

# 湘湖智库专家发言

▶▶▶ [上接 A1] -----

第二，对于一个城市边缘的湖泊来说，如何与城市接轨是商业繁荣至关重要的。否则，就有可能陷入孤立的境地，这会影响湘湖的吸引力，让人们感觉它是一个不方便的地方，虽然美丽宁静，但却缺乏人气。因此，在实现美观的同时与主城区保持紧密联系是一个重要任务。我们应该从整体上打造湘湖景区，包括商业布局 and 交通路线，以实现与主城区的更好连接。为此，有可能考虑将湘湖景区的环境、交通向东延伸一些，与地铁湘湖站无缝连接，使其更加贴近萧山主城区，同时更加方便杭州主城区游客乘坐地铁到湘湖来观光休闲。

第三，关于文化传达方式。湘湖有着丰富而厚重的文化，但与西湖相比，种类或总量可能还难以相提并论。我认为湘湖的文化传达应该是深入浅出的。“深入”体现在文化的根源上，例如跨湖桥文化、越国文化、贺知章等，但要浅显易懂，与现代文化联系紧密。并且，湘湖的空间格局、产业支撑和产城湖关系都有良好的基础和潜力，我们不妨可以谋划一点“出圈”的话题，吸引眼球，真正聚集人气。一旦人气形成，就能因人气需求倒逼优化提升。

第四，湘湖文化必须经得起专业人士的审查，需要具备权威性、准确性和可靠性。我们最重要的考量是湘湖能否利用产业循环所获得的价值来强化我们的文化自信，反哺保护传承湘湖文化，实现保护、传承、利用的可持续循环，这才是最关键的。

湘湖智库专家  
澎湃新闻副总编辑，  
胡宏伟



讨论湘湖建设时，我们需要思考湘湖的定位，也就是回答湘湖是什么。虽然西湖是我们最容易想到的参照物，但它不应该是唯一的参考。我认为还有两个参考，一个是钱塘江，另一个是萧山。

很多人讨论湘湖建设通常从旅游角度考虑，身为媒体人，我希望能从更广泛的角度，包括地理、历史、人文和改革发展史等方面，来思考给湘湖定位。我认为可以从两个角度来思考。

首先是关于钱塘江。如果将钱塘江比喻为一条龙，那么钱塘江实际上有两个眼睛，一个是西湖，一个是湘湖。尽管这两个湖都是由海湾型的泻湖形成的，但它们已完全不同。西湖在长期的中华文化浸润中是一个被驯化、更阴柔的地方，而湘湖则具有更大意义上的野性，更具张扬的气息。西湖已经被界定了，而湘湖尚未被确定。因此，湘湖存在很多可能性。

湘湖的气息、气质除了受到萧山的影响外，还更多地受到了钱塘江的影响。在杭州的各个县市区里面，杭州最桀骜不驯的地方毫无疑问是萧山，如果离开了钱塘江，我们是无法对萧山以及萧山的湘湖进行定位的。

我对钱塘江做个简单定义。钱塘江的参照物首先是黄河，黄河是中国的母亲河，但是因为黄河夹带大量的泥沙，黄河的入海口是个滩涂，所以它属于黄土文明，而不是江河文明。其次是长江，长江是非常典型的江河文明。再往后是珠江，珠江及其整个流域则是典型的海洋文明。只有通过与其他河流的对比，才能准确定位钱塘江，进而定位萧山和湘湖。我认为对萧山和湘湖的思考应该放在中国背景下进行，而不能局限在杭州范围内。

去年浙江卫视拍摄了一部名为《钱塘潮》的电视剧，我是该片的总顾问，这部片子在央视播出过。关于钱塘江和钱塘潮，我给它一个定位——在所有这些江河中，钱塘江最大的特点是通江达海，这是它的特点。我对钱塘江的定义是中国南方一条兼具海洋文明和江河文明双重可能性的重要河流。

在这个定义下，如何定位湘湖？提到湘湖，我首先想到的是在这里发掘的有8000年历史的独木舟。因为独木舟显然不是在平静的湖面上行驶，它与海洋有密切关系。同时湘湖8000年独木舟具有历史与文化的唯一性，只有独特的事物才具有辨识度。独木舟在湘湖的利用开发方面还没有发挥出足够的潜力。我认为，独木舟已经在历史上有明确的定位，我们可以在此基础上进行更多的探索和定义。除了独木舟，我还想到了越王勾践，在湘湖有

越王城遗址。在我看来，坚韧、勇武的勾践代表了钱塘江文化。尽管目前我们可能无法找到太多的关联文化遗存，但勾践是众所周知的极具代表性的人物。这是在钱塘江文化背景下对湘湖的定位。

其次，从萧山的角度来看湘湖。在改革开放历程中，萧山很长时间都是浙江第一经济强县，是改革发展的领跑者。萧山人的硬气和奋勇争先，与其和隔钱塘江相望的海宁一样，都是与伴钱塘潮而生的地理环境有密切的关系。还有一点需要注意的是，顺着钱塘江一路上溯，这里是钱塘江、富春江和浦阳江的三江汇合处。可以看出，富阳、桐庐与萧山的气质完全不同，原因在于萧山面对的是奔竞不已的钱塘潮，而富阳、桐庐面对的是丝滑、柔美的富春江。地理特征对城市气质的影响是巨大的。因此，湘湖更应该寻找的参照系实际上是钱塘江的特质，以及钱塘江与中国其他江河之间的差异，还有湘湖与萧山的关系。

与西湖相比，湘湖具有更强烈的时代特色。这个时代特征就是湘湖可以从两个方面来考量：一方面是回望历史，挖掘历史的厚重感；另一方面，湘湖更应该关照当下，用历史照亮未来。所有历史的光辉都是为了照亮当下和未来。这样的时代视角与萧山的勇立潮头精神以及四千精神等都是一脉相承的。虽然我们今天讨论的是湘湖旅游开发，但我认为我们应该跳出旅游的范畴来谈论旅游，这可能更有意义。从旅游开发角度来看，我相信湘湖相对是静态的，而湘湖必须着眼于更多动态的元素，其中一定有更强大的时代感和年轻感。湘湖没有必要成为第二个西湖，也不能成为第二个西湖，但我们可以学习和借鉴西湖的一些经验，最终打造属于萧山的湘湖。而且湘湖必须具有更强的时代感，面向未来，构建自己独特的辨识度。

在这样的思维下，我认为能否在未来的区域竞争和景区竞争中发出自己的声音非常重要，关键点找到湘湖自身的特点，找到湘湖更具时代特征的元素。只有在这个大背景下，我们既能推动湘湖的旅游发展，同时也能为萧山的发展赋能。我喜欢使用“大萧山”的概念，因为我当年第一次采访接触萧山时，就明确了它的定位——浙江的第一经济强县。无论是萧山雄厚的先进制造业基础还是萧山人硬朗的性格特征，我们不能忽视这些因素来讨论湘湖的发展。否则，那将不再是属于萧山的湘湖。

湘湖水利博物馆馆长，  
陈永明



在浙江古代湖泊中，能够越千年而依然留存，甚至更加璀璨的很少，六朝以前的浙江第一名湖临平湖，比现在东钱湖大三倍的宁波广德湖，都已湮没在历史的长河中。其实在湘湖漫长的历史演进过程中，它的发展路径与那些湮没的湖泊差不多，但是为什么湘湖能够重生？我认为，这不仅仅是一个经济现象，更是一个文化现象，这与萧山的地理、萧山人以及历届决策者紧密相关。他们将湘湖视作萧山的文脉，坚持不懈地进行规划和积累，不断努力和争取，最终实现了蝶变。因此，我认为这是一个值得研究的现象。

在我看来，湘湖的重生和美丽蝶变，是萧山践行“八八战略”的一个生动范例，也是习近平总书记提出的“绿水青山就是金山银山”理念的成功实践。二十年前萧山就启动实施湘湖的保护开发，这为习近平总书记“绿水青山就是金山银山”理念的提出，提供了生动的素材和成功的案例，值得研究。

湘湖的重生和美丽蝶变，是水利部门坚持“水利+”的成功实践，即跳出水利干水利，跳出行业服务地方发展。我相信，在现代化先行的大格局中，围绕湘湖产城人文湖的深度融合，水利在诸如作为备用水源的水资源保障、水生态提升等方面将继续发挥好作用。

水是湖之魂。在下一步工作中，建议应将湖和江（钱塘江、浦阳江）、湖和湖、湖和河的关系进一步提升，从连通到畅通，从水洁到水清，从美丽到美好，构建更高层次的河流伦理和水网格局。

湘湖不仅是萧山的湘湖，也是世界的湘湖。希望能通过国际化平台推介湘湖，讲好湘湖的故事，扩大湘湖的国际影响力和知名度。

媒董事长、湘湖智库专家  
企业家日报社副社长，杭商传  
马晓才



四年前的今天，2019年7月14日，杭商传媒总部入驻湘湖。四年来，我不但是湘湖创新发展的见证者，更是参与者。因此也对湘湖产生了深厚的情感。

我谈以下两点想法。第一，关于湘湖品牌的构建和现状及解决方案。湘湖在人文品牌的构建上已经做了许多工作，但在系统性、完整性、引领性上，还有不少提升空间。从宏观角度或者远处来看，拉起跨湖桥申遗大旗，或将成为湘湖发展的重要机遇。虽然申遗成功的概率不是太高，但申遗的过程，对湘湖的影响力、知名度、美誉度的提升，对湘湖的高质量发展，将产生巨大的影响；从微观角度或者近处来看，一些重要的城市或景区都拥有自己的IP，但迄今为止，湘湖还没有形成属于自己的人文IP品牌，打造人文湘湖IP全案，包括整体策划、IP视觉体系、产品体系、标识系统建设等，打造具有个性化、独特性的世界级人文湘湖IP，已成当务之急。杭商传媒与浙江大学文化创意研究中心、文旅规划与设计中心主任盘剑教授团队有着良好的关系，他们曾经为良渚文化申遗、大运河申遗、亚运会、深圳广电IP及相关文化衍生产品的设计与开发等，作出过卓越贡献。

第二，湘湖品牌如何进行国际化传播。从主流传播而言，人民日报海外版、中国日报、中国新闻社是不错的选择；从靶向传播而言，海外华文媒体值得考虑。2018年5月，全球165家华文媒体的代表来到杭州，参加由人民日报海外版与杭州市委、市政府共同主办的第三届海外华文新媒体高峰论坛，并发出《杭州宣言》。宣言领读者、人民日报海外版《日本月刊》主编蒋丰先生是杭商传媒的老朋友，可以通过他与相关海外华文媒体建立关系。

要进一步研究传播本身，做好湘湖品牌国际化传播研究工作，探讨如何进行传播、传播什么内容以及要实现怎样的目的，这样才能让传播更精准，更有效，更具有可持续性。我推荐杭商传媒的老朋友韦路先生，韦教授是浙江大学传媒与国际文化学院院长，浙江大学融媒体研究中心主任，中国网络传播学会副会长，主要研究领域为新媒体传播、国际传播、政治传播等。在他的研究领域，有扎实的理论基础与丰富的实践经验。

建立在本土化品牌构建基础上的国际化传播，可以使传播变得更有广度和深度。我相信，因为本土，才有可能成为唯一的；因为唯一，才有可能成为世界的。

湘湖智库专家  
杭州市委原副秘书长，  
王永法



对湘湖来说，“康养”“乐养”和“优养”正好符合其多样化的需求，多样化的需求就应该有多样化的有效供给，而这是湘湖可以做到的。

第一，湘湖发展的关键是如何根据六大优越要素进一步提升高质量发展，将湘湖打造成集“五湖”于一体的萧山湘湖，即把湘湖打造成为人见人爱的香湖、心心念念的想湖、放飞心情的翔湖、有口皆碑的响湖、幸福快乐的祥湖。通过吃、住、行、游、购、娱满足人们在湘湖的多样化需求。

第二，湘湖要强调并发展自己的文化特色，因为文化是湘湖区别于其他湖的DNA。任何一个旅游胜地的魅力，都在于独特的文化，不仅要看经济总量，更要看文化含量。湘湖通过文化赋能，真正实现生态与文化的深度融合，保护与经营的完美统一，充分展示其独特的诗意与迷人之处。

第三，加大宣传力度。过去是“好酒不怕巷子深”，而如今“酒好也要勤吆喝”。需要我们精心策划事件和炒作话题来提高湘湖的知名度、美誉度、影响力、吸引力。

湘湖智库专家  
浙江经视资深评论员，  
舒中胜



第一，湘湖和西湖虽然是姐妹湖，但是形象气质相差甚远。西湖内敛含蓄，而湘湖则更加野性。湘湖可以向西湖学习其长处，但要保有独特的个性和野趣。如果将湘湖变成西湖的复制品，那就失去了自身的吸引力。

第二，湘湖知名度不高，宣传力度不够是原因之一。我认为要让湘湖得到更多关注，必须举办浙江网球名师赛、湘湖美食节、冲浪比赛等一些活动，增加湘湖的热闹程度。同时应注意热闹与混乱是两回事，我们需要找到方法使湘湖变得热闹起来。

第三，深入研究跨湖桥文化并推广它。这种研究推广并不是说要撰写更多的专著，而是指通过一个书签、一个明信片，甚至是一个创意文创产品，引发更多人的关注。比如，中国美院的学生可以以湘湖8000年的历史为主题，举办一场造船或制作独木舟的比赛，让学生们亲自来动手制作这些小型独木舟。

第四，湘湖要热，产业要兴。如今，湘湖已经拥有中国视谷和现代会展中心等产业，可以借鉴深圳的发展经验，探索如何打造出强大的会展产业。

成员、副主任  
湘湖智库专家  
杭州市城乡建设委员会党组  
刘晓东



我想分四个维度来分析湘湖。第一个维度是从时间上，也就历史上的湘湖；第二个维度是从空间上，也就是发展轴线、城市空间布局；第三个维度是从硬件上，也就是交通的便利设施；第四个维度是从软件上，也就是湘湖的名气、影响力、品牌。我认为湘湖历史不短，轴线不清，交通不便，名气不响。

时间轴线方面，就是跨湖桥是8000年，良渚是5000年，西湖2000年都不到，运河1000多年。湘湖的历史比跨湖桥文化更加久远，要打造吴越文化，更应该强调的是越文化。越文化的基因和原点与湘湖结合得比较好，反映湘湖的历史可能更加准确。

空间布局方面，也就是从城市发展的轴线上，我们从西湖时代迈向钱塘江时代，从原来的沿江开发，跨江发展，到后来的拥江发展。西湖时代到钱塘江时代是比较成功的，现在可能又往西去，比如大城西科创走廊，但是未来城市轴线的另一个端可能就是湘湖。如果钱塘江是一条龙，那么西湖与湘湖便是龙的两只眼。湘湖这个区域非常有发展潜力，西湖时代、钱塘江时代，以后也许会有湘湖时代。

硬件方面，也就是交通设施上，我觉得现在湘湖的交通非常不方便，地铁湘湖站到湘湖差不多有一公里距离。西湖每年有3000多万游客，湘湖每年才这么一点人，西湖、湘湖从交通上如果考虑姊妹湖，就要考虑把西湖的人流适当向湘湖分流和引流。在交通上远期考虑是不是有到湘湖的地铁快线、专线，近期考虑是不是有到湘湖的专用公交，且能够免费。

软件方面，也就是软实力。虽然是姐妹湖，湘湖的品牌影响力与西湖相比还差很多，西湖一直名声在外，知名度非常高，湘湖知名度不够。要有一些大事件来带动，来影响，来策划，来塑造湘湖的品牌，提升影响力，比如亚运，比如马拉松，比如引进知名酒店。此外，湘湖周边的规划要统筹考虑，包括一些周边建筑、高压线等的拆迁。我记得有一个部队营房，其建筑对湘湖也很有影响。景观提升要总体考虑，统一规划，逐步实施。

湘湖智库专家  
杭州市西湖申遗专家组组长，  
陈文锦



湘湖的发展既向西湖靠拢，也在朝着自身的方向发展。因此，需要更明确地确定湘湖的定位，以便专注于不同的发展领域。例如，可以将一部分区域定位为现代旅游项目，满足现代年轻人对自行车、网球等活动的需求。另一些区域则可以与西湖接轨，并更注重意境和传统审美。

目前，湘湖缺乏一个全面展现历史文化的载体。除展示实体文物外，可以通过声光电等视听技术手段介绍湘湖，从而让游客更全面地了解湘湖。同时，跨湖桥文化和越王城是湘湖较为著名的文化平台，我认为应该将它们与湘湖联系起来，找出具有良好的空间对应关系的区域，以实现文化提升和空间的有效连接。

湘湖智库专家  
浙江大学社会科学学部主任，  
吴晓波



8000年看跨湖桥，五千年看良渚，两千年看西湖。杭州发展可以从不同角度进行观察。

从文化角度看，跨湖桥和良渚都是具有悠久历史的文化平台，西湖及其周边则是吴越文化的代表，而萧山更偏向越文化，具有更大的开放和进取精神。因此，我们可以将湘湖视为一个具有独特文化背景和延展空间的区域，而非简单地将其视为西湖的姐妹湖，而在定位上局限了自己。

从空间角度看，在过去的20年里，杭州经历了沿江开发、跨江发展和拥江发展。从西湖时代到钱塘江时代再到湘湖时代，我们应该思考下一步是否应该从更大的文化经济生态来看湘湖，并意识到这一历史时间轴的演进是与新时代高质量发展的契机相交融的。要重视湘湖除文化旅游外的另半个特色，即利用地域优势和文化软实力，形成与萧山，乃至大杭州和长三角国际级大都市发展相交融的高端科技开发与人才集聚的效应。如，围绕“院士岛”在湘湖南部建立高端研发集聚区（CRD），建立高端创意服务业总部特区等。因此需要高标定位并提前规划好面向未来的高端基础设施。

工程师、湘湖智库专家  
杭州市城乡建设委员会原总  
陈茜



作为一个萧山临浦人，我努力为湘湖做出贡献。

我认为，要以湘湖为核心，综合考虑景观、文化、产业、旅游、历史，甚至购物、基础设施、交通等各个方面，制定一个高质量、科学、全面的规划。

但需明确的是，规划工作是一个需要持续投入、不断完善提升的过程。湘湖目前仍在建设中，正是最有发展潜力的阶段。

研究所原所长、湘湖智库专家  
浙江大学水工结构与水环境  
刘国华



从水利的角度来看，保持湘湖良好的水质是其发展的先决条件。只有当山水皆好时，景色才会变得更加美丽。同时，我们还需要挖掘湘湖在人文、文化以及旅游等方面的资源，以增强景区的吸引力，这包括引进高端产业与企业的总部基地、研发基地和产业项目。通过这些努力，湘湖将成为萧山的一张亮丽名片。

（整理：周子青 张翼 刚瑞琦 丁家诚 审核：马晓才）