

视野

二〇〇三—二〇〇四年临安市领导干部优秀理论文章选辑



中共临安市委宣传部编

视 野

2003—2004 年临安市领导干部优秀理论文章选辑

中共临安市委宣传部编

序 言

俞 明 辉

调查研究是我们党的好传统、好作风，也是一种行之有效的、工作方式，是我们做好工作的基础和前提。我们党的三代领导人都十分重视调查研究，重视运用调查研究成果。毛泽东同志把调查研究看作是认识世界的“唯一方法”，看作是正确制定政策的基础和正确执行政策的前提，提出了“没有调查就没有发言权”的著名论断。邓小平同志在对中国国情进行了深刻研究的基础上，创立了中国特色社会主义的伟大理论。江泽民同志在深入广东、浙江等地调查，同时对历史发展规律和共产党执政规律进行深刻研究后，提出了“三个代表”重要思想。这些在调查研究基础上形成的光辉思想，在不同时期不同阶段都指引着党和人民克服前进中的困难，不断把党的事业和中国革命与建设的事业推向前进。

今天，我们面临的形势和任务发生了巨大变化，国际局势纷繁复杂，市场经济瞬息万变，尤其是临安强市名城胜地

的建设事业前无古人，没有现成的经验可搬，这就要求我们必须更多地深入基层，深入实际，调查研究，掌握第一手情况，进行分析综合，提出指导性意见和建议，破解工作中的难题，克服前进中的困难，缓解各种要素制约，加快经济社会等各项事业发展的步伐。

调查研究是落实科学发展观、提高领导干部执政能力的需要。新的形势要求我们必须拿出更多的精力去研究前瞻性、战略性的重大课题，多作导向性、方向性的分析，并在调查研究的基础上，多出新思路、新办法、新举措，扎实解决发展中的重点难点问题，推动各项工作更好地向前发展。

调查研究不是目的，它是为了实践，为了更好地指导和推动我们的工作。每年年初，市委宣传部印发《年度二级党委中心组重点调研课题》的通知，并明确提出，我们所需要的研究，不是从理论到理论的纯学术性研究，而是要指导实践、追求实效；不是为了写一般的研究性文章，而是要突出实践性。我们的研究不能脱离实际，面面俱到，四平八稳，要突出面对现实，抓住要领，尤其是要提高可操作性。两年来，市委宣传部共收到各类调研文章 292 篇，评出优秀调研文章 65 篇。从每年评出的优秀调研文章看，基本上体现了年初确定的目标。

为切实加强调查研究工作，大力倡导研究性学习，市委宣传部将 2003 年、2004 年评出的部分获奖调研文章选编成册，旨在进一步浓厚学习风气、理论研究风气和调查研究风

气。希望这种风气在全市干部中进一步发扬光大，推动临安经济社会快速、协调、持续发展。

2005 年 4 月 20 日

(作者系中共临安市委常委、宣传部长)

目 录

序	俞明辉
关于临安如何实现吴越文化名城战略的思考	陈伟民 1
做大做强块状经济，着力打造特色制造业基地 ——高虹镇节能灯产业发展的调查与思考	潘永成 12
关于我市村规模调整的可行性调研报告	鲍永祥 32
凝聚合力，完善机制，优化环境，按党管人才要求全面推进人才强市战略 ——临安市人才队伍建设的探索与思考	楼沛明 44
公道正派是组工干部的立身之本	钱 铮 60

建立贸工农一体化新机制, 实现生态型农业经济的新跨越	陈嫩华 65
农村幼儿园办园体制改革研究	周 军 74
学校干部人事制度改革的探索与实践	褚林森 95
临安市第三产业发展的现状及对策研究	黄文豪 110
我市外来务工人员状况的调查与思考	蔡建中 120
深化管理改革, 推进效能建设	柳兴根 131
做强做大第三产业, 促进社会中介服务业健康发展 ——临安市社会中介服务业调查报告	张黎泽 140
加快建立生态补偿机制, 促进临安生态环境建设	万加连 153
我市成为长三角强县(市)第一方阵重要一员的可行性报告	汪其顺 周 佳 167
克服要素制约, 促进招商引资, 努力开创我市利用外资工作新局面 ——关于做好 2005 年招商引资工作的若干思考	阮其祥 184
坚持以人为本思想, 促进临安全面发展	

.....	吴云海	194
目前流动人口工作的难题及可行性对策		
.....	方汉忠	206
完善林业生产责任制的难点及对策		
.....	徐玉霞	215
附 1: 中共临安市宣传部文件 (临委宣〔2004〕20 号)		
.....		222
附 2: 中共临安市宣传部文件 (临委宣〔2005〕16 号)		
.....		228
后记		
.....		234

关于临安如何实现 吴越文化名城战略的思考

陈伟民

临安市第十一届党代会提出的创建吴越文化名城的战略目标，较之前几年提出的建设文化大市来说，目标更清晰，定位更准确，更具操作性。创建吴越文化名城对我市经济和社会实现跨越式发展，具有重要的战略意义。当然，我们如何来实施这一战略？吴越文化名城提出的意义何在？其内涵和精神实质是什么？这是我们面临的一个崭新的课题。

一、创建吴越文化名城的背景及其有利条件分析

随着全球经济一体化时代的到来，区域经济的竞争更趋激烈，体现竞争的手段如资源、设备、资金、技术等要素都是表象的，无差异的，而更深层次的竞争则是文化的竞争。看一个区域是否有竞争力，是否有吸引力，很重要的一点是看它是否蕴含深厚的富有个性特色的文化。纵观以上海为龙

头的长江三角洲都市群，中小城市“强手如林”，那么作为长江三角洲都市圈中的临安如何能从中脱颖而出？在区域形象品牌中，临安如何找准自己的位置？我们认为，创建吴越文化名城是一个很好的战略选择。这一战略就是以文化名城为主体，对全市文化资源进行整合，共同打造临安文化的整体优势，发展文化力作用，从而提升区域形象竞争力，促进临安经济和社会跨越式发展，达到提前实现现代化的目标。

临安创建吴越文化名城的有利条件：

一是历史文化悠久，有丰富的文化积淀。临安是钱王故里，至今有功臣塔、钱王陵、水邱氏墓和康陵、婆留井等古迹以及不少有关钱王的传说故事。佛教文化、道教文化源远流长，还有灿烂的耕织文化、鸡血石雕刻文化、农民画以及其他民俗文化如民歌、灯彩、杂技等等。在临安这块丰饶的土地上，历代文人墨客纷至沓来，如昭明太子隐居天目山，潜心编著参禅，编撰了闻名于世的《昭明文选》，另如李白、白居易、苏轼、陆游、刘基、郁达夫等等都为天目山区留下了许多华句丽章。

二是经济较为发达，人们生活安定富裕。近年来，临安经济保持快速增长的态势，数次跨入全国百强县市及全省 17 强县市行列，这为城市三产发展提供基础条件。临安又先后获得“中国民间艺术之乡”、“中国竹子之乡”、“中国山核桃之乡”等殊荣，这极大地提升了区域形象品牌。几年来，创建中国优秀旅游城市和卫生城市活动，为临安创造了较好的

发展环境。再则，随着生活水平不断提高，人们从单纯的物质生活享受转向日益丰富的精神、文化层次的需求。

三是有着良好的区位优势和较好的硬件条件。临安在长江三角洲经济圈范围之内，地处江浙吴越文化的腹地，长期受吴越文化浸润，又紧靠上海、宁波、杭州等大都市，较易接受都市文化的辐射。近年来，临安的城市建设驶入快车道，城市基础设施发达，城市面貌日新月异，文化设施建设也发展较快，旅游产业呈现欣欣向荣的态势。临安独特的生态山水环境，也是创建吴越文化名城的基础条件和优势之处。

二、我们对吴越文化名城如何定位？

从一般意思上来说，吴越文化包含春秋时期吴国和越国的文化，泛指吴越地区即吴语为主流语言的地区的文化，包括吴越两国之前的古越文化，也包括吴越两国之后的各个历史阶段在该区域内存在发展的文化。从长江三角洲都市群来看，大都属于这一文化范围，如诸暨、绍兴等地也都提出建设吴越文化的口号，所以，我们临安所指的吴越文化要体现其特色和个性的东西，就应定位在吴越国时期的钱王文化，应把钱王故里和钱镠有关的文化遗存作为主流文化来突出，作为重点发展。当然，临安的吴越文化是一种复合型的文化，还应该包括其他的支流文化，如生态文化，佛教、道教文化，天目山文化、耕织文化、商业文化、民间艺术文化以及各个

历史时期积淀下来的优秀文化等。

为何把钱王文化确定为吴越文化的主流文化来发展呢？主要基于三个方面的考虑。一是识别于长江三角洲中其他城市的吴越文化，如果我们的吴越文化与嘉兴、绍兴、诸暨等城市的吴越文化相雷同，那么我们的吴越文化名城就缺乏个性和特色，在对外区域形象上就起不到积极的作用。二是钱王文化唯在临安烙印最深刻，临安是钱王故里，钱王文化在此孕育发展，影响广泛，这是其他任何一个城市都不能相比拟的，所以说，钱王文化就是临安吴越文化的最大特色。三是钱王文化有许多精华所在，对当今的经济、社会发展具有积极的借鉴意义。另外，钱王文化至今在杭州留有不少遗存，如雷峰塔、钱王祠等，这为临安的文化经济嫁接提供了条件。

三、创建吴越文化名城的载体在哪里？

创建吴越文化名城不是一句空洞的口号，也不是为了一种政治做秀，而是要实实在在地为临安创造经济社会效益，推动临安经济和社会向前发展，那么它最终的落脚点在哪里呢？

作为一种文化，其本身是较难产生效益的，我们如何去发挥吴越文化的作用呢？这就要考虑从三个层面去作转化，即做到三个结合。

一是文化与人结合，形成临安精神。精神是一个城市的

灵魂，是一个区域发展的动力，缺少精神的城市是苍白的，是没有发展后劲的，但精神不是凭空强加于人的，有其内在的深刻的文脉承续，我们要以钱王文化中所存的“发展农桑，开拓海运，严格教育”等思想中寻找一种开拓进取、工商皆本的精神实质；要从生态文化中山、水相融于人的状态里寻找一种刚柔相济的禀性。这次临安党代会明确的临安精神，即“开放大气敢创新，团结拼搏勇创业”，就是很好地把吴越文化与当代文化相揉合，提炼出临安精神，成为推动临安经济发展、时代进步的强大动力。

二是文化与经济结合，产生文化力。文化是经济和社会发展的重要动力，是经济竞争的最高形式。要把文化渗透到临安各个经济产业中去，以经济方式运作文化资源，以文化增强产业内涵，经济与文化相辅相成，相互促进，如临安的八百里文化养生生态园区就是一个范例。

三是文化与城市结合，提升区域品牌形象。文化是城市的灵魂，看一个城市是否具有竞争力，是否有吸引力，很重要的一点就是看它的文化资源、文化氛围、文化发展水平。城市以文化论输赢，要以文化品位来塑城市新形象，打造临安吴越文化名城的品牌。

四、创建名城工作存在的制约因素

临安历史悠久，文化积淀深厚，这为创建吴越文化名城

提供了较好的基础条件。但是临安要实现吴越文化名城这一目标，还存在着一些制约因素。主要表现在：

一是文化与城市建设的融合度还不够。在城市规划中，对城市文化建设仅作边缘性、附带性的考虑，没有专门的章节来阐述城市文化建设。城市建筑的风格与吴越文化的内涵尚有一定的距离，缺乏特色和个性色彩，存在着雷同化。

二是吴越文化的遗存在逐渐流失。作为钱王故里，却缺乏“故里”的特色，随着历史的向前推进和城市改造建设的加快，一些颇有特色的吴越文化遗留建筑文物在消失，一些民俗风情资源在流失。

三是缺少一个统筹文化与城市建设的管理协调部门，存在着各自为政的现象。

四是对文化资源挖掘的开发利用程度偏低。临安有着丰富的文化资源，但大多停留在浅开发的层面上，较难形成产业化。如农民画、钱王文化、千洪宣纸、交口少科院、鸡血石雕刻等等。

五是受南宋定都杭州没落型文化遗风的影响。临安人在勇于创业的同时，还存在着自我满足、不思大发展的心理因素，这对临安的经济发展是有束缚的。

五、创建吴越文化名城的思路

1、文化理念切入到城市规划、建设、经营、管理等各项

工作中去。要积极保护和开发利用好历史文化遗产。要注重城市建筑造型、色彩、立面的规划设计和控制，突出城市的文化个性，更多体现人文关怀，使现代化事业与历史文化浑然一体。让人民生活在一个既富有现代韵律又有传统文化气息的氛围里。

2、着力研究临安区域精神文化，确立临安特色的价值观念、思想意识、风俗习惯、生活方式等。在探究临安区域文化的灵魂时，应遵循面向现代化，面向世界，面向未来的原则，坚持文化的传统性与时代性，区域性与世界性，现实性与未来性的统一，要激发人们的工作热情和奉献精神，增强市民的归属感和认同感，增强城市的凝聚力和吸引力，特别是精神上的向心力。

3、充分发挥文化对产业的渗透力，大力发展文化产业。一是对各产业赋予文化的内涵，增强其竞争力，特别是我市的农特产品加工产业和旅游产业，更要以吴越文化的特色去支撑。二是以经济方式来运作文化，推进文化产业发展。临安已列入全省文化大省建设 30 个重点文化产业县市行列，提出重点发展新闻传媒、文化旅游会展、艺术品、影视娱乐、体育和教育业，在这些文化领域，要转变观念，积极创造条件，鼓励民间资本进入。

4、加强文化设施建设，开展形式多样，丰富多彩的群众文体活动。把文化设施建设纳入到城市经营中去发展，结合现代科技力量，及时开发吴越文化有关的人文古迹。依托浙

江林学院，创建学习型城市。要精心策划设计、组织好文化节庆活动，如举办天目山文化旅游节、中国山核桃文化节、越剧民间戏班汇演等等。要实施精品战略，各文化门类争取在全国全省获奖，请国内文化名家、名人来临安考察，借以扩大临安的知名度。对这类活动，要强化市场运作方式，增强活动的自我造血功能。

5、做好吴越文化名城的策划、宣传、公关等工作，全力打造吴越文化品牌。要研究如何策划和炒作吴越文化遗存的亮点以及一些影响面广、影响力深的文化活动；要动员社会方方面面力量来宣传临安，扩大临安知名度，如对外宣传报道、广告、网络、影视专题等等；要做好临安对外形象的公关文章。

6、把临安建设成为吴越文化的研究基地。主动接轨大专院校及研究机构，为他们进一步研究吴越文化提供一切有利条件，以吸引更多的专家学者来临安，进一步增强临安的文化氛围。

六、如何保障吴越文化名城工程的顺利实现？

临安是一个山水之城，是一块文化的沃土，我们对创建吴越文化名城充满信心，但是，创建名城是一项复杂的艰难工作，是一项系统工程，我们要为之付出不懈努力。从近期来看，我们要从以下几个方面去做好工作。

1、加强领导，统一认识，整合各方力量。把创建吴越文

化名城当做工程来抓。要确立吴越文化名城的指导思想和发展思路。

2、出台文化经济政策，注重体制和机制创新。进一步强化税收、财政、信贷等有效激励手段，引导民间资本投向国家政策许可范围的文化项目。

3、依托有关职能部门，建立吴越文化名城研究机构，落实资金。近期，要积极做好建设吴越文化名城实施专项规划的编制工作。

4、聘请外地和本地文化名人作为实施吴越文化名城建设的顾问，参与研究和监督城市建设的方方面面。

5、积极导入 CIS 形象战略，以系统的规范的运作方式，从视觉识别、行为规范、精神理念三个层次来塑造城市形象，提高城市品位。

6、以人为本，建立一支高素质的文化建设队伍。要努力吸纳人才，打破不同所有制和不同身份的限制，促进人才在不同部门、行业有序合理流动。要十分重视人的因素在文化名城建设中的作用。要注重培育两类人才发展，一是文化软人才，即善于策划、公关、对外协调关系的人才；二是文化硬人才，即善于运作文化产业的企业家。

七、创建吴越文化名城工作应注重的两个方面

1、**要扬弃。**我们所提倡的吴越文化是发展的文化，要吸