



把准“三脉”，以软实力彰显城市风骨

在章丘感受到的不仅有无限风光，更有人间的浓浓真情

记者 支倩倩 通讯员 孟凡庚

守好根脉，坚定自信

厚重的历史文化是民族的根脉，也是提升城市软实力的基石。

1928年春天，中国现代考古学家吴金鼎路过章丘，不经意间一弯腰，竟捡起了城子崖龙山文化，可谓“千年沉睡无人知，一朝醒来惊天下”。城子崖龙山与岳石文化遗址、章丘西河遗址、章丘洛庄汉墓陪葬坑和祭祀坑遗址、章丘危山汉代墓葬与陪葬坑及陶窑、章丘焦家遗址分别列入当年全国考古十大新发现。章丘被誉为“考古圣地”。

考古圣地的厚土上，流淌着奔涌千年的泉水。“岱阴诸泉，皆伏地而发，西则趵突为魁，东则百脉为冠。”到过章丘的人，最魂牵梦萦的就是泉水。素有“小泉城”之美誉的章丘，是泉的世界，水的天堂。百脉泉吐玉涌翠，珍珠翻滚；梅花泉跳跃若轮，绽放如花；墨泉奔腾而出，色如墨玉；眼明泉澄澈空灵，碧波不染……众泉之中，百脉泉名声显赫，同源于泰山的地下水，敢与“天下第一泉”趵突泉齐名，自然气势不凡。“故乡有甘泉，人称幸福泉，勤劳和智慧酿成甜，幸福到永远……”一首《幸福泉》，把对泉水的赞美唱到了人们的心窝里。

一方水土养一方人。文化厚土，泉水滋养，英贤辈出。宋代文学家李清照便是极具代表性的一位。她把诗和词这两种相近的文学体裁严加区分，认为“词别是一家”。“水光山色与人亲，说不尽，无穷好……”“常记溪亭日暮，沉醉不知归路……”在她的词中，故乡的一草一木、一山一水都是那么清新纯美、令人陶醉。

往事越千年，精神永流传。一代儒商孟洛川的瑞蚨祥布店以“货真价实，童叟无欺”的店训，“顺时应变，正合奇胜”的商贾谋略，如日中天，独占鳌头。新中国成立时，北京天安门广场上升起的第一面五星红旗正是用瑞蚨祥布料缝制。

作为闯关东的发源地之一，敢闯敢创、善作善成，是章丘人骨子里的基因。改革开放后，章丘龙山黄桑院棉花姑娘承包土地兑现的探索，登上1979年12月17日《人民日报》头版头条，走在了中国农村改革工作前列。1991年，埠村镇《埠西村村民自治章程》，成为全国第一部村民自治章程。2004年，在全省率先免除农业税。2022年，章丘智造频频亮相：北京冬奥会上，国内首台拥有完整自主知识产权的雪蜡车；山东神舟制冷为国家速滑馆提供最先进的制冷设备，助力打造冬奥“最快的冰”；自神舟八号开始，圣泉集团持续为神舟飞船“保驾护航”；伊莱特重工生产出大国重器——世界最大环形锻件……处处都体现着章丘人的智慧和担当。

史脉、泉脉、文脉、商脉、人脉，这“五脉”是城市软实力的根脉，是章丘的靓丽名片、金字招

软实力，是一座城市高质量发展的动力源泉。当前，正在央视一套晚间黄金档热播的电视剧《三泉溪暖》正是展现章丘软实力的重要品牌。无论是百脉泉、朱家峪、眼明泉等旅游景区的呈现，还是龙山黑陶、章丘铁锅、明水香稻、龙山味道等特色产品的展示；无论是以三涧溪村发展变化为原型的精彩剧情，还是党员干部敢闯敢创、善作善成的精神风貌……无一不向人们传递着章丘的新精彩、高品质、软实力。

▶ 墨泉奔腾而出，色如墨玉。



在章丘拍摄的电视剧《三泉溪暖》正于央视一套黄金时间开播。



▲在铁道北路的明水小站主题公园。

▲章丘遍开文明花。

牌，承载着历史，塑造了品格，凝聚起精神。

打通筋脉，奋力自强

历史，坚定了自信。现实，彰显着自强。历史与现实交相辉映，这座城市更让人心驰神往。

城市的软实力，源于自然之美，也源于风物之美。在城市更新中，章丘在公园里融入了更多的艺术元素，提升着城市的舒适度和软实力。居民小区、文化场馆、学校医院等公共场所，垃圾箱、变电站、路名牌，都进行了创意改造，涂满了靓丽的色彩，既有使用功能，更有艺术体验，令人眼前一亮、心情舒畅……章

丘，以润物无声的方式，为市民群众和外来游客提供舒适舒心的环境，体现着以人民为中心，打造高品质人居环境的理念。

景与城、建筑与自然，和谐共生、美美与共，城市与自然相得益彰，城市更加宜人。每一方花草中都有一个小景，每一处历史遗存里，都能阅读和触摸。在铁道北路的明水小站主题公园，有一座泉城书房。巧妙地把历史文化融入城市文化氛围中，确定了“读万卷书、行万里路”的设计理念，既保留了火车博物馆的车厢、轨道、煤油灯、老照片等老物件，又增添了书架、图书、阅览座椅等文化设施，为居民呈现出一个很好的读书和交流的地方，正

是“人民城市人民建、人民城市为人民”的体现。

一批高质量的教育、医疗、养老、文旅、体育资源集聚，并不断丰富完善，满足了人们对美好生活的多元需求。一条条美味休闲的创新创业街，一项项招才引智的人才政策，一个个高效便捷的人才家园……章丘坚持把人的舒适度作为标尺，打造品质生活服务体系，把最好的资源留给市民，聚天下英才而用之，为探索未来、成就梦想提供更大的舞台，让优秀人才竞相迸发，让创新活力充分涌流，真正成为人们追寻诗和远方的诗意栖居之地。

四通八达的立体交通网，既为章丘高质量发展铺就了前行的坦途，更为无数人打开了追梦的空间。政务服务“一网通办”，功能同样日渐丰富。只要企业有需求都可以联系项目管家，为企业提供全方位、个性化服务，实现了“一套材料、同时受理、并联审批、证照同发”。

提高城市软实力，一定是以人的获得感、幸福感、安全感为标准，以无穷的创造力打通城市筋脉，满足群众对美好生活的向往。奔着这个目标，一定会遇见更好的章丘，也让越来越多的人向往章丘、喜欢章丘、宣传章丘、留在章丘。

融入血脉，形成自觉

“水清清，山叠翠，泛舟百脉忘了回。东山月，彩云归，藕花深处醉了谁……”悠美的旋律，婉转的唱腔，从“常记溪亭日暮，沉醉不知归路”的意境，到绣江水流、白云晚棹、平陵春晓等特色景物描写、场景描写，展现了章丘气运生动、山水灵动的美丽画卷。这首原创城市歌曲《章丘美》一经发布，就以很强的传播力引起天南地北章丘人的心灵共鸣。而这正是章丘打造城市区域品牌，提升城市软实力的举措之一。

一座城市吸引人的，短期而言是旖旎风光，长久而言则是其独特的精神气质。在打造城市区域品牌中，从海报设计、歌曲创作、文明创建，到微信表情包使用、魅力章丘人推广、城市短视频传播……以推动文化“两创”为重点，在全省区县率先发布城

市区域品牌，荣获“2020中国城市品牌形象百优县市”，位列榜单第七名。如今，“中国龙山 泉韵章丘”城市区域品牌宣传语和以“敢闯敢创、善作善成”为内核的闯关东文化，以“千锤百炼、精益求精”为内核的铁匠文化，以“诚信明礼、互利共赢”为内核的儒商文化，已经深入人心，逐渐内化于行，增强了城市的竞争力、知名度、美誉度，提高了群众的幸福感、获得感、自豪感。

品牌是城市软实力的对外表达。伟大的城市，应该以纵横四海的品牌为筋脉。在“三大特色文化”引领下，处处可见章丘在品牌建设之路上努力的轨迹：聚力打造了中国重汽、伊莱特重工、圣泉集团、山东章鼓等工业品牌，齐鲁科创大走廊、国家级明水经济技术开发区等科创品牌，章丘大葱、明水香稻、高官甜瓜、龙山味道等农业品牌……这些，都已经成为城市软实力的象征，向世人展现着在继承发展中的创新力，兼收并蓄中的引领力，共生共荣中的吸引力。

如果说，城市区域品牌“三大特色文化”，锻造了章丘的时代风采，那么，这座城市里无处不在的“章丘温度”则是新时代文明实践雕琢出的文明之美。

一幅幅制作精美的公益广告影响人，一场场理论宣讲活动塑造人，一项项文艺“六百”工程感染人，一次次志愿服务温暖人；社会主义核心价值观如春风化雨，文明有“章”新十条引起市民群众热议，正成为行为规范；校园里的朗朗书声，医院里的和谐医患，黎明即起的环卫工人，企业辛勤工作的工人，田间默默耕耘的农民，每一个洋溢着幸福笑脸的人们……在新时代文明实践活动中，广大市民获得精神滋养，厚植精神力量。

千秋家国情，天地英雄气；追梦赤子心，遍开文明花……城市的伟大正在于此。无论身处何方，无论目标多大，热爱奋斗的身影，发自内心的自信，永不言败的自强，融入行动的自觉，都将化为这座城市奔跑向前的不竭动力。在章丘感受到的，不仅有眼前的无限风光，更有人间的浓浓真情。这，就是城市软实力。