

活化江南品牌 惠及百姓生活



●徐志强 摄

■ 陶冠群

今年以来,苏州全市围绕打造“江南文化”品牌和实施文化产业倍增计划两项重点任务,聚焦项目招引和项目建设,取得了积极进展和成效,涌现出不少亮点。记者从近日召开的苏州市文化产业高质量发展暨“江南文化”品牌建设现场推进会上了解到,包括近日发布的重点文化产业项目任务清单中的 65 个项目在内,目前全市共有 100 多个在建或新建文化产业重点项目,计划总投资超 1200 亿元,今年计划投资近 200 亿元。

推进会上发布的《苏州市 2021 年重点文化产业项目任务清单》引发全场关注。这份清单坚持“高效协同”“优先发展”“快速推进”3 个导向,突出“典型示范”“责任细化”“精准施策”3 个重点,并建立“跟踪督办”“项目走访”“定期会商”3 项机制。根据清单明确的任务狠抓落实,苏州有望在年内收获一批活化江南品牌、惠及百姓生活的文化产业新成果。

数字文化添动力 增强产业竞争力

2021 年伊始召开的苏州市文化产业高质量发展大会明确提出,要以数字文化产业为龙头,聚焦“1+N”重点领域,构建具有苏州文化特点和核心竞争力的现代文化产业体系。大会召开 100 天来,苏州各地加大项目引育力度,涌现出一大批新签约项目。阿里、腾讯、喜马拉雅、上影集团、数传集团等多个头部平台型企业在苏投资布局。近日启动建设的阿里大文娱苏州中心·周庄数字梦工厂项目就是其中一个重要项目。该项目选址位于周庄镇天花荡,总投资 30 亿元,建设起止年限为 2021 年至 2023 年,首期将推出《清明上河图密码》,打造国内最大的宋代实景影视基地和国内技术领先的摄影棚,并通过阿里文娱的专业平台与阿里巴巴商业生态互动,形成“内容开发—人才聚集—商业与 IP 合作—平台流量加持—文旅商业变现”的城市

内容发动机,打造全新的文旅产业生态链。

“从筹备立项到开工奠基,一路走来,我们的项目得到了江苏省、苏州市、昆山市和周庄镇各级政府的高度重视和支持,在此衷心致谢。”阿里文娱首席运营官、阿里巴巴集团副总裁戴玮说,希望该项目能成为数字文化产业和科技文旅的行业标杆。阿里文娱将以此为契机,加强与苏州的合作,在影视、综艺、现场演出、纪录片等方面,全方位地为苏州文化产业倍增计划和“江南文化”品牌建设贡献自己的力量。

纳入《苏州市 2021 年重点文化产业项目任务清单》的 65 个项目中,包括周庄数字梦工厂在内的数字文化类项目有 26 个,显示了苏州大力发展数字文化产业的决心和信心。

京东方艺云数字文化产业基地项目正在洽谈中。京东方集团旗下的京东方艺云拟在吴江区打造集苏州湾数字艺术馆、数字艺术显示国际标准协同创新中心、研发中心、营销中心及运营中心于一体的产业基地,进而打造数字文化、数字文创、数字经济的产业生态圈。项目计划 5 年内分两期完成投资,第一期 1 亿元的投资计划今年年内完成。

苏州仙峰网络科技股份有限公司是一家研发、运营、发行一体化的综合性游戏企业,也是国家文化出口重点企业、江苏省重点文化科技企业、苏州市“独角兽”培育企业。目前,仙峰游戏总部大楼项目正在苏州工业园区积极推进。该项目预计总投资 1.6 亿元,总建筑面积 3.71 万平方米,规划有游戏研发中心、艺术设计中心、发行运营中心、行业资讯中心等主要功能区,可容纳 1000 名员工办公,计划今年年内投用。

文旅融合育新机 提升百姓幸福感

文化产业和旅游产业密不可分,文商体旅融合是未来文化产业发展的重点方向之一。列入上述任务清单的 65 个项目中,属于文旅融合类的多达 29 个。

张家港正在打造沙洲优黄文化展示中心。该项目建设地点与江苏张家港酿酒有限公司的酿造厂区连接,计划总投资 5 亿元,规划有沙洲优黄博物馆、陈酿酒库、生产工艺展示、酒文化宣传等区域。整个项目计划于今年上半年完成内部装修装饰,下半年试运行。该项目也是苏州入选 2021 年全省重点文化和旅游产业项目名单的 9 个项目之一。

常熟沙家浜华侨城唐市古镇大型文旅综合体项目,以“一镇一浜,二田三市”为规划重点,围绕沙家浜旅游度假区及唐市镇板块联片开发,包括唐市时光小镇、欢乐田园等子项目,致力打造集互动体验、康养休闲乡村于一体的多元化小镇,将来成为苏州、上海乃至整个长三角地区居民的周末旅憩地和休闲度假目的地。该项目中的唐市文创展示中心已经对外开放,一期商业店铺等计划于今年年底完工并招商开街,业态涵盖餐饮、旅游商品、休闲娱乐、主题民宿及特色民俗演艺等。

太仓正稳步推进被列入全省重点文化和旅游产业项目名单的恒大文旅城、复星复游文旅城等现有项目的建设进度。目前,恒大文旅城主城堡、童话大街、中心园林、中心湖及 34 个单体桩基施工已全部完成;复游文旅城项目的阿尔卑斯雪世界建设有序推进,时光小镇预计 5 月开工。两大文旅项目预计 2023 年建设完成并对外开放。此外,德国风情街等 23 个签约文旅产业项目也按计划在建设中。

位于苏州高新区的狮山文化广场占地 1213 亩,规划建设苏州博物馆西馆、苏州科技馆、苏州市工业展览馆、艺术剧院、狮山公园等多个市级文旅项目及相关配套设施。整个狮山文化广场项目也是 2021 年全省重点文化和旅游产业项目之一。各子项目自 2018 年 3 月起陆续开工,计划于今年 9 月起分区逐步开放,2023 年 6 月全面建成开放。

去年底签约的浒墅关古镇文旅项目总投资 164 亿元,将以大运河文化保护为宗旨,以苏州大运河河水会客厅、长三角文化旅游融合发展示范区、国际运河文化旅游休闲目的地为定位,分 3 期打造。高新区致力将该项

目建设成为苏州“运河十景”中“最有影响力的一景”、大运河文化带中“最精彩的一段”。

本土企业显身手 风起江南添光彩

江苏蓝园是苏州本土成长起来的文化企业,从 2007 年成立至今,通过市场资源的盘活利用,将城市老旧空间打造成承载城市文化发展的新空间,建设完成了一系列各具特色的“蓝”文化产业园区。这些产业园区中既有为中小企业提供全方位孵化扶持特色的“文创园、科技园”系列,也有为大型企业与研发型企业定制的“总部产业园、5A 写字楼”系列,还有文旅体产业集聚的“SPORT 产业园”。

“城市老旧空间是有历史和故事的,它的改造并不只是简单的空间重塑,还包括文化与故事的传播。”江苏蓝园文化产业发展有限公司总经理陈莉说,“蓝园希望每一个留存城市变迁印记的场所,都可以重焕建筑形制上的岁月光华,更希望为我们的城市印记在今日的新生‘铸魂’。”

蓝·芳华文化创意园是姑苏区旧工业文明成功转型的典型代表,通过城市更新的集约节约模式进行改造,此处老旧电子厂成了汇聚“影视动漫、非遗文化、视频直播、网红打卡”于一体的数字文化产业社区,目前入驻近 200 家优质企业,其中数字文化类企业有 118 家。园内相关动漫企业参与了《大圣归来》《姜子牙》《大头儿子小头爸爸》等优秀影视作品的制作。

“我们将继续活化利用好‘江南文化’基因,推动文化产业与关联业态深度融合,加快实现文化产业转型升级,努力打造更多更好更具特色的文化产业园区,为苏州文化产业发展助力。”陈莉说。

此外,吴中区的太湖园博园“太野·柳舍”项目和相城区的青蓉中日工业设计村、阳澄湖(消泾)中日手作村等一批重点项目同样由本土企业作为投资主体和建设主体,项目建成后将为丰富文旅消费场景、助力文旅产业发展做出新的贡献。



●泰华施市场部经理陈诗刚向观众演示产品

国乃至全球商用清洁技术发展的主流。”周润泽说。

国外品牌泰华施在展会上展出了全球第一款座驾式真空吸尘器,这就是荣获了 ISSA 2020 创新大奖的 TASKI 设备。泰华施市场部经理陈诗刚表示,TASKI 这款座驾式吸尘器,吸尘效率可以达到 3500 平方米/小时,吸尘效率远远超过目前市场上的桶式吸尘器和直立式吸尘器。

谈到如何看待中国清洁技术产品走向国际,陈诗刚认为,中国的清洁产品,特别是设备已经走向国际了,中国的制造能力,或者说组装能力位居世界前列。

助力“五个济南” 花开并蒂 成为城市文化品牌

■ 于悦

4 月 21 日上午,济南市委市政府召开新闻发布会,就增选玫瑰为济南市市花的相关情况进行介绍。济南市政协农业和农村委员会副主任王濯缨介绍,近年来,随着社会的快速发展,人民对美好生活的需求不断提高,济南市社会各界人士和广大市民对增选玫瑰为济南市市花的呼声逐渐提高。

近几年济南市“两会”期间,有多位政协委员提出了将玫瑰增选为市花的建议或提案。2020 年“两会”期间,两位政协委员提出将玫瑰增设为济南市花的建议。玫瑰作为市花在两会上提出,在花农、玫瑰企业从业者和文化学者中间引起了强烈共鸣。许多城市都有两种市花,如北京市花为月季、菊花,青岛市花为耐冬、月季,南昌市花为金边瑞香、月季,合肥市花为桂花、石榴。

去年 4、5 月份,市政协农业和农村委员会与平阴县政协联合开展了“玫好生活、瑰丽绽放——做大平阴玫瑰产业”的电视专题《商量》,两政协委员建议把平阴玫瑰打造成济南的第二市花,并得到与会委员、专家的一致认同,形成了共识。

玫瑰承载着历史,在历史演进中,玫瑰不单单是一种花,而是一种历史和文化的载体,有着丰富而深厚的内涵。近年来,玫瑰产业通过科技创新拉长产业链,打造叫得响的深加工产品,形成全国性的销售集散地,品牌名气越来越大、越来越高,附加值也越来越高,发展前景十分广阔。

荷花有着高雅、纯洁、出淤泥而不染等多重寓意,玫瑰又是浪漫、爱情、和平、友谊的象征,将玫瑰的浪漫气息与荷花的纯美轻灵有机结合,二者相得益彰。玫瑰有“予人玫瑰手有余香”的美好寓意,可以进一步丰富济南形象的内涵和外延,丰富一个城市独具特色的人文景观、文化底蕴和精神风貌。

增选玫瑰为市花,花开并蒂,共同成为城市的文化品牌,对提升济南城市新形象、助力“五个济南”和新时代现代化强省会建设具有积极推进作用。

湖南推进“湖湘精品” 中小企业品牌能力提升

■ 吴公然 陶韬

4 月 20 日,由湖南省工信厅主办的“湖湘精品”中小企业品牌能力提升行动推进会在长沙召开。全省工信部门中小企业分管领导以及“湖湘精品”试点企业、品牌服务机构、部分国家和省级“专精特新”小巨人企业代表 500 余人参加会议。

会上,品牌专家裘爱岛定位咨询 CEO 刘亮、北大纵横高级合伙人蒋文剑进行了专题辅导,省内知名企业湖南中烟工业有限责任公司分享了品牌提升经验,品牌服务机构代表湖南竞网智赢网络技术有限公司、湖南满缘红质量技术创新发展有限公司、新净信知识产权运营有限公司分别进行了品牌服务推介,湖南飞沃新能源科技股份有限公司、湖南瑶珍粮油有限公司作为“湖湘精品”试点企业代表进行了发言。

本次会议,共形成了各类品牌服务合作协议 120 个,其中,30 个单位现场签署协议 15 个,签约内容涉及品牌培育、品牌传播、品牌保护等多个领域。

湖南省工信厅党组成员、总经济师熊琛表示,省工信厅将聚焦中小企业品牌规划、创新、品质、数字化、服务以及推广等 6 大方面核心能力的提升,推动“湖湘精品”成为引领全省中小企业“专精特新”发展的新标杆。未来 3 年,每年组织 100 户小巨人企业实施“湖湘精品”中小企业品牌能力提升试点,带动 1000 户以上中小企业参与品牌能力提升行动,培育 30 户左右“湖湘精品”中小企业品牌能力提升标杆企业。

今年 2 月,省工信厅出台了《“湖湘精品”中小企业品牌能力提升三年行动计划(2021—2023 年)》,旨在打造一批“记得住、叫得响、走得出的“湖湘精品”品牌,提升中小企业专业化水平和能力。3 月,省工信厅发布了 2021 年“湖湘精品”中小企业品牌能力提升 100 家试点企业名单。



●签约仪式

清洁智能产品扎堆亮相北京国际清洁展

■ 苏向东

爬墙高空作业机器人、深度清洁机器人,可进入高感染风险区域进行清洁消杀的智能扫地机器人,以及无人驾驶清扫车、镜面清洗机……一系列世界级最新高科技清洁智能产品,清洁行业的新技术、新场景,19 日扎堆亮相北京国家会议中心“首届北京国际清洁与维护展览会”。这个人们熟悉又陌生的清洁领域的高科技展,开展一天多,已经吸引了万余名观众的眼球。

这是来自荷兰的全球规模最大、最为专业的清洁行业第一贸易展览会 INTERCLEAN 首次引入中国。16500 平方米的展厅内,来自荷兰、意大利、德国、美国、日本、英国等全球 10 多个国家的 150 家清洁行业品牌企业云集,展出内容涉及清洁设备、环卫、智能清洁、医疗卫生、蒸汽高压清洁、窗体清洁、卫生间、垃圾分类、清洁管理与移动解决方案以及其它相关产品和配件等,一站式展出清洁产业链产品及解决方案,实现了清洁产业链全覆盖。

此次展会吸引了 KARCHER、TENNANT、Diversey、RPC、i-team、IPC、TERAMOTO 等众多历史悠久的国外品牌,扎根于本土的 GadLee 嘉得力、亿力、高仙、禧涤智能、浩睿智能、赛特智能、布科思机器人、瑞沃、海德汽车等民族品牌同样令人瞩目,前来洽谈合作的客户围满了展台。

“未来中国将是全球最大的清洁市场。”德国卡赫贸易(中国)有限公司大中华区总裁唐晓东告诉记者。

作为全球清洁行业的领军者,德国卡赫专注从事清洁行业已经 86 年。1995 年进入中国,

20 多年来,一直以技术引领整个行业的发展和趋势,在中国的市场销售稳居第一。

此次展会上,卡赫重磅推出了专门服务中国市场的卡赫第 2 代智能商业清洁机器人,预计下半年批量上市。唐晓东说,“我们展出的产品都是专注于后疫情时代的一整套深度清洁方案,比如全球最新款次氯酸钠消毒液,相比大家常用的 84 消毒液次氯酸钠,对人体无任何伤害,杀菌消毒效果非常高效。”

“中国是最大的经济体,拥有庞大的城市聚居人群,清洁是最大的刚需,中国清洁市场发展前景广阔。”唐晓东表示,“卡赫的发展受益于迅猛发展的中国市场,过去 5 年来平均增长 30%以上。作为全球清洁科技的领导者,和此次北京国际清洁展会的发起单位,卡赫将以实际行动反哺中国,帮助和引领清洁行业的发展和提升。”

广东“嘉得力”是深受海内外客户青睐的中国清洁品牌。此次展会展出了全新的无人驾驶洗地机 GR1 以及智能化整体清洁方案,涉及到室外清洁、室内清洁、餐厨清洁、停车场清洁、扶梯清洁、卫生间除味、来机房除味、IOT 技术应用等,让客户从以往的单纯选购设备,实现了“设备+药剂+人工智能化”的全方位整体清洁方案。

作为有着近 30 年清洁行业经验的供应商,嘉得力见证了中国清洁行业的发展。

“30 年来,中国从最初专业清洁设备基本依赖进口,发展到今天民族自主品牌和国外进口品牌相互促进的局面。从全球市场看,国内和国外清洁设备市场的份额还有不小差距,但随着近几年国内制造业的水平飞速发展,国产清洁设备通过不断努力和研发,目前已经可以和进口产品比肩。”广东嘉得力副总

经理郭超键告诉记者,“在国家建设美丽中国的号召下,国内的清洁标准和要求也在不断提升。中国制造的清洁设备具有性能稳定、性价比高的特点,在国内外受到了普遍认同,从过往的进口设备购买价格高,维护成本低,到现在使用国内制造的产品价格合理,维护成本低,同时质量上也获得了较高认可。”

同样是优秀民族品牌的“国邦”,是全球率先启用数字化智能管理的清洁解决方案提供商,在智能化产品方面独树一帜。此次展会,国邦 i-Synergy 4.0 清洁智能信息共享平台正式推出,立即成为焦点。国邦 CEO 陈乃邦表示,中国清洁设备技术越来越受到全球同行的瞩目,在 AI 开发技术上,中国已经处于世界领先地位,有望跻身全球清洁设备技术前沿。

民族品牌“禧涤智能”被称为中国清洁行业的“领头科技部队”,一直致力于探索清洁产业智能化改革的道路,打造出了适合于国内传统清洁服务发展的智能清洁设备产销服务闭环。在疫情防控期间,“禧涤智能”提出的多功能智能消杀解决方案,给传统清洁消杀工作带来了巨大帮助及变革。

据禧涤智能(北京)科技有限公司市场经理周润泽介绍,禧涤智能是一家商用清洁机器人制造商,拥有完整的清洁机器人生产、销售、服务链条。公司成立 5 年来,已将产品铺设至国内、外各类公共场所。

“传统清洁服务在人口红利消退的进程中,受到很大影响。清洁机器人备受海外市场关注,正是因为高昂的人力成本所致。中国清洁行业也将面临招人难、用人难、额外工时成本居高不下等难题,智能清洁机器人的出现有助于大幅缓解保洁公司的压力,将成为中