

# 企业家日报 中国品牌

## ENTREPRENEURS' DAILY

Chinese brand weekly 东裕·汉中仙毫协办

今日 4 版 第 248 期 总第 10228 期 企业家日报社出版 值班副总编辑:肖方林 主编:赵敏 责编:袁红兵 版式:黄健 全年定价:450 元 零售价:2.00 元 2021 年 10 月 10 日 星期日 辛丑年 九月初五



### 首届“北京国际品牌周”在京启动

王薛滢

9月25日,以“品牌的力量”为主题的首届“北京国际品牌周”启动仪式暨“北京国际品牌周论坛”在北京梅地亚中心举行。中国国际公共关系协会战略传播委员会执行主任刘小宁作为发起人介绍“北京国际品牌周”有关情况。

作为首次纳入北京国际设计周独立活动单元,本次“北京国际品牌周”由北京国际设计周组委会、中国国际公共关系协会、中国国际贸易促进会共同主办。活动以探讨和实践品牌国际化的传播,培育具有自主知识产权、独具特色的产品品牌、企业品牌和国家品牌为宗旨。

据刘小宁介绍,举办“品牌周”,就是通过打造一个开放的平台,开展各种形式的活动,整合品牌传播方方面面的资源,为品牌传播提供全方位、系列化专业服务。

本次“品牌周”共有四个特点:“一”是一个平台,一个品牌传播的专业服务平台。“二”是两家机构,中国国际公共关系协会业务主管是外交部,国际商会和中国贸易促进会是“一个机构,两块牌子”。上述两家“品牌周”发起主办机构都是涉外专业组织,而“品牌周”服务的重点是助力品牌对外推广。“三”是三个对象,“品牌周”服务品牌人物、品牌组织、品牌地区。品牌人物是为品牌传播做出突出贡献的人;品牌组织重点是企业及其产品和服务;品牌地区是指国家和城市形象。“四”是四项活动,“品牌周”每年组织四项活动:权威发布、高峰论坛、竞赛颁奖、展示交易。权威发布主要是发布品牌传播行业发展报告、品牌传播国际影响力榜单等;高峰论坛主要是就品牌传播热点、难点问题发表议论、进行研讨;组织大赛主要是“品牌进校园”活动,在大中专院校组织品牌大赛,向青年学生宣传品牌的作用和意义;展示交易主要是举办品牌产品的国内国外、线上线下展会。

品牌创新是推动企业可持续发展的源动力和企业高质量发展的指向标。在“北京国际品牌周论坛”上,来自国内知名品牌专家、北京市有关部门和部分企业家代表等100余人聚集一堂,围绕“品牌传播的国际视野与格局”“如何打造全球化的IP内容品牌”等话题展开深入探讨。中国外文出版发行事业局原常务副局长、中国国际公共关系协会副会长郭晓勇,恒源祥集团董事长兼总经理陈忠伟,啊哈娱乐创始人、首席执行官邹沙沙分别发表主题演讲。

圆桌对话上,围绕“经典品牌的社会责任与价值”话题,消费日报社社长、总编辑李振中和中国国际公共关系协会副会长郭晓勇、尺度财富董事长黄利明、北斗星营销策划公司总经理郭勇、快刀咨询合伙人景辉展开讨论;中国国际公共关系协会副会长郭惠民、恒源祥集团董事长兼总经理陈忠伟、中国传媒大学广告学院院长丁俊杰、便利蜂集团品牌公关副总裁袁红梅、爱创营销与传播高级副总裁周日,以及啊哈娱乐创始人、首席执行官邹沙沙则就“新消费与国际品牌”话题进行了交流讨论。

启动仪式上,与会嘉宾共同见证了中国传媒大学擎雅品牌研究院的揭牌。北京国际品牌周组委会首次发布了《2021年度中国企业品牌国际传播最佳榜单》,共含50家企业。

## 文旅品牌助力 普陀文化软实力练出硬功夫

姚佳琳 黄蓉

“文化兴国运兴,文化强民族强。”近年来,上海市普陀区在“创新发展活力区、美好生活品质区”建设过程中,充分挖掘和利用普陀独特的区域优势和资源禀赋,从“苏河水岸”文化品牌建设、开展精品节展赛事、推动特色文化创意产业发展、构建公共文化服务体系等方面,以特色文化标识打响城区软实力的文化品牌。

### 传承历史文脉 打响“苏河水岸”文旅品牌

普陀因水而兴,是上海中心城区中苏州河岸线最长的区,苏州河普陀段更是中国民族工业和工人运动的发源地,因此,普陀注重历史文脉的延续传承,服务上海“一江一河”战略,打响“苏河水岸”文化品牌,持续擦亮特色文化品牌。

今年夏天,两条特殊的普陀红色主题旅游线路受到了市民的广泛关注。这两条旅游线路以沪西工人运动与百年工业文明的历史印记为主线,串联起沪西工人半日学校史料陈列馆、顾正红纪念馆、苏州河工业文明展示馆、M50创意园等一批普陀区的新地标,更融入苏州河(普陀段)岸线空间的元素,为市民游客带来全方位沉浸式体验,也为培育文化自信奠定坚实基础。

长久以来,普陀区持续推进“苏河水岸”文化品牌建设。一方面,通过完善设施布局,推进水岸联动,提升文旅体验,打造一批历史与现代相融合的文旅新地标;另一方面,打造“苏河之冠”城市文化生活街区、长风亲子活动体验区、真如-曹杨人文演艺展示区、桃浦都市生态旅游区等区域,推动商旅文体联动发展,以多样化的文旅体验,满足不同人群的需求。

普陀区委宣传部副部长、区文旅局局长、党组书记周涵嫣表示,“为了给市民提供更多高质量、互动性强的休闲娱乐选择,我们着力



普陀红色主题旅游线路受市民关注



M50 创意园

推进载体建设,目前,位于区图书馆内的苏州河书房主题空间已开门迎客,无疑成为了沪上爱书人的好去处。今年年底之前,包括上海市少年儿童图书馆的新馆、升级后的苏州河工业文明展示馆、天安·千树一期在内的一系列文化场馆将会向市民们开放。同时,中海剧场、SMG创意视频基地、波克艺术中心、M50园区整体提升等项目正在加紧推进中。”

### 培育精品力作 办好系列精品节展赛事

苏河水岸一年四季好戏连台,一场场精彩的活动,让市民得享文化盛宴。近年来,举办和打造精品节展赛事成为了普陀提升文化软实力的一大抓手,普陀区在群文、影视、视听、电竞等领域成功开展一系列精品节展赛事,向市民展示着普陀文旅的风采和影响力。

在众多的节展赛事中,苏州河文化艺术节经过14年的成长与发展,已成为上海市乃至长三角地区的特色文化品牌。周涵嫣介绍,“今年,苏州河文化艺术节暨上海旅游节‘苏河水岸’系列活动更名为‘苏河水岸’文化旅游节,通过‘悠游水岸、艺秀苏河、乐学普陀、悦享家园’四大板块活动将带给市民群众更多更好的文化享受。”

随着区域赛事规模不断提升,诸如上海

国际电影节互联网影视峰会、中国声音大赛、电竞上海全民锦标赛等活动,逐渐成为颇具影响力的普陀品牌赛事,更激发了助力区域经济发展的引资潜能。其中,影视峰会带动引进130余家影视企业落户普陀,出品《我和我的祖国》《流浪地球》《少年的你》《夺冠》《特赦1959》《悬崖之上》《送你一朵小红花》《我的姐姐》等优秀作品;中国声音大赛带动吸引上海市网络视听行业协会入驻,蜻蜓FM总部、快手上海分公司、喜马拉雅线下教学总部落户。

与此同时,普陀区注重提升文艺创作品质。围绕庆祝建党百年主题,普陀区今年复排首演了大型原创献礼剧《苏州河的儿女们》,得到戏剧界多位专家学者的高度评价;“苏河红色印记”系列丛书《星火沪西》也已出版。今后,普陀区将继续以“苏河水岸”文化旅游节、苏州河书房及苏州河文化课堂为核心,持续深化文艺创作,推出一批具有普陀特色的文艺作品和文化活动,打造苏州河主题精品力作。

### 联动园区资源 提升文化创意产业能级

文化软实力的提升,离不开区域文创产业的蓬勃发展。近年来,普陀区全面对标上海国际文化大都市建设规划,大力发展游戏电

竞、影视演艺、网络视听、数字广告等重点产业,着力提升产业能级。

在“政策扶持+平台搭建+项目引入”等方面,普陀不断打出组合拳,包括在全市率先发布《加快发展数字广告产业实施意见》,深化“金沙江路互联网影视产业集聚带”建设,鼓励“互联网+”影视融合发展,引进电竞俱乐部青训基地,加快布局电竞产业生态系统等,一系列举措为区域吸引和培育了一批优质企业,催生了文创行业的新业态。

筑巢引凤,花香蝶来。如今,普陀区打造的一批市级文化创意产业园区、楼宇和空间,早已成为文创企业发展的沃土。其中,上海天地软件园、M50创意园、谈家28-文化·信息商务港、景源时尚产业园荣获上海市文化创意产业园区称号,加城乘除创意园获评上海市文化创意产业示范空间,上海天地软件园、M50创意园获评上海市文化创意产业示范园区。

周涵嫣指出,“今后,我们将打造数字广告产业园、筹备举办首届文创企业沙龙,推动数字广告产业集聚,发挥开心麻花、蜻蜓FM、联瑞影业等区内头部文化企业的带动效应,完善音乐节、舞台剧、品牌路演等演艺项目以及主题街区、购物中心、餐厅、咖啡馆、酒吧等商旅文融合项目的全面布局,不断提升文旅赋能区域经济社会发展的溢出效应。” [下转 P4]

## 乐山文旅“大招”频出背后

马梦飞

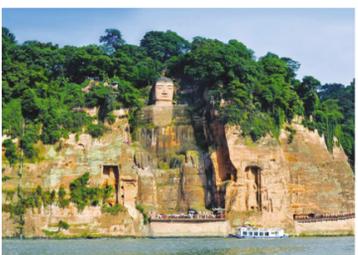
相聚“童话世界”九寨沟,共话四川文旅大机遇。9月28日,第七届中国(四川)国际旅游投资大会启幕。会上,乐山签约项目4个,签约金额28.2亿元,其中主会场现场签约项目1个、签约金额10亿元、分会场签约项目3个、签约金额18.2亿元。

从第十八届西博会到第七届四川旅博会,短短一个月时间里,乐山文旅“大招”频出,尽情向世界展示着乐山之美。每一个高光时刻的背后都付出了巨大的努力,乐山也不例外。对此,乐山市文化广播电视和旅游局局长宋秋揭示了背后的“秘密”。

### 向世界推介乐山 打造三个区域公共文旅品牌

据封面新闻消息,中秋节三天小长假刚刚过去,乐山旅游市场收获满满。丰富多样的文旅新产品、新玩法、新线路为来乐游客提供了秋季旅游的新体验、新感觉。据悉,中秋节期间,乐山对外开放的32家A级旅游景区共接待游客26.88万人次,旅游人次和旅游综合收入均超过往年同期水平。

围绕文旅高质量发展主线,乐山文旅以建设巴蜀文化旅游走廊,建设世界重要旅游



目的地为主要抓手,推出的“乐山有戏”“乐山礼物”“乐游嘉学”三个区域公共文旅品牌,取得了不俗的成绩。

据悉,目前,“乐山有戏”已成为游客赴乐新的吸引点和消费点,极大地彰显了乐山文化魅力;“乐游嘉学”以“乐娃和他的朋友们”为主题,讲述乐山研学故事,是乐山送给全球青少年最好的礼物;“乐山礼物”是乐山旅游商品、文创产品区域公共品牌,据不完全统计,目前乐山从事旅游商品产销企业150余家,销售点100余个,各类商品超300种。

对于这三大区域公共文旅品牌,采访中宋秋着重提到“乐游嘉学”,“近年来,乐山市深入贯彻国家文旅融合和素质教育改革等发展战略,坚持以研学旅游为抓手,明确了‘六个一’的发展思路。”

“六个一”即:瞄准一个目标(建设世界研

学旅游高地)、打造一个品牌、建设一个体系(依托文旅、教育、人社三大核心部门,搭建起“3+1+N”的多元主体参与的服务支撑体系)、建立一套标准、做实一个总部(2019年成功引进世界研学旅游组织总部落户乐山)、组建一个联盟。

据了解,自2019年以来,乐山紧紧围绕“读万卷书、行万里路”的研学旅游宗旨,全面系统谋划研学旅游发展,研学基地数量明显增多、研学课程不断丰富、研学产品逐步完善、研学线路稳步拓展,研学旅游已初具规模。今年1月-6月,全市累积接待中小学生学习旅行70万人次,研学旅行已成为乐山文旅一张响亮的名片。

### 书写“四篇文章” 建设“世界重要旅游目的地”

建设“世界重要旅游目的地”,这是乐山文旅的重要目标之一,近年来,围绕这一建设目标,乐山做出了大量的工作。

据介绍,具体来看,乐山主要以“四篇文章”,即“文旅融合”、“扩容提质”、“景城一体”、“全域旅游”为抓手持续推进建设,并不断扩展、深化相关内容。

在促进“文旅融合”方面,乐山坚持文化为灵魂、旅游为载体,构建有质量、有特色、有

吸引力的世界级文旅产品供给体系。包括重构“文化名城”、发展“文旅演艺”、推出“文创产品”等方面。据悉,乐山千百年的文化底蕴正以行愿祈福、武术寻源、康养产业、品茗论道、研学旅游等全新旅游产品为载体,重新与人们相遇、相知,共享共生。

“扩容提质”则是为了增强景区承载力。近几年,乐山实施了“峨眉南进”、打造乐山大佛景区“立体礼佛”、构建“遗产走廊”等工作,让乐山大佛景区“日夜皆可游”,同时也使峨眉山的文旅吸引力、核心竞争力大大增强。

“景城一体”,增强城市影响力。乐山坚持把城市作为景区来打造,推动“旅游城市”向“城市旅游”转变,提升城市品牌知名度。目前,正以“上中顺特色街区”为支点,撬动周边区域,将游山、游江、游城有机结合,实现“景”与“城”的深度融合。

“全域旅游”是乐山纵览全局写出的“一篇文章”。乐山通过纵深推进全域旅游发展,不断拓展来乐游客消费空间,包括全资源整合、全产业链互动、全环境打造等方面。

乐山将聚焦世界重要旅游目的地“三地”子品牌——世界佛禅文化圣地、世界康养度假胜地、世界研学旅游目的地,夯实并更好地支撑世界重要旅游目的地建设,将乐山建设成为具有国际范、中国味、嘉州韵的世界重要旅游目的地。



新闻热线:028-87319500 投稿邮箱:cjb490@sina.com



東 | 漢 | 中 | 仙 | 毫

CHINESE GREEN TEA

「东裕汉中仙毫」获第31届巴拿马国际博览会金奖

陕西东裕生物科技股份有限公司 招商热线:029-87809659

唯怡天然饮品

喝唯怡, E多更美丽!

植物蛋白·富含天然维E