奔跑在街头巷尾,连接着千家万户的期待与温暖。他们是你我都见过的身影,却有着我们可能不知道的动人故事。

由省委宣传部、省市场监管局组织的2025年浙江省“最美外卖骑手”选树发布活动近日在杭州举行。孟炫志、王党辉、詹志敏、刘建伟、胡家龙、冯德保、祝玫瑰、李明明、黄毅、裘炼科10位骑手荣获“最美外卖骑手”称号。

在2023年,浙江就进行了全省首届“最美外卖骑手”选树活动,10人获评“最美外卖骑手”。今年是第二届。

为什么浙江要选树“最美外卖骑手”?

浙江是平台经济大省,目前外卖骑手(网约配送员)数量突破100万人。省市场监管局有关负责人表示,希望“最美”的力量能激励更多人在平凡的岗位上发光发热,也希望这座城市能给

予新就业形态劳动者更多的支持和关爱。

这次,通过线上报名和线下各平台、各部门推荐,累计征集候选人164名,他们的平均从业时长为4.5年。经过严格推荐、评审与公示,最终10人脱颖而出。

为什么他们是“最美”?我们能从他们身上读到什么?

敬业,是“最美外卖骑手”身上的显著特质之一。

三百六十行,行行出状元。2024年,全国网约配送员职业技能大赛,孟炫志摘得金牌。这位全国冠军把自己的经验编成“宝典”,带着更多骑手一起提升。他说:“送外卖也是个技术活,干好了,一样是状元。”

在骑手詹志敏的手机里有一个特殊的相册,叫“bug日记”,里面是几百张截图:导航让他“穿墙而过”,小区30栋定位有错误,小区出入口显示过于密集,推荐订单页显示空白……他就像是平台的“啄木鸟”,修正一个个问题,让成千上万骑手的路更好走,也让大家点的外卖送得更顺畅。

外卖骑手深入城市毛细血管,是基层社会治理中不可或缺的新兴力量。

去年1月上旬,绍兴市上虞区百官街道,00后外卖骑手冯德保在送餐路上看见有人落水。0℃的天气里,他没有犹豫,脱下上衣,一头扎入冰冷的河水,把人救上岸后,浑身湿透的他又默默离开,继续送餐。

送的是餐,暖的是心。53岁的祝玫瑰,是这次获评的10人中年纪最大的一位,也是杭州市西湖区助老送餐队里唯一的女队员。从文一路溪畔花园大食堂到西溪街道,祝玫瑰要为20多位独居老人送去热腾腾的午餐。

送餐时,她总会多看一眼、多问一声。有一天送餐,祝玫瑰敲了几次门,老人迟迟没应。她心里一紧,立刻拨通了老人儿子的电话。家属赶来,发现老人摔倒在地,好在送医及时。凭这份细心,她两次及时发现意外情况。如今,她的手机里,存着二十多位老人子女的电话。

在嘉兴,胡家龙的电动车像“百宝箱”,不仅装着餐盒,还常备灭火器、急救包。七年里,他三次冲进火场救火,还带着80多个骑手兄弟一起学消防,成了街坊邻居心里的“平安守护神”。

在富阳,骑手们都认识外卖骑手党支部书记裘炼科。谁家孩子上学遇到难

题,谁送餐不小心碰了东西要赔偿,大家第一个就想到“找裘哥”。他说:“真心实意把大家的事办好,才能赢得大家的认可,党支部也才有凝聚力和向心力。”

还有在无声世界里努力奔跑的黄毅;主动监督餐饮后厨、守护“舌尖安全”的李明明;在无人车驶来的浪潮中率先拥抱变革的刘建伟;在网上开直播、用“移动课堂”帮新手骑手解疑答惑的王党辉……“最美外卖骑手”的故事,发生在我们每天经过的街道、点餐的餐厅、居住的小区里。

他们的故事各异,却共同诠释了“敬业之美”“奉献之美”“向善之美”“创新之美”。从提升职业本领到投身公益善行,再到参与社会治理,他们清晰地勾勒出一条新就业群体个人成长与时代发展同频共振的轨迹。

无数个骑手奔跑的身影,连接起我们热气腾腾的美好生活。而当越来越多的骑手将城市温柔地装进心里,城市也正温柔地拥抱这群奔跑者。

浙江全省推广“浙里小哥码”,让门禁识别出他们不是陌生人,而是提供服务的伙伴;建设“暖心驿站”,为骑手喝水、歇脚、充电筑起一个港湾……这或许就是美妙的回响。

这一战略,其实也是延续了洁丽雅的品牌升级传承。父亲石昌佳20年前以“毛巾就要洁丽雅”,将品牌与品类强绑定;哥哥石磊执掌时提出“生活就要洁丽雅”,推动品牌向全家居品类拓展。轮到石磊,这个时代洁丽雅要和什么画上等号?他的答案是:新疆棉。

“这一战略,最早源于企业积淀。”石磊告诉记者,早在2011年6月,洁丽雅就紧随浙江省对口援疆的足迹,开展棉花产业布局,陆续斥资27亿元在当地建设3000亩全产业链基地。

这一转型成效显著:数据显示,带“新疆棉”词条的产品搜索转化率飙升。“消费者愿为‘洁丽雅+新疆棉’买单,说明我们的品牌心智已经建立起来了。”石磊分析。

持续建设更高水平平安浙江法治浙江

本报杭州12月25日讯(记者王啸 钱祎)25日,记者从2025年度省委政法委员会第十次全体会议上获悉,我省将更加注重法治与改革、发展、稳定相协同,持续推进平安浙江法治浙江建设,打造更多具有浙江辨识度的标志性成果,为推动高质量发展建设共同富裕示范区取得决定性进展、率先呈现基本实现社会主义现代化生动图景提供坚强的安全保障和法治保障。

2025年是“十四五”规划收官之年。我省有效应对各种冲击挑战,全省经济运行保持稳中有进、向新向好的良好态势,社会大局保持和谐稳定,推动党和国家事业取得新的成就。这离不开政法机关的保驾护航。

接下来,我省将对标全局完善“十五五”规划,立足于特殊的方位、形势和使命,以走前列、作示范的标准要求研究编制规划;紧扣标志性成果完善规划,把这些年来行之有效的经验做法延续好、集成好、深化好;根据新形势新要求,继续推进实践创新、理论创新、制度创新;以政法队伍数字化改革为动力,以政法队伍建设为保障,更加注重保障和促进社会公平正义;正确处理平安和法治的关系、发展和安全的关系、整体和重点的关系,把法治作为平安建设的压舱石,把平安作为法治建设的检验场,在一体推进平安建设、法治建设上迈出新步伐、取得新成效。

我省加强高校党外代表人士队伍建设

本报杭州12月25日讯(记者沈吟 通讯员 戚梦梦)25日,全省高校党外代表人士队伍建设座谈会在杭召开。高校党外知识分子集聚,是高层次人才成长的摇篮,是培养和选拔党外代表人士的重要基地。会议指出,要从坚持和发展中国特色社会主义政治发展道路的战略高度,以有序推进党外代表人士队伍新老交替的战略思维,提前谋划、全面部署、长期培养,共同涵养党外代表人士队伍建设“源头活水”,推动形成党外代表人士队伍人才辈出、人尽其才、才尽其用的生动局面。

各地各高校将提高政治站位,深刻认识加强高校党外代表人士队伍建设是贯彻落实习近平总书记关于做好新时代党的统一战线工作的重要思想,党的二十届四中全会精神的重要举措,是贯彻落实统

战工作责任制的现实要求,是加快打造新时代多党合作高地的迫切需要。坚持问题导向,紧扣党外代表人士队伍建设“选育管用”各个环节,拓宽选人视野渠道,加大教育培养力度,健全完善工作机制,强化平台保障支撑,切实解决重点难点问题,有序推进高校党外代表人士队伍新老交替,为新时代爱国统一战线提供坚强组织保障和人才支撑。全面落实统战工作责任制,着力拧紧责任制落实的闭环链条,着力强化责任制落实的机制保障,着力打通责任制落实的难点堵点,推动统战工作责任制从有形覆盖向有效覆盖转变,助力高校党外代表人士队伍建设迈上新台阶。

浙江大学、中国美术学院、浙江工业大学、浙江农林大学、浙江工商职业技术学院等5所高校作交流发言。

民进省委会召开全会

本报杭州12月25日讯(记者沈吟)25日,民进浙江省十一届六次全会在杭州召开,听取和审议常务委员会和内部监督委员会工作报告,表彰年度工作先进。

一年来,民进省委会坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,扎实开展“学规定、强作风、树形象”主题教育,统筹推进民进80周年会庆和会史工作主题年工作,强化自身建设,成立浙江民进网络代表人士联谊会,开展“走基地、忆先贤、话初心、庆华诞”主题活动320余场;积极履职尽责,全年编发社情

民意信息1254期,各项工作取得新成果。省委会荣获民进全国会史工作先进集体和民进中央组织、参政议政、社会服务、机关建设4项工作单项先进表彰。

2026年,全省民进各级组织将聚焦高质量发展建设共同富裕示范区核心任务,以社会服务工作主题年为抓手,按照“明道、笃行、聚力、求新”总体要求,不忘初心、奋发有为,全面提升履职能力,用实际行动在奋力谱写中国式现代化浙江新篇章的新征程中作出更大贡献。

会前,省委会还召开了庆祝中国民主促进会成立80周年大会。

以法治力量守护文化根脉

本报杭州12月25日讯(记者 吴柯沁 通讯员 阮家骅)25日,浙江省检察院举办主题为“以文化建设赋能检察履职,为护航共富浙江贡献更大力量”的新闻发布会,发布近三年全省检察文化建设成果。

三年来,浙江检察机关把文化建设融入法律监督全过程,以法治力量守护文化根脉,净化文化生态,促进文化产业发展。

在文物和文化遗产保护方面,检察机关依法办理了周某某等13人盗掘古文化遗址案、世界灌溉工程遗产保护专案、督促保护京杭大运河历史文化街区行政公益诉讼案等,其中12个案件入选最高检文物和文化遗产保护公益诉

讼典型案例。累计办理文物和文化遗产保护公益诉讼492件,起诉倒卖、盗掘文物等犯罪210人,推动保护各级文物保护单位324处。

在文化环境治理方面,检察机关持续依法惩治网络暴力、“水军”造谣等行为,办理杨某某等人操纵“网络水军”传播虚假信息典型案例,近三年起诉利用网络实施犯罪685人,推动构建清朗有序的网络文化空间;在文化产业保护方面,浙江检察严惩非法出版传播、经营非法影视网站、盗录影视作品行为,起诉侵犯文化产业领域著作权犯罪695人,7件案件入选最高检知识产权保护典型案例。

宁波舟山港海铁联运年业务量首破200万标箱

本报宁波12月25日电(记者王凯艺 通讯员 余明霞 徐国飞)截至25日18时,宁波舟山港集装箱海铁联运今年业务量已突破200万标准箱,同比增长11.4%,创下历史新高。这一跨越,标志着该港海铁联运业务量连续7年稳居全国港口第二位,外贸集装箱海铁联运量持续领跑全国,陆海联动枢纽能级实现新的突破。

模式创新是业务增长的核心引擎。近年来,宁波舟山港推出“铁海快线+国际快航”的“双快”物流模式,实现

“门到港”全程无缝衔接,让国内制造业集群货物高效出海;与此同时,通过深化海铁联运“一单制”改革,最大程度降低企业贸易物流成本。值得一提的是,义乌、南昌、重庆3条铁水联运线路入选国家级典型案列,示范效应持续释放。

今年,该港又相继开通武汉海铁联运快速班列、合肥派河图定循环班列,进一步缩短货物在途时间。“浙江B港通”模式的融合提级,为全国26个站点的内陆企业提供“属地报关、无感通关”便利,通关效率再次提升。

格把控个人形象与品牌调性的统一。”

经过石磊3年多的布局与深耕,如今,洁丽雅线上线下销售占比已达1:1,彻底改变了过去依赖线下的单一格局;床上用品、一次性洗脸巾、针织内衣等新品类的爆发,也带动品牌销售规模实现跨越式增长,目前毛巾浴巾在整体线上销售中的占比已低于50%。

从初期“小步快跑”的品牌推进策略,到接住短剧爆火的流量红利,石磊在“战略稳定”与“战术灵活”之间,找到了属于老品牌的新节奏。

“市场有潮起潮落,时代不停歇。于我而言,最珍贵的是定力与坚持。因为洁丽雅要走的,是百年的征途。”石磊的自信,源于对品牌传承的敬畏,更来自对实干的笃信。

(上接第一版)
“当时想着,搭着这些IP的热度,我们的产品肯定能大卖。”石磊说。

现实却是沉重一击。真金白银砸出去之后,经销商和终端市场反响平淡,产品销量远低预期,还囤积了一大批库存。

在那段比较低谷的时期,哥哥石磊找他坐下来聊了一次。石磊还记得,哥哥没有责备,更没有为难,而是语重心长地提醒自己要注意具体的问题,在决策上要有更成熟的心态。

石磊调整心态,拉出数据详细复盘。他恍然大悟:愿意为IP联名产品买单的客群,跟当时的终端用户完全是两拨人。

彼时洁丽雅的销售大盘,95%以上的业绩依靠线下经销商分销实现。而这

些长期合作的经销商对新兴IP认知不强,对联名产品本就缺乏信心;更关键的是,通过这些线下渠道购买产品的终端消费者,年龄普遍偏大,对IP联名这种年轻化的营销模式感知度很低。
“年轻化的方向没有错,错在没有把合适的产品送到合适的人手中。”石磊总结道。这次交了“巨额学费”的试错,让他果断调整战略,将工作重心全力转向线上市场的拓展与深耕。

“我在试错里交了不少学费,也在这个过程中越来越独立成熟。”石磊说,支撑他不断向前的核心,有乐观积极的心态,也有发自内心的自驱力。但归根结底,这份敢闯敢试的底气,很大程度上来自父亲和哥哥给予的包容与支持,尤其得益于“战略上高度统一,战术上有极大

试错空间”的良性氛围。

如今,面对更年轻的后辈,石磊也学着父辈的样子,给予他们更大的包容度和成长空间,“我想,这就是传承最动人的地方。”

讲好新故事

接手拥有近40年历史的老品牌,如何为年轻人讲好新的故事,是石磊接班后的核心挑战。

采访当天,石磊刚结束密集出差,却精神饱满——今年他带队推出融合中国文化的“国色”系列。“现在是文化自信的年代,输出有温度的内容,才是中国生活方式品牌的正途。”他对品牌年轻化有着清晰判断。