

集聚资源凝聚力量推动高质量发展

海客谈 | 阿培

近日,市政府印发《关于推动经济高质量发展若干政策(2026年版)》(以下简称《若干政策》),统筹推进八大领域40条支持政策,市级财政2026年预算安排资金支持总额122.33亿元(除交叉重叠部分外),持续激发经营主体活力,提振市场信心(据《舟山日报》2月27日报道)。全市新春第一会吹响战鼓,政府《若干政策》精准发力,“十五五”开局之年春潮涌动。

当前,舟山推进现代海洋城市建设蹄疾步稳,大宗商品资源配置枢纽建设风生水起,高质量发展呈现出厚积薄发、蓄势腾飞的良好态势。《若干政策》宛如“春天里的一把火”,在打造更高水平海洋科技创新港、加快先

进制造业发展、推进服务业扩容提质和消费转型升级、推进世界一流强港和交通强省建设、推进高水平对外开放、全力扩大有效投资、推进城乡一体融合高质量发展、保障和改善民生等事关经济高质量发展的重点领域形成燎原之势。

政策就是导向,政策就是推力。如围绕打造更高水平海洋科技创新港,《若干政策》明确,深化高等教育与产业融合发展,推动在舟高校学科专业调整,支持关键和共性技术协同攻关,鼓励产学研协同创新,支持海洋科创平台体系建设,推动市县(区)共建船舶与海工、高性能合成材料、海洋生物医药、海洋新能源等产业创新中心,激励多元主体加大研发投入,根据企业研发投入情况给予最高100万元补助。如此

精准滴灌,必将催生更多创新火花,让海洋科技创新的“源头活水”奔涌不息。

“有形之手”强力推动,财政资金强劲“输血”,超百亿元的真金白银投向经济社会发展的关键领域、薄弱环节,其撬动作用、乘数效应值得期待。每一笔资金都将化作滋养实体经济的“及时雨”,每一份赋能都将成为激发市场活力的“强心剂”。以只争朝夕的紧迫感,推动政策直达快享、应享尽享,让政策红利从“纸面”落到“地面”,必将形成项目建设的加速度、增进人民群众的获得感。

此次政策调整优化,释放出“集中资源办大事”的强烈信号。紧扣“十五五”开局的发展要求,围绕展现中国式现代化海洋城市新画卷目

标,将资源集中投向构建海洋特色现代化产业体系、建设大宗商品资源配置枢纽、提振消费及公共服务一体化等重点方向,这种聚焦聚力、靶向施策的政策取向,彰显了市委市政府立足当下、着眼长远的战略定力,有利于形成推动高质量发展的强大合力。

发展为了人民,发展依靠人民。发展经济,人民群众是直接受惠者,也是有力推动者,每个人都是舟山高质量发展图景中的主角。在《若干政策》实施过程中,还须倡导人人都是营商环境、人人都是开放形象,营造“人人关心发展、人人参与发展、人人作贡献”的浓厚氛围,让全社会充分迸发创新创业的活力,更加充分地集聚资源凝聚力量推动高质量发展。

迎接“错峰游” 谋划“常态游”

点滴录 | 周沫

年味逐渐散去,旅游市场却并未归于沉寂。随着机票、酒店价格回落,“错峰出游”正当时。据《舟山日报》2月27日报道,自由职业者和中老年人群成为节后出游主力军,部分旅行社3月初订单跟团游客同比增长约30%。迎接“错峰游”,谋划“常态游”,全域旅游有望四季精彩。

春节旅游市场固然火爆,但人山人海的拥挤也让很多人心有余悸。真正的旅游品质,更体现在平日那份不疾不徐的从容,这也是人们热衷于“错峰游”的理由。其实,除了自由职业者、中老年人,更多上班族也同样有条件参与“错峰游”。交通日益便捷,双休日就能“打卡”一座城市,更可利用休假从容游。春节后“错峰游”升温,传递出满满的市场信心。

舟山是闻名遐迩的旅游目的地,近年来全域旅游风生水起,但也存在淡季现象。旅游旺季的交通拥堵、景区拥挤、客房涨价难降低游客的获得感,让旅游资源不堪重负。只有削峰填谷推进“常态游”,实现一年四季皆有风景、皆可游玩、皆能留客,才能提升旅游品质,进一步做大旅游经济蛋糕。

引导“错峰游”,正是探索“常态游”的开端。春节过后,除了机票、酒店价格回落,还可以推出更多优惠措施。同时,完善基础设施,丰富旅游业态,提升服务品质,让游客获得超值享受。更加宜居宜游的舟山,就是“常态游”最好的广告。

春江春暖“客”先知。趁着“错峰出游”的热度,各大景点应将“忙碌游”转变为“品质游”,用心接待每一位踏春而来的游客。美丽乡村也应纷纷动起来、热起来,及时开启“春天里的浪漫”。每一朵浪花都值得奔赴,每一个日子都适合出游,舟山旅游必将风光无限。

新学期开学要张弛有度

海客谈 | 李海州

3月4日,我市中小学生开启新学期。开学原本是学校寒假结束、校园重开的常规工作。但细想之下,又不寻常:教育部今年在新春第一会上部署,“健康第一”要贯穿教育教学全过程。那么如何在新学期开学中,真正落实“健康第一”呢?笔者以为,既要有收心归位的“张”,也要有缓冲适应的“弛”。唯有张弛有度,才能真正践行“健康第一”的教育理念。

“张”是收心归位,是秩序的重新建立。经历了寒假的放松,学生要从休闲模式切换到学习模式,需要以“张”的姿态快速进入状态,新学期要制定学习计划,让身心回归校园生活的正轨。“张”是收心敛性的自律,是回归课堂的专注,更是新学期立下目标、稳步前行的行动力。

有人或许担心,“张”会不会变成“紧”,让孩子产生抵触?这里需要厘清:健康的“张”,不是高压逼迫,而是秩序感的重建。心理学研究表明,适度的规则和预期能给孩子带来安全感和掌控感。如果开学后一切照旧、毫无要求,孩子反而会在漫无目的中感到迷茫和焦虑。因此,“张”本身就是一种心理健康维护——它告诉孩子:新阶段开始了,你有能力面对新的挑战。

但仅有“张”是不行的。如果开学即冲刺,孩子刚从假期缓过神来就被推入高强度学习,身心俱疲不说,还容易滋生厌学情绪。这就引出了“弛”的必要性。

“弛”是缓冲留白,是身心调节的空间。在新学期开学时,学生往往存在一定程度的开学焦虑。过去我们常把孩子开学的不适应简单归结为

“懒”或“娇气”,如今终于意识到,这是一种真实存在的心理困境,需要用“弛”来化解。要做到“弛”,需帮助学生逐步适应开学节奏、合理安排作息,保证课间休息、加强体育锻炼,并给他们更多的陪伴与鼓励。适度的“弛”能缓解学习压力,调节情绪状态,让大脑和身体得到休整,反而能提升后续学习的专注力和效率,让健康成长成为可能。

“健康第一”强调的身心健康,恰恰也需要这样的“弛”来支撑。开学初的“慢”和“柔”,不是放纵,而是为了让孩子在心理上完成软着陆。就像飞机降落不能直接接触地,需要一段滑行缓冲;孩子从假期的松弛到学期的紧张,也需要一段过渡期。

张弛有度,关键在于找到二者的平衡点。对学生而言,要学会合理规划时间,课堂上专注投入,课

后及时放松,既不荒废学习时光,也不忽视身心需求,在完成学习任务的同时,坚持体育锻炼、培养兴趣爱好。对学校而言,需落实“健康第一”要求,合理安排教学进度,丰富课后活动,避免学业负担过重。对家长来说,要做好引导者而非施压者,既督促孩子收心开学,也多陪伴鼓励,缓解孩子的开学焦虑,允许孩子有适度的娱乐和休息时间,助力孩子在学习与放松间找到适合自己的节奏。

开学是新的起点,“张”是成长的底气,“弛”是前行的保障,二者相辅相成,缺一不可。唯有让收心归位的“张”与缓冲留白的“弛”相得益彰,才能真正践行“健康第一”的教育理念,让中小学生在新学期里,既收获知识的增长,也拥有身心的健康,在张弛之间走好成长每一步。

为农产品插上品牌的翅膀

海客谈 | 惟馨

新城一家大黄鱼养殖企业,仅今年春节期间的销售额就超过162.8万元,这离不开知识产权的强力支撑。去年以来,市市场监管局新城分局实施“金种子”计划,构建梯度化、精准化优质企业培育体系,有效推动专利技术从实验室走向生产线,并聚焦地理标志运用,指导辖区8家大黄鱼养殖、加工企业向舟山市水产流通与加工行业协会申请使用“舟山大黄鱼”地理标志证明商标,规范专用标志使用,以“信用背书+精准帮扶”提升产品辨识度与市场竞争力,促进辖区大黄鱼养殖规模从20万尾跃升至200余万尾,产值累计突破465万元(据《舟山晚报》2月28日报道)。“好鱼用上好招牌”让新城“舟山大黄鱼”销路大增,这对农产品品牌化营销提出了有益启示。

相对于工业品的普遍品牌化,

很多农产品长期处于“有品无牌”状态。走进农贸市场,看到的多是“苹果”“橘子”“青菜”这样的品类名称,很少有工业品那样响亮的品牌标识。这种“公用名”代替“个性名”的现象,导致市场上良莠混杂、真假难辨。好产品拓不开销路、卖不出好价钱,反过来又影响农户通过科学种植提升品质的积极性。

养殖大黄鱼一定程度上也存在这个问题。沿海地区养殖大黄鱼种类繁多,产品品质各有千秋。但在缺乏品牌辨识度的情况下,消费者很难细分其中差异。舟山是岱衢族大黄鱼的故乡,拥有独特的水域环境和悠久的养殖历史,出产的大黄鱼品质上乘,却常因缺乏标志而难以脱颖而出。市市场监管局新城分局以知识产权全链条赋能大黄鱼产业高质量发展,指导企业申请地理标志证明商标,规范专用标志使用,让“好鱼用上好招牌”。这一做法,不仅

使辖区大黄鱼产业规模迅速扩大,更重要的是为优质产品开辟了差异化竞争的新赛道。

舟山独特的气候土壤条件孕育了不少名优农产品,但长期以来很多农产品“养在深闺人未识”。有的不仅难以走出岛门,还容易被外地同类产品“淹没”,“卖难”现象时有发生。借鉴新城分局的做法,以知识产权赋能农产品,从商标注册到地理标志申报,从专利转化到标准制定,全方位推进品牌化运营,有望培育更多叫得响、卖得好的水果蔬菜。

推进农产品品牌化,需要系统谋划、精准施策。应摸清家底,梳理有培育潜力的农产品品类,建立品牌培育梯队,分类施策推进商标注册和地理标志申报。区域公用品牌与企业个性品牌协同发展,既要有“舟山大黄鱼”这样的区域名片,也要鼓励企业打造自有品牌,形成品牌矩阵。统一标准、统一包装、统一

推广,规范专用标志使用,让消费者看得清、信得过。同时,加大执法力度,打击冒牌伪劣,维护品牌声誉,营造公平竞争的市场环境。如此,有利于通过品牌竞争实现优胜劣汰,倒逼农业生产提质增效,让共同富裕在田间地头生根发芽。

随着城乡居民收入水平提高,消费升级趋势日益明显。人们对农产品的要求,已经从“吃得上”变为“吃得好”,从满足基本需求转向追求品质生活。食品安全、营养健康、风味口感、产地溯源,成为越来越多消费者的关注点。这种消费心理的变化,为农产品品牌化提供了广阔市场空间。消费者愿意为放心产品支付溢价,愿意为好品牌建立忠诚度。谁能率先建立起消费者信任的品牌,谁就能在市场竞争中占据主动。品牌化不再是可有可无的锦上添花,而是农产品占领市场的必由之路。



本版署名文章不代表本报立场 每个人都应有话筒,欢迎争鸣

讲文明 树新风 公益广告

舟山有你,越东越好

处处树文明形象 人人做文明市民

携手共建 文明城市

你我共同携手 共建和谐文明城市

You and I together hand in hand to build a harmonious civilized city