



主管主办: 新华报业传媒集团
指导单位: 江苏省工业和信息化厅

江苏经济报



江苏经济网

江苏经济报
官方微信

今日**4**版 国内统一连续出版物号:CN32-0016 代号:27-50 全国发行

星期五 2024年4月19日 甲辰年三月十一 总第9858期

中国式现代化江苏文旅新实践采风行走走进高邮

绘就“诗与远方”新画卷

2024“利安人寿杯”江苏经济新闻摄影大赛启动



□江苏经济报记者 孙炜杰

邮驿通华夏,运河贯古今。坐落在长江三角洲沿江经济带北侧的古城高邮,是全国历史文化名城、全国文明城市、江苏全域旅游示范区,也是以诸多产业闻名的中国百强县之一。为展现高邮文旅风采,绘就“诗与远方”新画卷,4月18日,中国式现代化江苏文旅新实践采风活动走进高邮。活动邀请著名诗人、摄影家、记者,用笔尖记录江苏文旅风采,用镜头定格江苏经济成就。

本次活动由新华报业传媒集团、江苏省旅游协会、江苏省新闻摄影学会、江苏文旅自媒体联盟主办,江苏经济报社、江苏区域现代文化研究院、高邮市委宣传部、高邮市文化广电和旅游局、高邮市文旅集团承办,利安人寿支持。

作为江苏优秀旅游目的地,近年来,高邮持续发展文旅产业,文旅产品供给质量再上新台阶。古色古香的盂城驿,去年入选第三批国家级旅游休闲街区;依水而生的珠湖小镇,成功跻身第三批省级夜间文化和旅游消费集聚区建设单位;一条条新入选的全国乡村旅游精品线路、长江主题国家级旅游线路,则宣告着量质双升的全域旅游画卷正在这里展开。高邮优美的自然风光和蓬勃发展的文旅产业,让多次来到高邮的江苏省旅游协会副会长唐建国感触颇深。他表示,此次江苏经济新闻摄影大赛的启动仪式选在高邮,正是因为高邮的文旅产业融合始终坚持不懈地走深走实,文旅市场越发兴盛、经济发展飞速进步、群众体验全方位提升,国家级旅游休闲街区、国家级乡村旅游重点村、省级文化和

旅游产业融合发展示范区、省级全域旅游示范区等一个个金色招牌熠熠生辉。

“75年,新中国沧海桑田,而东方邮都高邮,也同样走过了日新月异、蓬勃进取的75年。在这75年里,新华日报、江苏经济报等媒体,时刻关注着高邮的发展与变化,见证着高邮各行各业取得的可喜成就,在我们的笔下与镜头中,大家能读出高邮身为中国县域高质量发展百强县的锐意进取,看到高邮鱼虾水产和全域旅游带动的乡村振兴,领略高邮人奋楫扬帆促发展的动人风采。”在活动开幕式上,江苏省新闻摄影学会会长、新华日报社总编辑顾鸣致致辞。他提出,此次高邮之旅,不仅是一场有美景、有好诗采风之旅,也是一场通过景色看经济,以高邮为案例透视江苏经济发展成果的发掘见证之旅。“希望大家在这两天里,不负春光,品味高邮之美,走遍高邮胜景,体会高邮之情,同时发挥专业素养,从心出发,给新中国成立75周年献上一份‘印象’大礼。”顾雷鸣表示。

“春日郊野美如画,湖上花梅绽芬芳。”启动仪式上,高邮市委常委、宣传部部长薛

斌为采风队伍授旗,宣告此次活动正式开始。随后,采风队伍走进运河西堤,这里是运河文化带上一张崭新的高邮名片,风光带上三条大道——沿途遍布运河古迹的运河故道、银杏成林的运河风景道和滨湖慢行道,成为本地市民漫步休闲、外地游客打卡出游的热门目的地。运河西堤风光带西侧是780平方公里烟波浩渺的高邮湖。在堤坝向湖面远眺,点点风帆在湖中航行,湖边的柳枝随风荡漾,令人心旷神怡。前来采风的诗人们诗兴大发,不约而同地为眼前胜景琢磨起词句,摄影师的快门声不绝于耳。4月19日,采风队伍还将走进高邮鸭集团,近距离观摩了解独树一帜的高邮鸭业,还将游览汪曾祺纪念馆和拥有“中华奇观”野鸭放飞景的清水潭。民建扬州市委会主委、高邮市副市长周启泉表示,高邮全域皆是景,四季皆可游。希望此次采风的参与者们,能借此机会积极为高邮文旅发展牵线搭桥,介绍更多客人来高邮走一走、看一看,品读邮驿文化、运河文化、诗词文化的厚重历史,品鉴盂城驿、文游台、镇国寺的古色古韵,品味高邮湖、清水潭、芦苇荡的秀美风光,品尝双黄鸭

蛋、阳春面、大闸蟹的舌尖美味,体验难忘的文化之旅、生态之旅、美食之旅。

自4月18日起,2024“利安人寿杯”江苏经济新闻摄影大赛正式启动,至今年12月31日结束。江苏作为中国式现代化发展的排头兵和领头羊,各行各业都取得了可喜的成就。经济发展红利滋润着江苏,滋养着江苏人。“处处有发展、人人有收获”成为近年来江苏经济发展的新缩影。据悉,此次摄影大赛围绕“新时代看江苏变化”“中国式现代化发展的江苏图鉴”“乡村振兴生态美”等主题,邀请摄影师记录、展现江苏文化、经济、旅游、社会、民生等各个方面的建设和取得的各项成果。“去年以来,利安人寿与新华报业达成战略合作,双方正紧密合作,通过这次大赛,我们非常乐于通过各位摄影大师记录的这些美好瞬间,更好地传递全省经济高质量发展和全省人民的高品质生活。”利安人寿党委办公室主任刘晨表示,“利安人寿杯”江苏经济新闻摄影大赛作为一项具有影响力的摄影赛事,必将在广大摄影爱好者的共同努力下,成为江苏文旅产业的一张亮丽名片。

王津摄

投资界“新宠”,或将打开百亿产业新赛道



□江苏经济报记者 金彩

还记得那些深受消费者喜爱的毛茸茸的玩偶吗?长耳朵的邦尼兔,大大肚子的巴塞罗熊,白色胡子的小狐狸,谁能想到,它们摇身一变,居然成为当下年轻人“投资”的新宠了。近期,随着黄金、股票等投资理财产品的行情不断变化,不少投资人的心情如坐过山车起伏起伏,而此时,已有投资者另辟蹊径,不再专注于基金、股票、黄金,而是看中了品牌毛绒玩具。随之,部分品牌毛绒玩具价格一路飙升,其中,仅活泼红茄子等热门款产品涨价幅度就高达20%,一些停售的玩偶在二手交易平台上的价格更是翻倍。对此,有网友戏称:“没想到增值最快的竟然是毛绒玩具。”与此同时,有人认为,随着毛绒玩偶越来越“潮玩化”,毛绒玩偶市场或将成为下一片“蓝海”。

毛茸茸的“小家伙”究竟有多火?

近几年,毛绒玩偶市场可谓爆款频出,从草莓熊到星黛露,从三丽鸥到玲娜贝儿,以及新晋的网红活波茄子,虽然品牌不同、造型不同,但年轻消费者却心甘情愿为之掏腰包,甚至为了买玩偶,曾有数千人在气温零下的寒冬整夜排队。因此有人说,毛绒玩具已成为当代年轻人的“精神代糖”。

顶流玩具价格一路飙升

毋庸置疑,毛绒玩偶现已成为玩具界的顶流。当然,作为顶流,其售价自是不一般。不同于市面上非品牌的毛绒玩偶,这些品牌玩偶的售价不再是几元、几十元。浏览

淘宝店铺可以发现,目前大部分的品牌玩偶售价在119至1699元之间。比如,经典邦尼兔最小的尺寸为13厘米,售价为99元;最大尺寸为108厘米,售价1699元。除尺寸外,型号、颜色等因素也会影响玩偶定价,且价格差距可达20至40元。

拿着新购入的毛绒玩偶,李潇潇坦言:“这些玩偶并不便宜,若是在二手平台淘到,几乎都是加价购入的。”她介绍,一个6厘米的礼盒形状毛绒玩具标价就达129元,而在这在品牌玩偶中只属于入门级产品。之前,官方售价为219元的玲娜贝儿毛绒玩偶甫一面世就被抢光,她在闲鱼上花400元购入,而同一时期同一平台上最高售价近800元。她身边就有几名毛绒玩偶“发烧友”,前段时间为凑齐某个系列的绝版玩偶,在二手平台上以3倍的价格买入了心仪的玩偶。

或许是受市场需求影响,除二手平台涨价外,品牌毛绒玩偶的官方销售平台也已悄然涨价。李潇潇翻出自己的购买记录介绍道,2017年,她曾以950元的价格在海外旗舰店购入了一只67厘米的米色邦尼兔,去年品牌促销季期间,她打算再次购买同款产品,发现即使使用上各类优惠还需支付1024元,今年该产品更是一直处于缺货状态。无独有偶,记者发现,之前一款51厘米的玩偶只需447元,如今已涨到619元。有网友称,3年前以160元购入的品牌毛绒玩偶,如今已升值到1299元。

瞄准小玩偶 发展大产业

面对增值如此之快的毛绒玩偶,不少人预测:“下一个百亿趋势赛道或将出现。”而

拥有“中国毛绒玩具礼品之都”称号的扬州,要如何把握这一机遇呢?

有专家给出建议:“要瞄准小玩偶发展大产业,必须从代加工向做品牌、做标准转变。”在他们看来,产业要想走得远,品牌是核心竞争力。扬州毛绒玩具产业起步于20世纪50年代,其毛绒玩具出口量最高时占到全国份额的95%,现在已成为产业链较为完备的长毛绒玩具制造产业基地。虽然和许多传统产业一样,该产业也面临市场份额逐渐萎缩、本地企业间竞争日趋白热化的局面,但针对当前形势,各企业纷纷结合当下产业需求不断转型升级。同时,扬州拥有国家级玩具检测中心,有毛绒玩具相关企业2578家,涵盖生产、设计、电商销售等全产业链,扬州有实力也有能力实现产业突围。

“转型过程虽然不轻松,但也不必悲观,只是要通过走品牌、文化、创意之路来换种活法。”在一些专家看来,当下发展毛绒玩偶产业需要注意IP的打造,可以是国际上已有很高知名度的经典IP,也可以是社交网络上广泛传播的“网红”IP,只需在创意方面进行持续输入,抓住年轻人猎奇、减压等心理需求,进行玩法上的突破,打破传统形象的限制,让毛绒玩具产品越发贴近日常生活,触动年轻人对美好生活的向往心理,就能与消费者产生共鸣。

记者了解到,瞄准毛绒玩偶产业,扬州不少电商正通过短视频、直播等与网友互动,打造“粉丝共创机制”,让网友的建议成为创意来源。目前,不少企业正进入电商平台,围绕语音梗等IP内容打造产品,涌现出了优越优品、艾斯德等商家。扬州毛绒玩偶正在从“制造”向“创造”迈进。

虎踞**财评**

发展新质生产力要谋“新”重“质”

○严赋憬

当前各地正在紧锣密鼓地开展关于发展新质生产力的研究和实践,但有的地方对“因地制宜”的要求理解不够深入透彻。发展新质生产力是一件大事、新事,面对新的发展机遇,心里要热切,但头脑要冷静、步子要坚实,要根据自身资源禀赋拿出切实可行的措施。

新质生产力以全要素生产率大幅提升为核心标志,特点是创新,关键在质优,本质是先进生产力。对新质生产力的理解不能潮流化、概念化、标签化,表面功夫带动生产效率的提升,造不出经济增长的新动能,更无法培育出先进生产力。

发展新质生产力,必须尊重客观规律。生产力的发展不是一朝一夕的事,更不会凭空出现,而要循序渐进、久久为功。各地的资源禀赋、产业基础、科研条件等各不相同,要坚持实事求是,充分尊重各地的自身特点和优势,找到科学合理的发展路径,避免在发展新质生产力时一哄而上、泡沫化,也不能搞一种模式。

发展新质生产力,要注重创新成果的落地应用和价值转化。今年政府

工作报告把“大力推进现代化产业体系建设,加快发展新质生产力”放在各项任务之首,并提出“以科技创新推动产业创新”。创新成果不能只停留在“实验室”,更要成为“生产线”上的产品、大市场里的商品。发展新质生产力要与产业相结合,加快科技创新成果转化应用,围绕发展新质生产力布局产业链。

发展新质生产力,不能新瓶装旧酒。当前,不少地方谈创新必说新质生产力,把新质生产力当成一个筐,什么都往里装,盲目求“新”而忽视了“质”。科技创新是发展新质生产力的核心要素,但并不是和创新沾边的都是新质生产力。新质生产力是创新起主导作用,摆脱传统经济增长方式、生产力发展路径,具有高科技、高效能、高质量特征,符合新发展理念的先进生产力质态。

实干为先,发展新质生产力是一项长期任务、系统工程,涉及方面较多,只有提早谋划、科学布局、统筹兼顾,才能扎扎实实向前推进,把发展的主动权牢牢掌握在自己手里。

南京农业农村重大项目投资建设“开门红”

本报讯 南京市农业农村局近日发布消息,今年该市计划开工建设农业农村重大项目223个,项目总投资243.3亿元,年度计划投资110.42亿元,截至目前已开工项目160个,完成投资33.5亿元,投资完成率30.3%,农业农村重大项目投资建设实现“开门红”,为乡村振兴注入强劲动力。

据了解,今年南京市农业农村重大项目中,新建项目185个、续建项目38个。从项目类型来看,稳产保供工程类项目52个,科技自强工程类项目8个,数字农业工程类项目2个,绿色发展工程类项目12个,

产业融合工程类项目105个,乡村建设工程类项目44个。从投资类型来看,政府投资类项目108个,总投资53.13亿元,占比21.8%;社会资本投资类项目115个,总投资190.22亿元,占比78.2%。

下一步,该市将继续深入贯彻落实省“农业农村投资促进年”活动要求,全力推进农业农村重大项目开工率、竣工率和达产率提升,以更高标准、更严格要求抓好项目建设,同时积极优化完善重大项目推进服务机制,强化联农带农导向,努力推动农业农村增收致富、农业企业可持续发展。(刘全民)

无锡加快环境基础设施“绿色升级”

本报讯 6座老的生活垃圾转运站全部完成改造,一座新建站预计6月底完成主体结构,这些项目将进一步提升生活垃圾转运和处置能力。截至目前,过去两年无锡市投入171亿元完成了64项环境基础设施重点建设工程,基础治理能力加快提升。

环境基础设施建设是美丽无锡建设的根基。2022年,该市在全省率先启动生态环境基础治理能力提升三年行动计划,抓好源头防控,补齐治理短板,统筹推进一批污染防治和生态环境能力建设重大工程。两年来,一座座新能源充电站、一家家污水处理厂、一处处共享治污“绿岛”、一条条固废处置生产线映入眼帘,为解决清洁能源供应能力不足、污水管网老旧破损、垃圾资源化利用水平不高等问题提供了坚实保障。

据了解,三年行动计划开展以来,无锡市城镇污水处理能力和危废集中收集处置能力分别提升至5年前的

1.24倍和4.38倍。该市还积极推动环境治理体系的信息化、智能化水平,建成“天地空”一体化立体监测预警体系,通过融合城市“天罗地网”的大数据,织密大气环境监测网,迅速精准“锁定”污染源,在污染防治攻坚战中发挥了重要作用。

环境基础设施建设的项目资金从哪来?无锡市创新融资方式,推动生态环境基础设施建设全面融入区域产业发展。近年来,储备EOD项目22个,其中5个进入生态环境部金融支持重大项目库,总投资额全省第一。

今年是“三年行动”计划的收官之年,无锡市共有202个项目被列入市级生态环境基础设施重点工程项目清单,计划总投资87.2亿元。通过三年努力,该市单位地区生产总值能耗将持续下降,全市建成区100%建成城镇污水厂处理提质增效达标区,垃圾分类收集与处理设施覆盖率均达90%以上。(陈菁菁 侯梦汐)

苏州打造低空经济新高地

本报讯 今年以来,为抢抓低空经济战略机遇,加快形成新质生产力,推动低空经济跨越发展,苏州市全力以赴推进低空经济加快发展。4月18日,苏州市召开低空经济发展推进大会,推动全市打造全国低空经济示范区,形成低空经济新增长引擎。

苏州是国内经济活跃度最高、工业门类最全、市场资源最丰富的城市之一,GDP位居全国第六,为低空经济发展提供了良好基础和广阔空间。近年来,苏州坚持以科技创新推动低空经济跃迁升级,众多企业立足自主创新,突破技术瓶颈,取得全国乃至全球开创性成果。

今年宿迁将“送戏下乡”不少于335场

本报讯 为丰富群众文化生活、助推乡村文化振兴,宿迁市文化广电和旅游局近日对2024年的“送戏下乡”活动进行专题部署,该市全年将开展“送戏下乡”活动不少于335场。

宿迁将健全各级部门工作协同联动机制,明确“送戏下乡”活动责任分工,建立常态化推进机制。各地按季度出台详细的活动计划和活动方案,根据区域内文化惠民活动的整体安排和群众观赏习惯,合理安排“送戏下乡”活动地点和地点;有针对性地提供符合老年人、妇女儿童等群体需求的戏曲节目,让广大群众真正受益。

送什么戏下乡,群众来点单。宿迁将采取问卷调查、网上征求意见等方式,了解群众需求,按照“群众点单、基层报单、部门派单、主体接单、观众

评单、政府买单”模式,完善供需对接机制,增强工作实效;面向本地专业戏曲院团和优秀群众文化团队购买服务,提升“送戏下乡”活动质量;鼓励各地建立“区域联供”机制,探索实践“地区互通”,丰富“送戏下乡”形式和内容,提升服务效能。

同时,宿迁将鼓励创作一批反映老百姓身边人身边事的优秀群众文艺作品,遴选“五星工程奖”“文华奖”“群英奖”等作品纳入“送戏下乡”节目库,提高演出质量;“送戏下乡”活动演出信息通过当地新闻媒体、手机客户端、乡村大喇叭、乡村公告栏等渠道公开发布,吸引更多群众参与;制作统一的“送戏下乡”活动标识,通过各类媒体平台全面及时宣传报道活动消息,进一步提升群众的知晓率和参与度。(王国康 陈晨)