



文化地标赋能城市文旅新活力

舟山晚报

□郑英律

02

新观察

2024年12月19日 星期四 责任编辑 裴驰宇 版式设计 虞君明

“沈家门”这个地标出圈了

造地标、搞文创，舟山年轻人正在创造新的城市文化景观

最近，许多路过沈家门渔港的市民和游客发现，渔港文旅驿站岛与书房的灰砖外墙上，出现了“沈家门”三个大字，白底红字，由近3000个渔业养殖浮球组成，颇具海岛风情。这个创意作品成了沈家门渔港的又一网红文化地标。

站在渔港门口，把“沈家门”三个大字作为背景，拍摄一张完美的沈家门渔港打卡照，成为许多游客的首选。这个创意作品成了沈家门渔港的又一网红文化地标。站在渔港门口，把“沈家门”三个大字作为背景，拍摄一张完美的沈家门渔港打卡照，成为许多游客的首选。这个创意作品成了沈家门渔港的又一网红文化地标。

他们为沈家门打造了一个新地标

12月18日，记者来到沈家门渔港，在渔港文旅驿站岛与书房的灰砖外墙上，近3000个渔业养殖浮球组成了一幅巨大的“沈家门”三个大字。白底红字，极具海岛风情。这个创意作品成了沈家门渔港的又一网红文化地标。



工人在舟山渔港文旅驿站岛与书房外墙上安装“沈家门”三个大字。



沈家门渔港举办的灯笼节活动。



舟山年轻人设计的文创产品，如明信片、书签等。

舟山年轻人正在创造新的城市文化景观

除了“沈家门”三个大字，舟山年轻人还在渔港周边打造了多个文化地标。他们利用废旧渔网、渔具等，制作成各种文创产品，如明信片、书签、帆布袋等。这些产品不仅具有实用价值，更承载了渔港的历史和文化。

“渔”味的舟山文创

舟山年轻人正在创造新的城市文化景观。他们利用废旧渔网、渔具等，制作成各种文创产品，如明信片、书签、帆布袋等。这些产品不仅具有实用价值，更承载了渔港的历史和文化。



舟山年轻人设计的文创产品，如明信片、书签等。

“渔”味的舟山文创

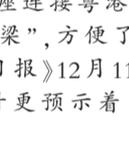
舟山年轻人正在创造新的城市文化景观。他们利用废旧渔网、渔具等，制作成各种文创产品，如明信片、书签、帆布袋等。这些产品不仅具有实用价值，更承载了渔港的历史和文化。



舟山年轻人设计的文创产品，如明信片、书签等。

“渔”味的舟山文创

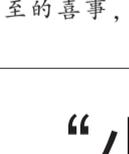
舟山年轻人正在创造新的城市文化景观。他们利用废旧渔网、渔具等，制作成各种文创产品，如明信片、书签、帆布袋等。这些产品不仅具有实用价值，更承载了渔港的历史和文化。



舟山年轻人设计的文创产品，如明信片、书签等。

“渔”味的舟山文创

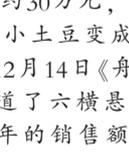
舟山年轻人正在创造新的城市文化景观。他们利用废旧渔网、渔具等，制作成各种文创产品，如明信片、书签、帆布袋等。这些产品不仅具有实用价值，更承载了渔港的历史和文化。



舟山年轻人设计的文创产品，如明信片、书签等。

“渔”味的舟山文创

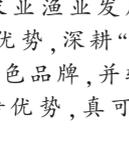
舟山年轻人正在创造新的城市文化景观。他们利用废旧渔网、渔具等，制作成各种文创产品，如明信片、书签、帆布袋等。这些产品不仅具有实用价值，更承载了渔港的历史和文化。



舟山年轻人设计的文创产品，如明信片、书签等。

“渔”味的舟山文创

舟山年轻人正在创造新的城市文化景观。他们利用废旧渔网、渔具等，制作成各种文创产品，如明信片、书签、帆布袋等。这些产品不仅具有实用价值，更承载了渔港的历史和文化。



舟山年轻人设计的文创产品，如明信片、书签等。

最近，许多路过沈家门渔港的市民和游客发现，渔港文旅驿站岛与书房的灰砖外墙上，出现了“沈家门”三个大字，白底红字，由近3000个渔业养殖浮球组成，颇具海岛风情。这个创意作品成了沈家门渔港的又一网红文化地标。

提起一座城市，人们往往会与与之相关的文化地标相连，像刚建成的定海古城东城门城墙、朱家尖观音法界、岱山鹿栏晴沙祭海坛……这些文化地标，成为展现城市形象、提升城市文化品位、促进文旅融合发展的有效载体。

一个建筑或一种标识，之所以能成为一个地方的文化标识，是因为其中融合了历史文脉和地域特色，进而能引发人们的情感共鸣。以这个“沈家门”网红地标为例，当地政府在沈家门渔港中心段用养殖浮球制作出“沈家门”大字，渔文化气息扑面而来，再加上灰墙白底红字的色调搭配，更映衬出这个古老渔港的历史底蕴。

打造文化地标，要坚持以人为本，注重实用价值，为群众提供实质的文化内容和服务。新城海湾公园成为市民健身休闲好去处，普陀大剧院获评“首届浙江省最美公共文化空间”，岱山东沙古渔镇弄堂节营造了非遗绽放和千人共宴交相辉映的盛景……这些人人可享、人人乐享的文化地标，提升了城市文化品位，也让民众有更多文化获得感。

让文化地标更好赋能城市文旅新活力，一方面，需要有关部门履行好职责，做好事前监督，加强决策的透明度和民主化，严格备案把关和日常监管。另一方面，需要企业投资建设科学论证、依规进行，防止乱建滥造、破坏自然风貌、片面追求外观形象。

让电动自行车充电回归公益属性



扫一扫，下载舟舟客户端

关于电动自行车充电，舟山即将调整收费标准！

舟舟

2024-12-14 19:24 1.3万阅读

日前，我市印发《关于做好电动自行车充电收费行为规范工作的通知》，舟山电动自行车充电设施充电费用有了明确规范，自2025年1月1日起，该项费用将实行“价费分离”政策。

居民住宅小区内电动自行车充电设施电价表

电压等级	不执行峰谷分时电价	执行峰谷分时电价	
		高峰时段 (8:00-22:00)	低谷时段 (22:00-次日8:00)
不满1千伏合表	0.558	0.588	0.308
1-10千伏及以上合表	0.538	0.568	0.288

网友热议

- 139***887 来自浙江宁波 12月15日 23:52 点赞
规范化
- 叁哥 来自浙江舟山 12月15日 21:04 点赞
减轻群众充电负担
- 晨兮155***170 来自浙江舟山 12月15日 21:04 点赞
分离后价格一目了然了

□雷予晖

日前，我市印发《关于做好电动自行车充电收费行为规范工作的通知》，自2025年1月1日起，舟山电动自行车充电设施充电费将规范收费，实行“价费分离”政策。

随着全社会对电动自行车充电安全的重视，越来越多的小区装上了集中充电桩，不上楼充电、不飞线充电也成为很多市民的共识。可电动自行车收费有点乱、有点贵却让市民闹心。比如，有的投币计费，无论充电多少都笼统一笔账——概不退款；有的虽按时计费，但按电瓶容量算，收取的费用比正常耗电量要贵出好几倍；有的设置门槛，想充电还要先充值；有的默认勾选保险费，一元充电费要支付一毛。这种电动自行车充电收费上的“糊涂账”，损害了群众利益，也不利于推行电动自行车规范充电。

电动自行车已成为非常普及的民众代步工具，其充电安全也是社会治理的大事，因而电动自行车充电应以满足公众需求、最小化利润为出发点。电动自行车充电收费实行“价费分离”，按充电电费和电费两项计费，明码标价，严格执行电价政策，这是回应群众关切，让户外充电设施回归公共服务属性和民生属性的得民心之举，期待其普惠和减费效果带给民众实实在在的获得感。

让电动自行车充电回归公益属性，还需加大公共充电设施建设力度。无论是从电动自行车充电设施布局现状看，还是从满足群众需求愿望看，或是从实行“价费分离”后市场力量可能减弱的趋势看，都需要借助公共力量，将电动自行车充电设施纳入基础社会建设，加大力度、继续扩面。这是公共服务的重要方面，也是提升城市治理水平的题中之义。

可喜的“起飞”

□一歌

“舟山—香港”定期航线开通满月，已经执飞30架次，进出港3585人次，客座率保持在64%左右。这座连接粤港澳大湾区和长三角的全新“空中桥梁”，方便了旅游、商贸以及人文交流（《舟山日报》12月11日报道）。新航线客座率稳中有升更预示着良好前景，实在可喜可贺。

机场也是观察一座城市活跃度、开放度的一个窗口。不难发现，普陀山机场越来越“大”的“航迹”一直与舟山跨越式发展轨迹同频共振。11月7日，“舟山—香港”定期航线开通；11月13日，全国首个大宗商品资源配置枢纽落地浙江。这两件接踵而至的喜事，都预示着舟山在更高

发展平台上的起飞。

香港与舟山有着割不断的历史渊源。如今香港是全球第四大船舶注册地，也是众多国际航运巨头的亚洲总部所在地，而舟山则是全球重要的大宗商品中转储运港、外轮修船基地、远洋渔业基地，每年约有1.2万人次外籍船员在舟山换班。舟山直飞香港，有益于促进两地融合发展，尤其是优化舟山海事服务产业。

“舟山—香港”直飞一月已成“热线”，这是一个好兆头。随着大宗商品资源配置枢纽建设的推进，舟山在参与国内国际双循环中的地位和作用必将日益彰显，航空事业也需要不断腾飞。舟山除了和香港直航，今后一定会开通更多的直达航线。从这个意义上说，眼下的“起飞”也是意义深远的“试飞”。

“小产品”可做“大文章”

□李海州

六横五里村今年累计销售土豆约5万公斤，帮助村民增收约30万元，带动了当地100余户村民增收致富，小土豆变成了名副其实的增收致富“小金豆”（12月14日《舟山晚报》）。记得上个月，媒体曾报道了六横悬山村“釜遇悬山”共富工坊，预计今年的销售额在200多万元，村里集体经济收入二三十万元，80多个村民每人能增收一万多元。小土豆、鱼鲞这样的“小产品”，成为六横带动农民增收致富、促进乡村全面振兴的重要举措。

像六横小土豆、鱼鲞这样的小产品“出圈”，说明六横在农业渔业发展上利用独特生产条件、乡村资源优势，深耕“差异化”“特色化”，充分打造乡土特色品牌，并转化为产品优势，塑造出自己的竞争优势，真可谓“小产品”有“大文章”可做。

“土特产”开始时都是微不足道的“小产品”，深入发掘乡村“土特产”时，我们需要明确，每个乡村地区都有其独特的自然资源、人文传统及生产工艺，土特产开发要精准定位，凸显地域文化特色，形成鲜明的地域标签；要讲好品牌故事，传递情绪价值，让消费者产生共鸣，激发消费者购买欲望；还要创新营销，拓宽销售渠道，通过短视频、直播等形式展示产品制作过程和乡村风光，吸引消费者关注。

从微观视角看，小土豆、鱼鲞这样的产品很“小”，但从宏观角度看，它们作用很大，是“大产业”链条上的重要一环，完全可以在“旅游+”“生态+”“文化+”等上面做文章，发展生态旅游、民俗文化、休闲观光等业态，发挥举足轻重的作用。我们期待舟山有更多“小产品”被“激活”，一个个特而优、特而美、特而强的“小产品”，推动乡村产业链条升级，更好助力乡村全面振兴。