

## 学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想

## 文化赋能经济 经济焕新文化

## 打造人文经济发展的无锡样本

□翟立新

“仓廪实而知礼节，衣食足而知荣辱。”纵观人类社会历史，文化与经济从来不是彼此孤立的，而是紧密联系的。经济发展奠定人类文明进步的物质基础，文化为经济发展提供精神动力，文化与经济相辅相成，共同推动人类社会进步。进入新时代，习近平总书记提出了“推动高质量发展，文化是重要支点”“应对共同挑战、迈向美好未来，既需要经济科技力量，也需要文化文明力量”等诸多关于人文与经济融合发展的重要论述。无锡自古以来民康物阜，拥有丰富的文化资源和深厚的人文底蕴，被誉为“太湖明珠，江南盛地”。无锡应深入学习贯彻习近平文化思想，把握新时代人文经济学的丰富内涵，积极探索人文与经济交融共生，打造人文经济发展的无锡样本。

的文化张力，为城市发展提供源源不断的动力。

## ■增强文化的引领性与经济的融合性，推进文体旅高质量融合发展

习近平总书记指出：“文化产业和旅游产业密不可分，要坚持以文塑旅、以旅彰文，推动文化和旅游融合发展，让人们在领略自然之美中感悟文化之美、陶冶心灵之美。”无锡是国家历史文化名城、工商名城，自然风光优美，名胜古迹众多，经济发达，精彩赛事多，要树立全域旅游发展理念，打破行业壁垒，有效整合资源，推进文化、旅游、商业、体育高质量融合，释放文化生产力和创造力，构筑复合型文体旅消费新空间，培育新型文体旅业态和消费模式，大力发展假日经济、首发经济、赛事经济、音乐经济、早间经济、夜间经济、非遗市集等“特色产业”，建设休闲度假旅游目的地，更好地满足人们对美好生活的向往。

无锡现有惠山泥人、宜兴紫砂、无锡锡绣、无锡留青竹刻、锡剧等各级非物质文化遗产361项，要通过“非遗+旅游”“非遗+文创”“非遗+演艺”“非遗+研学”等多种方式，持续激发非遗活力，让非遗融入现代生活，提升非遗文化新体验。以独特的地域文化魅力引领时尚品牌向步行街、商业综合体和重点商圈聚集，拓展智能化消费体验“新场景”，优化消费空间品质，打造“美食之都”“购物天堂”，激发消费需求，建设国际消费中心城市。

## ■增强文化的渗透性与经济的创新性，实施城市有机更新新模式

习近平总书记强调：“城市规划和建设要高度重视历史文化保护，不急功近利，不

大拆大建。要突出地方特色，注重人居环境改善，更多采用微改造这种“绣花”功夫，注重文明传承、文化延续，让城市留下记忆，让人们记住乡愁。”城市更新是推动城市新旧动能转换、补齐民生短板的重要途径，要以人为本，注重民意，问需于民、问计于民，引导社会公众和利益主体的整体性认同，完善公共服务设施，提高人民生活品质；要在城市更新中体现城市作为江南文脉载体的作用，无论是历史文化街区的修复，还是城中村和城中厂的改造，以及角角落落的“微空间”修补，都要突出“处处有文化”，融会贯通古韵新风，体现江南文脉的脉动，塑造城市特色风貌，增强居民和旅游者的文化自觉与文化自信。

无锡要梳理城市文化资源，保护好历史文化遗存，全面实施“百宅百院”活化利用工程，让古建老宅焕发出新的生命力，成为体验惬意锡式生活好去处，使人们深入了解城市的历史遗存和文化记忆，推动城市生态格局构建、生态环境修复、生态景观营造与发展城市绿色产业、建设宜居城市紧密结合，提升城市承载能力，激活城市发展活力。

## ■增强文化的感染力与经济的包容性，推进青年发展型城市建设

赢得青年才能赢得未来。习近平总书记指出，青年兴则国家兴，青年强则国家强。人文环境正成为城市核心竞争力，高品质的人文环境就是一个城市最好的营销内容。推进青年发展型城市建设，需重视城市人文环境建设，提供丰富多彩的文化娱乐活动，让地域文化可感、可知、可亲、可及，满足青年多样化、多层次、多方面的精神文化需求，让江南文脉开放包容、经世致用、心怀天下的精神品格激励青年砥砺前行。经济的包容性体现在各类市场主体特别是中小企

”

业的活跃度与覆盖面上，倡导机会平等和公平合理，注重社会和经济协调发展、可持续发展，促进无锡公共服务供给优质共享，健全就业创业服务体系，为青年提供施展才华、追求梦想、建功立业的高品质人文环境，打造有温度的城市，提升青年在城市生活中的获得感、幸福感、安全感，“无比爱才，锡望您来”，让青年近者悦、远者来，让“城市对青年更友好，青年在城市更有力”。

## ■增强文化的标识性和经济的集聚性，发挥经济功能区高地作用

党的二十大报告提出，要“统筹推进国际科技创新中心、区域科技创新中心建设，加强科技基础设施建设，强化科技战略咨询，提升国家创新体系整体效能”。无锡是海深载人潜水器“奋斗者”号、中国超级计算机“神威·太湖之光”等大国重器的诞生地，当前，“465”现代产业集群正在加快构建，以物联网为核心的数字产业体系正在布局，集成电路产业园、传感网国际创新园、国家数字电影产业园等各产业园区蓬勃发展，太湖湾科创带、梁溪科技城、蠡湖未来城等“一带多城”的创新协同发展格局逐步形成。

地方战略产业发展需要高质量产业空间承载。文化是凝聚人心的精神纽带，要积极构建独具特色的园区文化生态，形成各个园区独特的IP，优化园区公共服务平台，彰显园区产业禀赋，吸引携带原创性技术基因的企业入园，培育一批专精特新“小巨人”企业，孵化一批独角兽企业，推动入园企业深度合作、联合攻关、共享订单，共建产业集群和产业链，打造“高而强”的地标产业，“大而特”的优势产业、“新而优”的未来产业的高地。

(作者系无锡城市职业技术学院院长、教授)

## 彰显新时代工商名城的新风采

□李建波

习近平总书记今年7月在江苏考察时指出：“江苏拥有产业基础坚实、科教资源丰富、营商环境优良、市场规模巨大等优势，有能力也有责任在推进中国式现代化中走在前、做示范。”无锡产业发达、创新活跃，在全国全省发展大局中具有重要地位，是推进中国式现代化江苏新实践的一支重要力量。作为一座百年工商名城，无锡的发展始终与工商业密不可分。传承工商文化，建设新时代工商名城，以“走在前、做示范、多作贡献”的勇气和担当，推进中国式现代化无锡新实践，为江苏在高质量发展中继续走在全国前列创新思路、积累经验，是无锡的责任，也是时代的要求。

国式现代化无锡新实践，的确是一笔宝贵的精神财富。事实上，纵观近代百年民族企业的历史脉络，真正传承至今的城市并不多，而无锡就是其中之一。对于百年工商名城的“无锡模式”，有很多值得深入研究的内容，包括其工商文化内涵、创新创造、国际视野以及城市发展建设，这些都是无锡建设新时代工商名城的优势资源和文脉根基。

汲取精神力量。无锡历经艰难而不弃、始终坚守工商业的坚定信念和顽强意志，造就了锡商精神和“四千四万”精神，进而成为今天推动中国式现代化无锡新实践的强大精神支撑。对无锡工商名城的研究，首先就要从研究“锡商”开始。王海宝、汤可可、钱江等本地学者，长期研究无锡工商文化、追踪研究锡商群体，锡商精神被概括为“敢创人先、坚韧刚毅、崇德厚生、实业报国”，这是百年来推动无锡工商业发展的内在动力。上世纪七八十年代，无锡突破重重阻力、奋力发展乡镇企业，由此形成的“四千四万”精神（踏遍千山万水、吃尽千辛万苦、说尽千言万语、历经千难万险），则是无锡攻坚克难的精神法宝，它让无数的不可能变为可能，今天仍然是我们干事创业的精神动力。

## ■全面推进中国式现代化无锡新实践

新时代新征程，无锡赓续百年工商基因，开启了新时代工商名城建设。对无锡百年工商名城发展机理的研究和探讨，实际上也是在探寻中国式现代化的无锡创新之路。

新时代工商名城的现代化内涵。从推进中国式现代化无锡新实践的角度来理解，新时代工商名城，是指适应时代发展、把握时代脉搏、紧跟时代步伐，工业发达、商业繁荣、人民幸福安康的现代化城市。其特征可以概括为五个方面：产业是基础，人才是支撑，创新是动力，政策是保证，环境是名片。

产业强市视角下现代化的总体思路。以建设新时代工商名城来推进中国式现代化无锡新实践，要把握好三个“势”：一是厘清大势，全面检视无锡产业发展面临的挑战和机遇，优势与不足，找准定位；二是把握态势，瞄准关键领域、关键节点自主创新，形成核心竞争力；三是形成优势，由传统的资源与资本组合转向信息、技术、网络与人才的组合，打造自己的比较优势、竞争优势、发展优势。

做好高质量发展的“加、减、乘、除”。加，

## 观点

扩大开放度 提高粘连性  
让惠民保险更普惠

□陆晶

保险不仅仅是风险的转移工具、财务的补偿方式，一份份保单也承载着对爱人守护的承诺，对家庭责任的担当，温暖小家，守护大家。“医惠锡城”是由无锡市医疗保障局指导，由国联人寿保险股份有限公司作为主承保单位，联合多家保险公司在锡分支机构共同推广的无锡市首款普惠型商业健康保险。同其他惠民保险产品一样，“医惠锡城”作为普惠性保险产品，是有效连接基本医疗保险和商业医疗保险的纽带，有助于更好支持无锡市社会医疗保障体系的完善，减轻老百姓尤其是低收入群体、带病群体、老龄群体等弱势群体的医疗负担，提高居民的风险防范意识 and 自我保障能力。“医惠锡城”不是强制性保险项目。市民的认知度、兴趣度、参与度与理赔的体验感，决定了“医惠锡城”的走向。面对“医惠锡城”的窘境，如何破局？强化“医惠锡城”宣传推广的广泛性、提高“医惠锡城”的粘连度，是消除“医惠锡城”面临窘境的两大有效手段。

从“医惠锡城”项目启动之初，无锡市政府及相关部门就对该项目给予了大力支持。2022年9月，无锡市医疗保障局牵头各委办局联合发布《关于进一步健全多层次医疗保障体系做好医惠锡城有关工作的通知》，各部门统筹协调，全力支持医惠锡城项目的推广实施。

截至2023年10月31日，“医惠锡城”一二三期累计参保人数达到220多万人次，累计赔付金额超过1亿元。

“医惠锡城”的显著特色在于：低保费、低门槛、高保额和投保便捷。

2022年，王先生在手机上怀着将信将疑的心情，花99元投保了“医惠锡城”产品。之后由于肺炎住院治疗，出院后联系“医惠锡城”后台试图进行理赔，但被告知其自费部分的2000多元费用未达到赔付标准被拒绝赔付。对此，王先生认为受骗上当，2023年决定不再投保“医惠锡城”。

王先生的处境，正是目前“医惠锡城”面临的最大窘境。有投必赔，似乎是目前人们对保险产品的基本认识，而保险本身的专业度以及保险条款的复杂度，使得保险在民众眼中就变得“雾里看花”了。上述案例中，王先生2000多元的自费住院费用之所以不能得到理赔，是因为保险合同中约定了2万元的免赔额。也就是说，只有自费金额超过2万元的部分才能得到理赔。但是，对于非保险专业人士的王先生等普通民众而言，免赔额、自费、自付等保险术语是晦涩难懂的。当投保人没有清晰认识到这一产品特点，在医疗过程中产生的费用因没有达到理赔条件而没有得到补偿时，就会对产品产生偏见，不再投保。

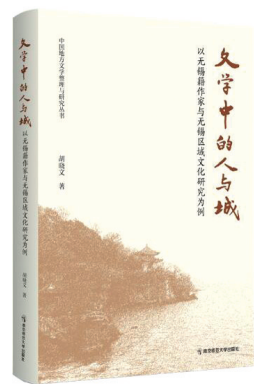
“医惠锡城”的发展，经历从2021年起第一期投保人数的65万多，到二期的62万多，到三期的101万多，虽然在绝对数值上看似有所增长，但相较2022年年底无锡医保参保人数643.05万人来计算，“医惠锡城”三期的参保率仅为15.77%，在全国同类惠民产品中处于中等偏下的水平。

虽然无锡市政府大力支持“医惠锡城”的发展，通过“向全市医保参保人员发送参保短信”“向全市学生递送参保一封信”“无锡医保、无锡发布等微信公众号发文”等渠道对“医惠锡城”进行了广泛宣传，但宣传手段的程式化和宣传方式的陈旧化，容易使其将要宣传的内容淹没于纷繁复杂的海量信息中。加大宣传力度，增强宣传的显著性和新鲜度，是推广“医惠锡城”迫切要解决的问题。组织专业人员深入企业、农村和高校，进行专业宣讲和推广，不失为一种有效的方法。

全面提高服务质量，全面增强“医惠锡城”的粘连性。一是要改变目前投保品种单一、理赔门槛过高的局面，从鼓励和培养市民“低进低保”“随进随保”的兴趣入手，为“医惠锡城”的发展积累更多的人口基数；二是要健全和完善理赔服务的程序，对投保者的理赔条件、理赔途径、获赔方式等要宣传在前、解释充分，避免理赔不成、脱保埋怨现象的发生。多多开设“医惠锡城”服务热线，耐心解答市民疑惑，不失为一种有效的手段。此外，在《无锡日报》《江南晚报》等本市有影响力的大众媒体，开设“医惠锡城”专题或专栏，定期发布新的保险项目、理赔政策，不断推出市民理赔实例和服务故事，从培养兴趣入手，全面推动“医惠锡城”向更新更广的领域发展。

(作者单位：无锡商业职业技术学院)

## 速读



## 《文学中的人与城：以无锡籍作家与无锡区域文化研究为例》

胡晓文 著

南京师范大学出版社

本书通过界定区域文化与区域文学范畴，梳理无锡近现代文化嬗变过程，概说刘半农、陈源、钱锺书、王蕴章等无锡作家的文学道路及主张，系统研究现代文学中的无锡元素，揭示文学中人与城的内在关系和规律。