

“甜蜜经济”绘就海岛美好画卷

舟山晚报

意活动为笔,将“甜蜜”勾勒成经济转型的鲜明底色,探索出一条“小而美”“美而精”的甜蜜经济发展路径。

舟山发展甜蜜经济,具备得天独厚的优势。独特的海岛生态与文化基因是首要优势。花鸟岛灯塔、枸杞岛海上牧场、莲花洋婚登服务中心等自然人文景观,天然蕴含浪漫气息。在“520”集体婚礼中,新人以潮汐、灯塔为证许下誓言,将“海誓山盟”化为可触摸的现实场景,带来沉浸式体验感。舟山独有的渔民婚俗、渔歌文化,为甜蜜经济注入深厚文化底蕴,形成差异化竞争力。政策创新与产业升级同频共振的优势显著。数据显示,自2024年起,舟山推出产业支撑、平台搭建、婚恋安居、教育保障四方面12条专项举措,累计服务婚恋需求1.3万余人次。

甜蜜经济是舟山在“双碳”目标下探索海岛经济转型的重要实践。以情感价值为核心的发展模式,激活了海岛资源的乘数效应,重塑了城乡要素流动逻辑。近年来,舟山旅游收入中“婚恋经济”贡献占比显著,带动相关产业增收的趋势明显。这种“小而美”的甜蜜经济,将地理上的“距离感”转化为心理上的“神秘感”,把“小体量”塑造成“精致感”,也为海岛乡村振兴提供了新路径。

当浪漫从短期的节庆活动升华为可持续的产业生态,当爱情从个人的情感叙事转化为城市发展的动力引擎,恰如学者所言:最优的营商环境,是让人才在此找到事业与爱情的双重归属;最美的经济图景,是让每个来到这里的人,都能收获属于自己的甜蜜与希望。

凡人善举 为城市文明注入力量



扫一扫,下载竞舟客户端

点赞! 旅游大巴上一女孩被糖卡喉,他出手了……

竞舟 2025-5-23 15:59 1.4万+阅读

一辆疾驰的大巴车上 一场与时间赛跑的应急救援 关键时刻 他挺身而出、勇敢出手!

旅游大巴上一女孩被糖卡喉 情况危急
舟山导游迅速上前 几秒解除危机
学会海姆立克急救法 关键时刻能救人



网友热议

读友_WZKGP7 来自浙江舟山 5月24日 20:33 为他点赞

阳洋 来自浙江舟山 5月24日 17:18 勇敢救人的胡高杰

兵哥

5月22日,舟山开往丽水的大巴车上,一女童被糖果卡喉,危急时刻,导游胡高杰立即运用海姆立克急救法,经专业背部叩击,5秒内成功吐出异物,解除危机(5月24日《舟山晚报》报道);5月19日,公交229路司机夏宏斌在沈家门大蒲湾站,遇老人手卡扶手,迅速用洗洁精润滑助其脱困(据5月21《舟山晚报》)。

行虽微小,善心乃大。导游胡高杰、公交司机夏宏斌,热心助人解除危情,虽说事不大,却为舟山的文明“森林”增添了一抹绿色。近年来,舟山各行各业助老扶幼、拾金不昧等平凡小事不断涌现,越来越多的市民主动加入为社会、为他人服务的志愿者队伍中,他们用行动赋予人间每一份温暖和感动,汇聚成推动社会前进的精神力量。

德不厌小,点滴滋润;善不拒微,聚沙成塔。时代的进步需要深入人心的道德力量来引领,“好人文化”是这个时代平凡、朴素的精神,也是这个时代深沉、持久的力量。

一段时间以来,各种文化形态和思想意识交织激荡,拜金主义、功利主义和利己主义有所抬头,一些行为失范、道德滑坡的典型事例令人心痛。德不孤,必有邻。进入新时代,需要凝聚更多的榜样力量,需要让那些凡人善举更好地带动和影响社会的道德新风尚。

凡人善举,最为动人。一个良善的社会,离不开道德力量的支撑。普通民众的善举,是最为坚实的道德基石。在现实生活中,如果每个人都身体力行地去帮助他人,自觉践行社会主义核心价值观,城市就会更文明,社会就会更和谐。

2025年5月28日 星期三

02 生活家

以潮汐为媒 以群岛为证 11对新人在花鸟岛开启“旅行婚登”新风潮

5月20日,“520”浪漫情人节与爱情相关,不少年轻人在这座日子留下浪漫的印记。今年5月,“520”浪漫情人节与爱情相关,不少年轻人在这座日子留下浪漫的印记。

5月19日上午,一场以“爱的约定”为主题的集体婚礼在花鸟岛婚登服务中心举行,11对新人在这里许下爱的誓言,开启“旅行婚登”新风潮。



婚登2000公里的“山海之约” 把婚证变成“爱情打卡” 浪漫从短期的节庆活动升华为可持续的产业生态,当爱情从个人的情感叙事转化为城市发展的动力引擎,恰如学者所言:最优的营商环境,是让人才在此找到事业与爱情的双重归属;最美的经济图景,是让每个来到这里的人,都能收获属于自己的甜蜜与希望。

“我们从小在舟山上长大,对大海有着特殊的感情。‘520’浪漫情人节,我们选择在花鸟岛婚登服务中心举办婚礼,是因为这里有着最美的风景和最浪漫的氛围。在这里,我们许下爱的誓言,开启‘旅行婚登’新风潮。我们将婚证变成‘爱情打卡’,让每一次旅行都成为一场浪漫的旅程。我们希望,通过我们的努力,能让更多的年轻人在这里找到属于他们的爱情。”

一个人的誓言,两个人的奔赴 “520”浪漫情人节,我们选择在花鸟岛婚登服务中心举办婚礼,是因为这里有着最美的风景和最浪漫的氛围。在这里,我们许下爱的誓言,开启‘旅行婚登’新风潮。我们将婚证变成‘爱情打卡’,让每一次旅行都成为一场浪漫的旅程。我们希望,通过我们的努力,能让更多的年轻人在这里找到属于他们的爱情。”

阿蒲

刚刚落幕的“520”浪漫情人节,见证了一座海岛城市与爱的双向奔赴。这座城市以系列创

一歌

最近,多名网友反映我市部分公交车路线、站点设计、防雨设施等问题,晚报也多有相关报道(《舟山晚报》5月23日)。公交站点缺雨棚之类的问题一直存在,为何现在计较的人多了?这多半是因为,随着城市越来越美,人们对优质体验的需求也水涨船高。公交公司多听听网友反映,着实有好处。

怎样的候车亭才让人满意?应该非BRT莫属。日晒不到,雨淋不到,还有座位,多好。可即使如此,笔者在BRT畚金花苑站候车时也时时感到不满意。因为,往新城方向有很多公交线路可以选择,而一旦选择在BRT候车,就只能眼巴巴看着其他适合的公交车从眼前驶过,从而延长了候车时间。

李海州

近日,嵊泗一组以海鲜为原型的毛绒文创玩偶火遍全网。“老熏”“小蛤”等“海鲜天团”凭借萌趣造型和职场打工人的人设,不仅成为社交平台打卡热点,还通过“海鲜过家家”的互动体验,让消费者在购买时享受“烹饪”玩偶的趣味过程(据5月19日《舟山晚报》报道)。在文旅消费升级的背景下,成功的产品已从功能竞争转向“情绪价值”的较量。

从消费心理看,文旅消费的本质是情感体验。当物质生活水平提升后,游客对文旅产品的需求早已超越“看风景、买特产”的基础层面,转而追求情感共鸣、趣味互动与记忆留存。如嵊泗海鲜玩偶通过拟人化IP设计,让游客在

候车厅真该好好建

BRT畚金花苑站左右两边不远处各有一个公交站点,假如能整合在一处,既能方便乘客自由选择不同线路公交车,也能解决其他两个站点缺雨棚的问题。BRT候车厅造价高、条件好,为什么不能让其他线路公交车共享呢?在新城体育路,BRT候车厅还和其他线路候车厅紧挨着,这就更令人匪夷所思了,难道不可以合二为一吗?

舟山公交线路越来越完善,乘坐体验也越来越好,这应该与公交公司不断听取市民意见不无关系。进一步优化公交站点布局,把该省的省下来,把该花的花出去,就一定能更好地解决日晒雨淋问题。候车方便了,乘车舒服了,公交车就会成为更多人的日常出行首选。如此,城市交通就会越来越低碳、越来越畅通。

文旅产品开发 须注重“情绪价值”

“过家家式”体验中产生情感投射,这种情绪满足感正是产品破圈的关键。

如何做好文旅产品的情绪价值输出?文旅产品的情绪价值必须深植于在地文化基因,开发者需用年轻化视角重新诠释传统和地域文化。情绪价值的传递需依托可感知的场景,通过互动体验让用户获得参与感与成就感。情绪价值需长期运营,而非一次性消耗,要让文旅产品从“网红”变为“长红”。

嵊泗“海鲜天团”的走红证明,当文旅产品不再是冰冷的商品,而是能带给消费者带来快乐、治愈、社交认同等情感满足。未来,开发者需更关注消费者的心理需求,用情绪价值激活文化符号,实现从“卖产品”到“卖体验”的跨越,唯有让用户“心动”,才能让文旅产品“长红”。