

# 宋之韵

邂逅诗画江南



诸鸣在给游客讲解

## TA 说——

很多人到浙江的景点后,从小读过的那些诗句常常脱口而出。他们说来到实地,感觉跟古人实现了精神交流,心中会产生特殊的感情,这就是浙江文化带给了他们共鸣。

——著名“网红导游”诸鸣

# 为何大家对“诗画江南、活力浙江”情有独钟？一位“网红导游”的观察—— 每个人心中,都住着一个江南

本报记者 黄小星  
采访整理

浙江的诗画与活力,“杭州小黑”知道。他叫诸鸣,是一个从业24年的导游,也是短视频平台上拥有千万粉丝的博主。刚刚过去的9月,他作为浙江省“文明使者”,就这个主题向全球用户发出邀请,“发现不一样的‘诗画江南’,让更多人看见‘活力浙江’。”

回溯到今年6月20日,浙江省第十五次党代会报告中,“诗画江南、活力浙江”这一省域品牌主题词正式官宣。

在诸鸣眼中,“诗画江南、活力浙江”的精神内核是什么?为什么大家会对“诗画江南、活力浙江”如此情有独钟?

## “诗画江南”,有诗和远方

今年4月中旬,浙江省委宣传部面向社会发起一场征集、评选省域品牌主题词的专题活动。一个月的征集和投票中,主题词“诗画江南、活力浙江”以近20万票位居第一。另外,各平台共收到网友自荐主题词2.8万多个,“诗画”“活力”也是其中的高频词。

诸鸣对“诗画”也有深刻理解。最简单的一个例子,当盛夏,他带着旅行团来到西湖,“接天莲叶无穷碧,映日荷花别样红”的诗句,自然而然地从人群中传出。

“有人会说,西湖好看在哪?山没有泰山雄伟,水没有九寨沟清澈,但很多人到这个地方还是会有感触,是因为我们从小就读的那些诗。当来到实地,你会感觉是在跟古人交流,心中会产生不一样的感情,这就是一种文化共鸣。”诸鸣说。

有人说,浙江的山水,夺天地之造化,取自然之荟萃,风光毓秀,美不胜收。而与之相伴的,是哲思与才情。浙江自古以来人文渊薮,诗、画艺术流派纷呈,是江南文化的重要发源地。

诸鸣的足迹遍布浙江。他说,四季分明、七山一水二分田的地形,也造就了浙江足以“入画”的丰富元素。他记得,当去到富春江,眼前的景色与千年之前黄公望的《富春山居图》遥相呼应,来自五湖四海的游客,脸上莫不现出欣喜与感动。

“每个人心中,都有一个江南,”诸鸣说。

“诗画江南”一词,正是以简白的笔触,勾勒出浙江厚重的历史底蕴与优美的山水风光,有鲜明的历史感和意象美。它不仅体现了浙江山水的秀美,更是高度概括和凝练了浙江的人文气质与文化韵味,可以说神形兼备,表达了“诗和远方”“美和诗意”的融合,是努力追寻物质富裕、精神富有两相兼具的象征。

## “活力浙江”,活力何来?

如果说“诗画江南”来自于浙江得天独厚的自然风光与传承千年的浪漫诗情,那么,“活力浙江”则更多地象征了现代与未来,它是改革开放以来,浙江经济社会蓬勃发展、浙江人民斗志昂扬的充分展现。

如今,诸鸣的另一重更为人熟知的身份,是在短视频平台上,带用户在线“云游四海”。受制于疫情,旅游业受到的冲击不小。去年,诸鸣也遭遇过隔离,居家办公。但他依然是行业里的坚守者和探索者,借用新型传播平台,他转换赛道,收获超过1100万的粉丝。很多人因此记住“杭州小黑”——一袭长衫,一副黑框眼镜,嬉笑怒骂,皆成文章。

9月末的一天,位于杭州滨江区的一间科技园区办公室,诸鸣正和团队探讨数据和内容方向。他的语调抑扬顿挫,“金句”和段子频

频抛出。

在他办公桌的醒目位置,摆放着《论语》《茶之路》《王阳明传》——虽然不断强调自己只是个“知识的搬运工”,但诸鸣雷打不动地保持着每天至少两小时的学习。粉丝与日俱增的背后,这大概就是诸鸣能不断增强输入和活力、创作新鲜内容的秘密。

出身建筑机械专业,自考大学法律专业,第一份工作烧窑……诸鸣的个人努力和不断创新,是一个缩影。从历史轨迹看,浙江的历史是一部充满生机活力,不断超越自我的发展史、奋斗史、创新史。

“活力”,即旺盛的生命力,与“浙江”二字相组合,浙江人民朝气蓬勃、奋勇争先,始终葆有创造活力的形象便跃然而出。

从文化底蕴看,“活力”在浙江有着深厚的思想基础,彰显了浙江人民善于“闯”、勇于“试”、敢于“冒”的基因传承。从精神动力看,“活力”是浙江精神的具体化,始终激励浙江人民干在实处、走在前列、勇立潮头,与省党代会提出的“两个先行”目标相契合。

一幅浙江大地不断发生精彩蝶变和深刻变革的实践图景,也在这四个字中获得充分展现。可以说,“活力浙江”发轫于浙江人民富有创造力的文化基因,又充分体现了浙江省域的精神品格、历史底蕴、文化内涵、实践特色和时代特征。

## 与时俱进,拥抱变化

事实上,打造省域品牌,浙江早有探索。

诸鸣记得,早在2001年,他从业不久,浙江就曾面向全球征集浙江旅游形象,确定了“诗画江南,山水浙江”的全省旅游宣传口号;2014年,省政府将“诗画浙江”作为浙江旅游的整体形象品牌,此后便一直沿用下来。

进入新发展阶段,浙江既有打造“重要窗口”的新定位,又肩负高质量发展建设共同富裕示范区的新使命,更好地展现浙江,省域品牌同样需要与时俱进。

因而4个月前,备受瞩目的“诗画江南、活力浙江”省域品牌主题词,打开了浙江人新的畅想空间。具有深远历史感和意象美的“诗画江南”,与具有鲜明时代感、现实美的“活力浙江”组合,一种意象和现实交融、地理与人文结合、历史与未来贯通的审美意境更是油然而生。

8个字很短,却蕴含如诗如画的山水风光、绵延不断的两浙文脉;8个字很长,它连结过去与未来,触发敢闯敢试的浙江人顺应时代、拥抱变化。

也许,省域品牌就像“一条路”,走过它,就能梳理出一部充满生机活力,不断超越自我的发展史、奋斗史、创新史;而更重要的是,沿着这条路,我们能够读懂当下,探寻未来。

## 数 说——

浙江以约占全国**1%**的土地,创造了全国约**6%**的GDP,其中,数字经济增加值占GDP比重达**48.6%**,居全国各省区**第一**。

2021年浙江净增市场主体**65.2万户**,其中企业**31.8万户**,连续两年在“万家民营企业评营商环境”中位居全国**第一**。

2021年,浙江加快打造诗画浙江大花园,发布首批**8个**大花园示范县和**16个**“耀眼明珠”。同时,推进新时代美丽城镇建设,启动建设城乡风貌样板区**212个**,新增未来社区创建**221个**,改造老旧小区**814个**。

高水平推进文化强省建设,打造新时代文化高地。彰显浙江深厚历史底蕴的文化标识和“诗画江南、活力浙江”省域品牌更加鲜明。国家版本馆杭州分馆建成开馆,宋韵文化传世工程启动实施,仙都黄帝祭祀大典成功举办。中国重要农业文化遗产累计数量居全国**第一**。之江文化产业带加快建设。现代公共文化服务体系和文化产业体系基本建成,每万人拥有公共文化设施建筑面积达到**4400平方米**左右,居民综合阅读率达到**93.5%**。

