

杭州美丽生活行业点评与改革传播年度榜单发布， 湘湖驿、杭商传媒等上榜

徐梦琪 / 文

“杭州美丽生活行业点评与改革传播”2020年度榜单发布会,1月23日举行。湘湖驿、杭商传媒等上榜。

跨湖桥文化、良渚文化、楚楚西湖、巍巍钱塘,这座世界之城、山水之城、人文之城,千年文脉与山灵水秀定格着杭州的美丽生活。点评活动结合2020年杭州改革发展研究重点,根据杭州生活品

质行业点评总体部署,立足具有杭州特色的美丽生活文化、城市文化、行业文化和品牌文化,准确把握相关行业及领域的发展潮流和改革热点,发现美丽生活“现象”“区块”“事件”“人物”,开展“研究与讨论”“征集与推荐”“点评与发布”,产生了“2020杭州美丽生活行业点评与改革传播”年度榜单。

湘湖驿打造美丽党建风景线、时尚赋能杭州历史经典产业、杭商传媒传统

纸媒华丽蝶变上榜年度现象;杭州天目里艺术生活发生器、杭州中国丝绸城数字赋能新业态、杭州经纬天地创意产业园工业遗存转型示范点上榜年度区块;丝绸之路周互学互鉴促进未来合作、西湖玫瑰跑 & 南宋婚典让美丽加持运动上榜年度事件;PROYA、侯军呈民族品牌践行者上榜年度人物。

点评活动由杭州市改革研究与促进中心指导,杭州美丽生活点评组承办。来

自浙江省委宣传部、浙江大学、浙江理工大学、浙江工商大学、杭州市委办公厅、杭州日报社、杭州电视台、《丝绸》杂志社、《杭商》杂志社、杭州市城市品牌促进会、杭州东方丝绸文化与品牌研究中心、杭州市文化创意协会、杭州市摄影家协会等单位的专家和学者们参加了点评活动。

马哈聪 / 摄

行业典范、品牌榜样——品牌杭州· 产品品牌年度榜单发布

米鹿王莉 / 文

作为杭州生活品质点评系列活动之一的“品牌杭州·产品品牌”评选,历经两个年头,已有500多个优质本土产品陆续推荐给杭州市民,其中包括西泠印社、王星记、万事利、毛源昌、张小泉等优质产品,浓缩着杭州气质的器物之美与品质之光。

本届“品牌杭州·产品品牌”评选活动由杭州市城市品牌促进会、杭州市杭商研究会、杭州发展研究会、杭州传媒品牌促进会、杭州企业品牌发展促进会共同发起,继续秉持挖掘、推广我市“名企”“名品”的初心,并在前两届评选的基础上,更深入地挖掘产品品牌内涵,构筑代表杭州城市品牌形象的产品品牌集群,助力杭州亚运,助推杭州品质生活。

本届评选活动经过产品征集、公示投票、考察调研、评审会四大阶段,聚焦产品品质和品牌价值两大评价维度,涵盖产品品质认证、品牌生命力、品牌文化力、品牌美学力、品牌创新力等多个评价指标,最终评选出了生活品质杰出奖、生活品质贡献奖、生活品质新锐奖、生活品质提名奖四大奖项。

◎生活品质杰出奖

杭州这座城市既有传统韵味,又有时代气息,融合了东西方文明,也孕育了一批极具代表性的特色产品:万事利的夫人礼瓷瓷套装,引西子湖水蓝入瓷,融牡丹、如意、山水为画,象征着花开富贵水云禅心的美好寓意;杭州采芝斋的坚果什锦藕羹,以尖头白莲为原料,经过十几道工序,制成的藕粉形如霜雪、白若鹅毛,晶莹剔透,清甜细腻;天竺筷的进取有礼双筷套装,倡导健康生活理念,引领文明新时尚……

类别	企业	产品
时尚	杭州利民中式服装股份有限公司	振兴祥·真丝素绉缎手绣西湖十景旗袍
时尚	杭州万事利丝绸文化股份有限公司	万事利·夫人礼瓷瓷套装
时尚	杭州奥罗拉实业有限公司	奥罗拉·十二星座系列双面印花色方巾
时尚	浙江美嘉服饰有限公司	美标·美肤假柔蚕丝/玻尿酸面膜
居住	浙江凯雅国际股份有限公司	凯雅雅·夏凉被“黄金被”
居住	杭州源牌科技股份有限公司	源牌RUNPAQ·纳米导热复合蓄冰设备
美食	杭州龙冠实业有限公司	龙冠龙井·金镶钉G30
美食	杭州豆制品食品有限公司	鸿光浪花·黄金豆腐
美食	杭州采芝斋茶业有限公司	艺福堂·水色西湖龙井茶礼盒
美食	杭州顶峰茶业有限公司	顶峰茶业·G20礼盒西湖双壁
美食	杭州绿盛集团有限公司	绿盛·农夫与海绿盛鱼柳夹牛肉粒
美食	杭州采芝斋食品有限公司	杭州采芝斋·坚果什锦藕羹
文创	杭州西泠文化创意有限公司	西泠印象·乾/便便携式印章
文创	杭州西泠文化创意有限公司	西泠印象·方物便携文具盒
文创	杭州特美刻实业有限公司	特美刻·银茶隔茶水分离玻璃杯
文创	杭州天竺筷厂	天竺筷·进取有礼双筷套装
文创	浙江凯氏儿童用品科技有限公司	Kidsmile·天使磨甲器
文创	杭州承香堂实业有限公司	栖羽香房·杭州味道观烟香
健康	浙江富盐业集团有限公司	雪涛·澳洲盐系列
旅行	杭州淘马科技有限公司	Tajezzo 探险者系列

◎生活品质贡献奖

不断的技术创新、不懈的产品设计,给到消费者高品质的体验;三菩提致力于传承香文化,遵循祖制仪轨,选料天然,工艺严谨,零化学添加;西泠印象的隐观便携香器炼制铜印之法,传统文化和现代理念的碰撞与融合,力求复兴这流传千年的铜印篆刻;杭燃的“南方‘分户式供暖’”,可让用户根据自身实际情况自由设置供暖时长、温度……

类别	企业	产品
居住	杭州三菩提文化艺术有限公司	三菩提·香生活·杭州味道系列
居住	杭州富缘家纺科技有限公司	丝绸之路·金镶玉技术蚕丝被
居住	杭州膳佳家居用品有限公司	膳佳·梦回良渚青瓷杯
美食	杭州绿盛集团有限公司	绿盛·绿盛牛肉干
文创	杭州西泠文化创意有限公司	西泠印象·便携香器
文创	浙江华云文化传播有限公司	华云文化咖·避娃英语
文创	杭州楚宝堂文化艺术有限公司	楚宝堂·西湖银壶
文创	杭州楚宝堂文化艺术有限公司	楚宝堂·中华国筷
健康	浙江凯嘉雅国际股份有限公司	凯嘉雅·N95级真丝防护口罩
健康	杭州市燃气集团有限公司	杭燃·供暖者——南方“分户式供暖”

◎生活品质新锐奖

年轻的理念、持续的创新,赋予了产品更多的人情味,也为用户的生活带来全新的品质提升:网易严选的夜与茶坚持匠心打造,融合现代食养精髓,重新调配比例,更加符合现代年轻人消费营养需求;拓物的亚克力系列灯具结合城市地标、打造文旅IP,极具地域特色,是一份带得走的地域文化……

类别	企业	产品
时尚	读布科技(杭州)有限公司	布料图书馆·TEXTILE+·科技丝绸
居住	杭州膳佳家居用品有限公司	膳佳·煎煮2个人茶具套装
美食	杭州卓品烘焙科技有限公司	星耀堂·星曲奇
美食	杭州网易严选贸易有限公司	网易严选·夜与茶
美食	杭州宏逸文旅发展有限公司	逸大叔·猪小妹绿豆糕
文创	杭州剑密视界艺术品有限公司	剑密视界·青韵轩系列——《拱宸桥》茶具
文创	杭州拾古为文化创意有限公司	拓物文创·亚克力系列灯具
文创	杭州丰受堂制墨有限公司	丰受堂·富春八景墨
健康	爱美蒂(杭州)科技有限公司	艾美蒂·艾美蒂冻干口罩
健康	恩曼时尚科技(杭州)有限公司	乃丝·双面真丝防晒口罩

◎生活品质提名奖

前沿的产品理念、良好的社会效益,催生出了一系列独具杭州特色的品牌产品:茶都的西湖龙井茶,选在西湖龙井核心产区,经过初选分级、大师炒制,茶香四溢,回味悠长,是西湖龙井特级中的优质代表;倍艺蒙的黑龟纹香云纱连衣裙,独一无二的设计风格,国际化的先进生产工艺,每一个手绘都倾注了设计师的无限精力,堪称艺术精品……

类别	企业	产品
时尚	杭州悦迈服饰有限公司	倍艺蒙·黑龟纹香云纱连衣裙
时尚	杭州安润护肤品有限公司	朴素·丝润净颜护肤套
时尚	杭州新天地服饰工贸有限公司	慕丝·MOSI
居住	杭州网易严选贸易有限公司	网易严选·星愿杯 双层耐热玻璃杯
美食	杭州茶都茶业有限公司	茶都·西湖龙井茶
美食	杭州珍选电子商务有限公司	五谷聚·益生元黑芝麻丸
美食	杭州西湖风景名胜区文化旅游有限公司	醉西湖·四季小酒
美食	杭州西湖风景名胜区文化旅游有限公司	醉西湖西湖龙井·磨磨擦
文创	杭州粉打科技有限公司	粉打·自助3D打印机
旅行	杭州娜么美科技有限公司	娜么美·心动礼品套餐

新一轮“品牌杭州·产品品牌”评选榜单的出炉,为更好地展示杭产品,树立行业典范和品牌榜样,促进品牌与品牌间、品牌与机构间的交流互动,带动城市新消费,助推城市经济发展贡献力量!

“视频化生存”时代的 “视频化表达”

华东周刊特约评论员 徐迅雷 / 文

“抖音短视频的勃兴,契合社交化传播,满足了即刻分享生活点滴的需求,而且提供了用户视角——用自己的方式看世界。”1月21日,杭州电视台生活频道、杭商杂志承办的《杭州湾会客厅》专题探讨抖音、视频,传播学专家、浙江工商大学人文与传播学院副院长李蓉说得清晰明白。

“如果你在2012年错过了公众号,在2018年错过了抖音,那么在2020年,你不能再错过视频号了。”一年前的1月22日,微信视频号悄然出现;如今,微信已经走过了整整十年。在1月19日的“微信之夜”上,微信事业群总裁、“微信之父”张小龙披露相关数据:每天有10.9亿用户打开微信,3.3亿用户进行视频通话,上传发表短视频达1亿条!

这是“视频化表达”“视频化生存”的时代。微信对视频号的定义是:“一个人人可以记录和创作的平台,也是一个了解他人、了解世界的窗口。”1月22日昆明劫持人质案中,蓝衣女记者稳住嫌犯的视频传遍天下。现场击毙嫌犯的枪声清脆响亮,许多人是第一次听到真实的枪声。而这位女记者才刚刚拿到记者证,她成为了“谈判专家”,无数人为之点赞。现场画面,配上采访知情人——云南省记协副秘书长叶茸介绍女记者的画外音,这样的视频,切切实实成了一个“了解他人、了解世界的窗口”,也印证了“用自己的方式看世界”。

融媒体=人才+内容+平台(介质)。“无视频,非融媒”。微博、公众号、B站、小红书、快手、抖音、视频号,每一次新平台的诞生,都会造成注意力的集聚,缔造一批新生的意见领袖、网红达人,不少网络小白短时间就逆袭为网络大咖,诸多“爆款”内容,为他们带来巨大的流量与可观的财富。

在视频化表达的“风口”,技术赋能是重要的,但更重要的是人文赋能。平台需要技术,内容需要人文,所以最终要从技术逻辑走向人文逻辑。平台为基,内容为王,人才为本——这样才能真正做好有传播力、有影响力的视频。“内容为王”,不说这是真理,但这肯定是常识。而视频内容创作,更能呈现真实情景与自由心境。

“杭商需要吼一吼,传媒应该抖一抖!”1月21日,杭商传媒抖音号、视频号启动上线,主旨是“传递温暖,传播美好”,努力赋予视频“靶向能力”,从而把更多的做实业的杭商通过视频推送给更多的受众,尤其是年轻人。务实实干的杭商,本身就是温暖的传递者、美好的创造者。我们知道,所有用来传播的内容,大都可分成两种:一种需要花脑力理解的内容,简单来说就是学习;一种是不需要花脑力、很容易消费、在人的舒适区的内容,也就是娱乐内容。而把这两者结合好了,就是“靶向”内容。做“有思想,有主张,有情怀,有故事”的视频号、抖音号,杭商形象的视频化呈现就会生气勃勃。

每个人都可以做现场的记录者、信息的发

送者、故事的讲述者、价值的传递者。作为公开领域的视频平台,人人皆可创作。无论是“普法小王子”罗翔说刑法的视频,还是历史学者袁腾飞说历史的视频,口述的内容通过影像呈现,显然比文字过瘾。对于普通用户而言,从拍到看,智能手机成了最便捷的记录器和阅读器。有网友戏言:“中华文明的先进之处:外国人吃饭只懂得用刀叉,两只手都没空;而我们的祖先发明了筷子,可以边吃饭边玩手机。”截至2020年6月,我国网络视听用户规模达9.01亿。抖音和快手的用户,每天把超过5000万条短视频上传到App上。短视频与顶级流量密切相关,而现在为了方便手机收看,竖幅短视频也越来越多。

如今,社交性、互动性,已然成为用户的第一需求。微信视频号推送“三部曲”中,关注、好友推荐、机器推荐的理想消耗比例是1:2:10。与抖音快手相同,微信视频号的互动方式也是点赞、评论、转发三部曲,所不同的是,微信视频号延续了朋友圈的浏览模式,而缺乏抖音、快手上的浸入感,这就需要内容在声音和画面上更具吸引力,创作要求更高——这是“流”的差异,导致对“源”的要求更高了。

“无直播,非平台”,短视频+直播成为新的流量模式。在“微信之夜”上,张小龙的演讲朴实实在,干货满满,1个半小时分享中有1小时讲视频号,讲它的意义、直播的价值、机器推荐的作用,以及一些新实验。在《杭州湾会客厅》上,杭商与专家一起探讨视频的制作、抖音的传播——台上五位,一流表现,有静有动,各有所长,引领精彩,配合默契。这些都通过网络直播第一时间推送,能让受众观看时目不转睛,回想时手动点赞。网络视频直播,更加体现“媒体平台化,平台媒体化”的平台融合。而直播的一大特点,即没有“零形回指”——在语言学中,“零形回指”是一种“语言缩减”现象;没有“缩减”的原始直播,事实上对内容创造者也提出了更高的要求。

“视频化生存”机会无限,“视频化表达”精彩纷呈。无论是定义互联网,还是定义抖音、快手、视频号,一个关键词就是:可能性。“不被看好的事情,才有戏。”视频化表达,完全有可能成为下一个十年内容领域的一个主题。

人才为本,内容为王,情怀为魂,呈现意象美、内涵美、韵律美、表达美,那么最终一定能够做到“传递温暖、传播美好”。



●杭商传媒视频号



●杭商传媒抖音号