WEARERSHED!

激活汽车消费"老字号"红旗烹出新玩泼

旗品牌宣布 10 月销量突破 3.5 万辆,同比 比增长 54%。值得注意的是, 今年 1-10 月,在新红旗的销量中,私人客户占比高

略合作协议,合作双方将围绕着服务生 态、能源生态、会员生态等三大维度,共建 "红旗用户体验生态"。据了解,新红旗还 在互联网时代,酒香也怕巷子深,没 据受到重挫。"上述负责人回忆说,新红旗

旗从"国车"到"国民车"转型的制胜法宝。 尽管成色欠佳,今年中国汽车市场的 为后续破局发展积攒能量。

消费者对中国品牌的信赖日益加深,日益 增长的民族自豪感正在转换为一个个真

一方面,正如张小泉成为 A 股市场 特的优势。 "剪刀第一股",五芳斋、天津同仁堂、西安 冰峰汽水等老字号排队进入资本市场,中 称,'以前工作一年就是一年,这两年的工 胡天向记者坦言,随着社会进步,现在的 高达94%,这不光是产品、服务和营销的 国品牌在新一轮的市场竞争中悄然转身, 作要让一年变四年'。"独立汽车市场分析 年轻人已经打破了对外国品牌的盲从。 胜利,更是中国民族品牌汽车的胜利,是 扮演着比以往更年轻、更多元和更重要的 师白德表示,今年的复杂形势给汽车企业 "对于中国消费者而言,红旗不仅是一个 让人特别提气的成绩单。"有分析人士坦 盟,在体育、娱乐等行业联手新伙伴,继续

否讲出新时代的新故事?面对供应链紧

多管齐下纾解供应危机 提前"撞线"20万辆

汽车销售有限公司相关负责人表示,红旗要 努力克服全行业芯片供应短缺和新冠肺炎 据中国青年报报道,10月31日,新红 疫情侵袭等种种挑战,率先破局而出。

> 原材料价格持续居高都将进一步加大企 业成本压力,预计全年市场或达不到此前

> 产影响,新红旗各月产品生产和订单交付

有品牌宣传就意味着会被埋没。因此,包 一方面积极应对供应短缺、全力确保客户 括体育营销在内的品牌经营新玩法是红 产品交付,另一方面加紧推进品牌建设和 生态建设、创新构建更完善的客户体验, 他告诉记者,在保供应、保交付方面,

尽管批发销量受产能影响遇到困难,新红 中心'理念,提升客户服务能力的举措,也 国民族汽车品牌的旗手,新红旗品牌要尝 粉节"以及中国一汽与万达集团签署战略 旗仍然坚持"一切为了客户、一切服务于 充分显示出我们敢于对客户承诺、勇于向 试与客户建立一种"牢不可破的血脉联 显示,今年前三季度,汽车产销分别完成 客户、一切谦敬于客户"的理念,在多种保 客户展现团队风采的格局和实力。"大赛 系"。这既是前无古人、需要不断探索的新 1824.3万辆和1862.3万辆,同比分别增长 供应政策的帮助下,产能持续回暖,批发 相关负责人说。 7.5%和8.7%, 增幅比1-8月继续回落4.4 销量终于在9月、10月开始强力反弹,并 和 5 个百分点。与 2019 年同期相比,产销 在 10 月取得了突破 3.5 万辆的"史上最高 私人消费成主流,

"总体来看,今年1-10月红旗的终端 中,私人客户占比高达 94%,充分印证了 中,人们不难发现一个可喜的趋势:中国新红旗的客户基础正在日益扩张,红旗从

"消费升级的高端换购需求依然旺 老字号,有机会获得更多的品牌溢价。"有 盛,车企也尽量用有限的芯片资源保证豪 业内专家认为,一方面要强化品牌的认知 华车生产。但如果处理不好,芯片短缺的 度,让更多年轻消费者熟知,从而获取更 影响也会蔓延到豪华车。"此前,中汽协副 大的市场机会;另一方面,中国品牌想要 秘书长陈士华曾分析称,与外资企业、合 在私人消费市场获得认可,产品仍然是最 旗 H9、E-HS9,到新上市的红旗 HS7、HS5、

"有很多汽车营销从业者和经销商戏 家重大活动的国事用车。"90后"准车主" 尤其是中国品牌带来了更大考验,对企业 著名的汽车品牌,更与家国情怀和文化自 言,中国消费者对汽车品牌的偏好变迁 丰富为客户搭建的服务平台。 另一方面,汽车被视为人类工业皇冠 的经营管理、风险管控、市场营销等方面 信紧紧相连。

许在于,红旗车诞生之初即成为国家领导 人和重要仪式用车,被视为国家形象的一 自主品牌。这两年自主品牌进步明显,无 逆势增长,这证明企业在供应链管理、提 张、市场竞争加剧的形势,像红旗这样的 部分,更是"国车"的代名词。而如今,面向 论是技术实力还是服务水平都让人更放 高生产效率和强化营销体系能力上取得 私人消费市场的红旗车将站在聚光灯下, 心了。

> 事实上,随着H5、HS5、HS7、H9、E-HS9 等一系列产品发布,新红旗品牌启动 11月3日闭幕的"2021红旗领航之"了走近中国普通消费者身边、朝着"国民 星·龙腾之星技能大赛"正是面对这一挑 车"目标迈进的脚步。

旗继续奋勇向前、全力提速冲刺。"一汽红旗 能、服务精神比拼,但新红旗创造性地进 就是要满足这一需求,向世人展现出中国 "脱胎换骨、焕发新春"的有效营销途径。 民车"转型的制胜法宝。

品牌、中国制造的实力。"一汽红旗汽车销 "这既是新红旗本着'一切以客户为 售有限公司总经理陈旭告诉记者,作为中 健儿赠送红旗 H9、启动首届"717旗仕宠

"自 1958 年诞生以来,红旗一直是国 了专门升级,真正做到"为客户而变"。

向东京奥运会斩金夺银的中国奥运

"在新红旗的销量中,私人客户占比 源,通过全新红旗商超体验店,为一汽组

供给侧结构性改革的双重作用下。所有的 变化都指向了一个现实:中国需要一个能 与世界知名品牌竞争的高档汽车品牌。

正如陈旭所说,民族汽车品牌要建立 新型"品牌+客户"的关系,不仅要在物质 上让客户满意,更要在精神上以情感为支 "今年9月底,我们比去年提前3个月 战的主动尝试。据介绍,虽然此次大赛是 "我们深知,当前消费者无不怀抱着在用新产品攻势和体系能力纾解供 撑、以梦想为引领,"要与客户同声共气, '撞线'年销量20万辆的里程碑。眼下,新红 由红旗营销服务团队内部进行的服务技 '美好生活、美妙出行'的梦想,而新红旗 应链不畅的烦恼后,新红旗还需要找到 同心共情"。而这正是红旗从"国车"到"国

品牌评价国家标准宣贯教材 | (连载一百四十九)

品牌总论

——品牌评价国家标准宣贯教材

■ 谭新政 朱则荣 杨谨蜚 著

定的信息传导符号出现,对品牌符号的理 界。 解是深入理解,不仅会涉及语义、语态、语 境及全球多元化背景下不同地区的语言 面中也能让人们如艺术般感受到品牌的 持一致性运动的模移过程。 生命迹象、生命力和旺盛的生命状态,以 一种精神结构呈现出哲学化美学化的意

品牌则是由内向外,通过强烈且丰富 的品牌文化内涵, 加载到具体的物质上, 完成外延物化的文化内涵展现,是以元认 识模式,从自由、自主性、文化性的创造力 体体现在品牌产品上,一半是具体表现、 号时会自动对输入的复杂文化信息进行 序。

8 品牌文化模移

断对品牌进行深入的文化挖掘、文化梳理 文化的所有内涵努力,完整地传导到品牌 升级。 与文化表达。品牌通过对人类文化系统频 用户端进行解码,是将品牌文化模因以模 谱的研究,对品牌符号所涉及的种种迹象 式化整体模移到消费品牌文化的品牌用 和印象的文化组织,使这成为一种形态上 户的过程,是将品牌整体迁移到品牌文化 的动态感知形成,即便是在静止的静态画模态,并在品牌市场上与高速市场运动保



物,品牌是通过三元表达的,其品牌组织 体、信息相连,融汇贯通的结构,从而创造 化的丰富品牌文化内涵,这一过程是品牌 人类对世界理解的无限文化拓展,是人类 平等集结成由多模因组合的模态化感知 具有三元秩序体结构,品牌被作为一种特出了品牌物质的物化感知心理和精神世文化赋值的结果,也是品牌用户将消费到社会所有符号中的重要组成部分,这种理系统,传导给认知对象——拥有共同认知 的品牌文化,并非在消费某种局限于物质 解通过丰富的品牌文化内涵演绎后,至少 的品牌生态系统用户,当这一组信息编码 功能性的产品需求,品牌文化消费的增长 会在人们的头脑中和心灵中对符号化产 被实现给可以感知到的用户,模态就会进 品牌是通过符号进行传导的发达文 正在逐步取代并淘汰产品功能性消费,直 生触动,头脑决定了决策,心灵决定了感 行归因并被解析成完整的文化内涵。 变化,也要从象征、意义和演绎方式上不 化系统,经由品牌整体模移作用,将品牌 至最终完成全球范围全面的品牌化消费 知,人的心灵在被符号触动时,会发生强

凯尔特:符号 —— 象征(意义) ——

文化(游吟诗歌、音乐、景视)―> 重复传播

进行消息的接收和自动解码,传导出丰富 传输,然后接收品牌对象域那些信息接受 全球范围的品牌文化消费决策。 以及对人和世界、人和自然、人和消费者整体性运动进行动态投射,从而成为动态完成了人类之间的消息交换过程,无法创场中发挥强有力的品牌市场冲击波。 品牌方:品牌符号能传导出什么有效的系 的理解、对美好事物的认识和贡献精神以 化模态的对应方式,光线承担了连接信息 造一个高水平的品牌文化系统,这种传导 任何消费者都喜欢一个封闭的系统, 统文化内涵信息;第二:对象域:能否在品

元秩序的交叉性理解上,研究的是人类对 进行创造、建立、增强、发展,从而不断通 文化的追求,重点是研究自然或文化背 过提升品牌文化内涵,让相应的符号与用 景、规则和参照物、人类感知水平,并不是 户识别对应起来,从而确定出足够精确的 心理学、语言学、或市场学研究。品牌要实 品牌符号传导作用。 现的是对各种有意义的文化进行组合,通 而这一过程,是通过品牌命名和标识 过品牌标识被加载并连接彼此的信息,是 化内涵模态的组件,运用品牌标识作为符 作为符号来完成传导的,即品牌文化信息 创造一组有意义的连接图标和消费密码 号系统,使之成为一种品牌用户可以接 富集后,将标识作为载体发出编码的消 索引系统,将文化模因转化为可视化图 收、解码并转化为用户自己经验模因的过 息,品牌用户通过品牌符号触发消息,并 象——具像到标识上向茫茫市场分发性 程,从而使品牌产生积极的意义,并成为

烈的心灵响应和心理活动。

三元秩序结构来完成品牌产品的创作。这 并进行解码的同步动态运动过程。品牌文 作用将无法发生。凯尔特文明是世界公认 在该系统内运行,将所有东西视为一个整 牌用户端呈像出完整的品牌拉伸性立体 种文化共识性的物质创造和美学创作,取 化内涵在完成系统梳理、挖掘、富集以后, 的现代品牌奠基起源,一直以来就是通过 体和完整的系统状态看等,因此在品牌 感知;第三:品牌之魂永远不可磨灭的发 决于品牌设计的理解感知、体会和对生命 会以品牌标识为符号化的传输载体,将复 创造符号、赋予符号象征意义、用文化演 端,需要有连续性的文化,通过命名元素、 展本质。因此:品牌三元文化关系所对应 的理解,由于人类文明和每个人的文化感 杂品牌文化信息的输出进行集结,向品牌 绎(游吟诗歌、音乐、影视)以后,大量重复 语义结构和明确含义关系,运用美学、符 的是品牌组织和用户之间的决心:一方努 知一半是虚拟的,一半是现实的,所以具 用户端传输信号,品牌用户端识别标识符 传播,从而构成了品牌的基本原生发展程 号学等使之品牌成为一个自适应弹性的 力做好品牌,一方乐意接受品牌,在共同 整体概念,将视觉、触觉、味觉、动觉等各的生态秩序可持续发展的环境下发展出 一半是精神世界,一半是物质,一半是文解码,从而完成全部品牌文化内涵的整体 品牌的符号是根植于人类对社会的 种信息和图表、示意图、指数等各种迹象 品牌的永恒哲学。

真正意义上的品牌是三元世界的产 化,一半是形体,一半是追求,由虚实一 动态模移。用户因此会感受到多维度立体 原则、结构进行了系统设计后的产物,是 以及音乐、产品性能、科学研究的先进水

品牌与用户之间的符号化传导和转 变作用并不是一开始就有的,它需要品牌 品牌文化所研究的重点内容,是从三 与用户之间不断就品牌符号传导的关系 品牌推广的作用,就是阐明其品牌文

无论向日葵或日冕仪,都是以太阳的 的品牌文化内涵信息。基于符号的传导, 者回应的过程,从而以品牌引力模式在市 品牌三元文化关系所解决的是:第一,

(待续)

杭州文博会线上开展 超 3500 家企业及品牌参与



11月3日,第十五届(2021)杭州文化 创意产业博览会(下称"杭州文博会")在 家,展品涵盖茶器文玩、设计好物、非遗

为中国四大重点综合文化会展活动之 统糕点的制作过程

本届文博会以"创意杭州·联通世 到。但在文博会期间,我们每天都开设 界——文化引领美好生活"为主题,采取

"'武汉名品'四个字,企业不能想用

府(区质量强区办)推荐以及企业自主申

报等渠道申报,申报、评选过程不收取任

何费用。经过核实认定、社会评价、对外

公示等一系列环节后,获得"武汉名品"

上曾饱受争议。上世纪80年代起,耐克、说。

鞋"团体标准,并授权6家安全鞋生产鞋 象。

力推进鞋业创品牌、提品质、增品种,支 业态,实施联盟创牌。

高仿鞋到"莆田好鞋",从代工贴牌到联 "识足鸟"巧识足

企成为第一批"莆田鞋"集体商标使用

持鞋企在细分领域开发新品牌,抢占目

服务平台,专业推广莆田鞋品牌。从莆田

合创牌,从制造到创造,莆田鞋走出了自

域品牌和公用品牌;引进投资公司,成立 13.75%。

莆田鞋集体商标注册得到了莆田众 妙介绍。

多鞋企的支持。此前,莆田很多鞋企也 这是双驰实业转型创新的举措之

道,但由于起步晚、孵化难度大、投入 化定制转型,双驰实业联手中国科学院

都尝试过创立自有品牌、拓展电商渠 一。2016年,为实现从大规模制造向个性 **专营馆流量涨**

阿迪达斯等国际知名运动品牌陆续在福

低,也的确吸引了部分消费者。

好品牌大家创

■ 薛志伟 刘春沐阳

据悉, 当前参展企业及品牌超 3500 播活动。

台,杭州文博会经过十四年的积淀,已成 展中,其以线上直播的方式,展示中式传 点开另一个线上展会平台东家·守艺人 时,11月2日至3日,四场论坛及指数发 "以往糕点制作过程,顾客难以见

"线上文博会+线下论坛及指数发布活 文博会这一平台,让传统糕点文化走入 馆、砚台馆、制茶馆、玉雕馆等,诠释非遗 皮书》《2020–2021 杭州文化创意产业投 据杭州文化会展有限公司常务副总

后,由消费者投票产生。"陈祖栋说。

在王德春看来,因为常年为国际品

界一流建筑安全鞋的重要举措,也标志 台,加大外贸、电商、稳工、创牌、智能制 列、1鞋3穿系列、4D反光系列、国潮系

莆田也出现了高仿产业链。在消费者眼 制鞋专家,即使开发制作复杂、需要高 者测量、适配出自己的鞋子,还能为他们 品。 中,"莆田鞋"成为高仿鞋的代名词。与此 级工艺的鞋款也并非难事。再加上完善 定制自己独一无二的款式。"陈光妙说。

重识"莆田鞋"好品牌大家创

今年6月,莆田发布了"莆田鞋"集 镜看待莆田鞋。"王德春说,希望通过 年轻人青睐。

近年来,莆田出台了不少新政策,全 询、供应链金融等合作,应用新模式、新 事长郭景说。

同时,由于代工经验丰富,莆田制鞋技术 的制鞋体系,让鞋子的质量得以保证,

体商标培育计划和全国首个"建筑安全 好产品扭转消费者对莆田鞋的负面印

"武汉名品"认定申报工作启动

"浙江大学'文化+科技'"为主题,开展直

抖音"创意精抖云"和东家·守艺人 APP 办公室副主任饶阳介绍,今年将继续以 作品也呈现其中。

直播。"杨发超表示,也希望借助杭州的匠人作品,非遗馆下设瓷器馆、紫砂

标以及近三年无质量、安全、环保等方面

名单。该名单通过网络公示并邀请公众

商标,企业就不用单打独斗了,平台和 备可通过大数据分析和云计算系统,为 揭牌开馆。这是首个"莆田鞋"集体商标

消费者对我们的信任度也更高了。"福 消费者挑选出尺码最合适、功能最符合 对外宣传推广及销售的线下实体展示窗

间或鞋企与品牌商标、超级 IP、策划咨 让技术连接人的需求与体验。"该公司董 的日常运营管理、质量提升、宣传推广及

"一流的制鞋技术和制鞋工艺,是莆

据统计,今年1月至7月,莆田新增 田鞋业最大的优势、最大的底气。"林旭 介绍,目前公司以"线上+线下"的方

走进位于莆田市荔城区下店路的双 田围绕改善供给质量,开展关键核心技 号等,深入挖掘新业态、新零售潜力;

形数据。"双驰科技有限公司总经理陈光 决方案,推动企业"上云",设备效率和人 和销售渠道建设。现在我们正在推进产

员效率均提升 20%。

鞋子的尺码、颜色、图案等。

作为高校,自2009年以来,浙江大 表东方特色的全球美学好物,除了中国 研究成果,进一步打响"思想的文博会" 经理舒畅介绍,本届文博会线上展会在 学也一直参与杭州文博会。据浙大文创 匠人作品,日本等其他国家的东方美学 品牌,

称号的企业,将由武汉市质量强市委员 记、具有独立法人资格、拥有国内注册商 推荐名单。

据悉,武汉市2019年起就开始推进 违法违规记录的条件,拟申报的产品(服

据介绍,申报"武汉名品"的企业必 投票,原则上按类别将排名前2名产品

据经济日报报道,"莆田鞋"在市场 建省集途科技有限公司副总经理林志宏 的鞋款,并可按消费者的个人喜好,定制 口。双驰实业股份有限公司、青春之家

建莆田开设代工厂,因代工产业的发达, 牌代工,莆田积累了一大批经验丰富的 者享受快速的定制服务,不仅能帮消费 鞋、工装鞋等多个品类,超过 100 款产

日渐优良,生产出的鞋子质量好、价格 这都是莆田实实在在的优势。"就是知 的一个成功案例,通过细分市场,满足消 现了流量共享,让我们增加了销售渠 名度还不够,很多消费者还戴着有色眼 费者差异化需求,该模式受到越来越多 道。

者。这是莆田市打造鞋业区域品牌和世 市从建立"白名单",建立产业互联网平 系列、气垫系列、复古系列、动力轻跑系 这对增强品牌知名度有很大帮助。"

标市场;鼓励各方实施联盟创牌,注册区 鞋服类注册商标 2992 个,同比增长 阳表示,莆田牢牢把握好创新这个引领 式拓展莆田鞋市场。其中,线上将抱团

莆田鞋业协会秘书长王德春介绍, 驰定制工厂,记者看到一台"识足鸟"智 术"揭榜挂帅",研发鞋底、面料等高端新 线下除了开设专营店,还筹备在国家

"莆田鞋"集体商标属于区域品牌,由协 能脚部测试仪。"消费者站上这个智能脚 材料,获批国家级新型功能材料产业集 5A级景区湄洲岛国际旅游风景区开设

才能使用这个标识,并同时使用自有品 宽、足背长、足弓高等多个维度的 3D 脚 联网为技术支撑,提供智能制造系统解 业过于依赖外贸出口,弱化了自主品牌

会制定相关准入标准,政府背书。只有在 部测试仪,只需15秒,便可获取54项足 群;在智能化方面,莆田联合中电研究 品牌线下体验店。

成本太高,效果微乎其微。"有了集体 耗时 4 年,研发出了"识足鸟"设备。该设 今年 8 月,莆田鞋授权精品专营馆 能力和实力。"王德春说。

产品物料、价格等方面达到标准的企业, 部特征及健康数据,包括用户的足长、足 院,搭建工业互联网平台,以大数据、物

须具备在武汉市行政区域内依法注册登 (服务)列入 2021 年"武汉名品"认定拟 名品'高端产品。'

"每个类别最多2家企业入围,这种

(福建)体育用品有限公司等 14 家自主

集途科技有限公司也入驻了专营

名品品牌管理有限公司董事长林勇

"我们以前主要做外贸,导致莆田鞋

品工业设计及科研开发能力提升, 顺应

消费者多元化需求,持续发挥平台带动

和示范宣传作用,把莆田鞋品牌保护好、

宣传好,增强莆田鞋企占领各类市场的

"我们可以以很便宜的价格让消费 品牌企业入驻,涵盖运动鞋、商务鞋、童

"个性化定制"是莆田鞋近年来转型 馆,林志宏说:"专营店整合各方资源,实

市场开拓。

发展的第一动力,深入推动鞋业技术改 莆田自主品牌鞋企在京东京喜开设莆田

造、智能化发展,不断巩固提升鞋业核心 鞋线上旗舰店,在中建电商、中铁物

竞争力。今年1月至7月,莆田鞋业技改 贸、中海物业网络平台开设"莆田工装

完成投资25亿元。在研发设计方面, 莆 鞋"销售专区, 并开通莆田鞋抖音直播

"杭州文博会不仅是一个产品展示

的平台,它更重要的功能在于文化输

——平台建设更趋完善,全市各类创业 孵化基地达50个,在孵企业达3000家;建成

协同"优质高效政务服务环境的"4 1"发展 成为充满活力的"创业之城"。

集群升级版,同时,提升现代服务业,发展"四 新经济""数字经济",打造特点鲜明、产业贸 完整的创业创新产业生态。

队来马鞍山创业创新。

在技术链方面,马鞍山市将不断拓展创 新驱动、创业发展新路径,积极参与长三角科 技创新共同体建设,加快建设一批高能级研 发创新平台,促进技术链服务产业链,促进科

技成果转移转化。 在资金链方面,马鞍山市将用资本的力 量助推创业创新,探索设立马鞍山投资学院, 设立马鞍山市政府引导基金,畅通基金与

业链、创业创新群体对接渠道,为各类主体创 业创新提供强大的资本支撑。 产业赋能、人才支撑、科技引领、金融驱 动,构筑了创业城市的钢筋铁骨,为马鞍山

市打造长三角创业热土、创业高地注入"源

感召创业英才 激励创业创新

莆田鞋授权精品专营馆内玩觅品牌 同样是细分品类,莆田市青春之家 店铺助理黄溢兴告诉记者:"有了集合店 体育用品有限公司自主品牌玩觅则专注 后,客流量增多了。有的客人来店铺买其 正是抱着这样的目标,这几年莆田 于研发生产运动鞋,其产品涵盖了慢跑 他牌子的鞋,也会顺便到我们这边逛逛,

着"莆田鞋"由此迈出新一轮高质量发展 造扶持力度等方面着手,出台了一系列 列、商务系列等,目前已研发出"逍遥游" 又一举措。为了服务好鞋企、运营好莆田 行之有效的举措,为莆田鞋企赋能。莆田 动力轻跑鞋、"小黑鞋"防水透气黑科技、 鞋集体商标,莆田还成立了名品品牌管 市市长林旭阳告诉记者,目前莆田正大 "火凤凰"真空气垫鞋、"翼甲"爽跑鞋等。 理有限公司,作为莆田鞋集体商标独家 力开拓鞋业细分领域市场,鼓励鞋企之 "我们注重产品细节、关注消费者感受, 运营授权主体,负责莆田区域公共品牌

万元、20万元、10万元奖励。

认定的高新技术企业,给予30万元奖励。 马鞍山市坚持顶格倾听、顶格协调、顶格推进,

成立市建设创业城市工作领导小组,建立"4 1"工作机制,即成立产业赋能专班、人才支撑 专班、科技引领专班、资本驱动专班4个专班, 并设立"立马创业"办公室,按照职责分工推进 工作落实。同时,搭建创业城市服务平台,开设 创业城市服务热线,开发创业城市服务微信小 程序,用"一个办公室、一条热线、一个小程序" 实现"一次问清、一站服务、一服到底"。

马鞍山:打响"立马创业"品牌 建设创业城市

徽省马鞍山市印发《关于鼓励支持"立马创 业"加快建设创业城市的实施意见》(以下简 称《实施意见》)。马鞍山将充分发挥区位仇 势,依托产业赋能、人才支撑、科技引领、资本 驱动,全力打响"立马创业"城市品牌,将马鞍

锚定发展目标 释放创业活力

形成健全完善、特色鲜明的创业城市工作机 制、政策体系和创业生态系统,开放联动深度 拓展,创业活力充分释放,创业创新成为高质 量发展的主要驱动力,取得一批突破性、标志 性的创业创新成果,创业创新主要指标居长 "从创业型城市到创业城市,看似一字之

具有推动作用的创业项目。 略性新兴产业产值占规上工业产值比重达

现代服务业集聚区30个以上,夜间贸易经济 聚集区10个以上……

《实施意见》提出,马鞍山市将构建"多链

生态,依托产业赋能、人才支撑、科技引领、资 在产业链方面,马鞍山市将聚焦优势3 导产业和特色新兴产业,打造"1 3 N"产业

在人才链方面,马鞍山市将大力实施"诗 城英才"计划和人才"登高"计划,用最大的诚

此,马鞍山市推出一揽子优惠政策,激励创业 《实施意见》提出,马鞍山市每年择优扶

建设创业城市,引才聚才是"重头戏"。对

持一批大学生创业项目,给予每个项目最高 50万元的创业贷款并贴息。 对引进的"龙马"人才,落实 20 万—100

万元安家补贴等政策;对引进的"骏马"人才, 落实2万一10万元安家补贴等政策;对引进 的"驿马"人才和团队,落实5万一10万元的 项目经费及生活补助等政策。 《实施意见》鼓励各在马高校创办创业学

院、各县区(开发园区)创办创业大学,经评估 为市级及以上优秀培训基地的, 市财政给予 专项补助。对在国家、省级绩效考核中获优秀 等次的科技企业孵化器,分别给予50万元和 20万元奖励。对经省备案的院士工作站、国 家级和省级博士后科研工作站,分别给予50

《实施意见》推动企业上规升级,对首次 新增为规模以上企业且连续两年均为规上 的,分年度给予企业总额10万元奖励。助推 企业实施智能化改造升级,给予最高2000万 元补助。鼓励科技创新,对新认定和通过重新 为确保创业城市建设各项工作落到实处,

山打造成长三角的创业热土、创新高地。

室工作人员介绍, 创业型城市主要以就业为 主,形式是通过创业带动就业,而创业城市内 涵更广,将围绕产业发展,引进人才等创新资 源,培育和实施一批具有成长性,对城市发展 ——未来5年,马鞍山市产业层次明显 提升,全市产业集群总产值超6000亿元,战

差,实则有本质区别。"该市"立马创业"办公

——人才引育成效显著,引进培养 1000 名左右高端人才、10000 名左右工程技术关 键人才、100000 名技能人才和大学生……

发力四大板块 注入"源头活水"