

为全面落实习近平总书记在中央人才工作会议上的重要讲话精神,充分发挥宣传文化系统人才和广大社科工作者在建设“六个龙江”、打造“七大都市”中的重要作用,由中共哈尔滨市委宣传部、哈尔滨市社科联主办、哈尔滨日报社承办的“推动龙江振兴 打造七大都市”主题征文评选活动已于近日圆满

结束。征文围绕省、市党代会提出的重大理论和实践问题进行研究阐释,聚焦深化省情市情认识、贯彻新发展理念,打破旧有思想观念的同时,深入探讨了哈尔滨市高质量发展的新思路、新办法、新机制。为助力龙江振兴发展,推动“七大都市”目标实现,本报于今日起将连续刊载获奖作品,以飨读者。——编者

奋楫扬帆再出发

——“双循环”的哈尔滨打造“七大都市”新格局

黑龙江省农业科学院 李慧伦

哈尔滨以“扛起省会担当,奋力为全省振兴发展打头阵、挑重担、当主力、作贡献”为己任,抢抓机遇、乘势而上,充分发挥资源禀赋、产业基础等优势,找准发展突破口,重塑竞争新优势,向数字经济、生物经济、冰雪经济、创意设计发力,加速走出一条质量更高、效益更好、结构更优、优势得以充分释放的振兴发展新路子。

A 按下“快进键” 哈尔滨传统产业以双循环理念实现“立体化”发展

新时代哈尔滨传统产业应当从供应链、产业链和价值链出发,内向型发展的企业注重走出去,融入外循环经济圈,外向型企业则注重主动培育国内市场,增强企业对于国内市场的适应性,以双循环相互促进的立体化产业发展思

路制定发展方案与目标。
过去五年,哈尔滨“4+4”现代产业新体系规模突破6000亿元,高新技术企业由2016年的492家增加到1751家,获批国家新一代人工智能创新发展试验区,生物医药产业集群入选国

B 跑出“加速度” 哈尔滨数字经济实现国内国外双循环发展

数字经济打造国内产业双循环

需求端供给端发力

数字经济从供给端和需求端同时发力,借助规模经济效益和范围经济效益推动产业效率的提升与创新发展。数字技术帮助传统产业驱动产业效率提升、推动产业跨界融合、重构产业组织模式以及赋能产业升级,最终通过降本、提效、创新路径实现传统产业业绩提升目标。

为推动建龙阿钢在智能制造可视化方面的技术突破,市科技局积极推动哈尔滨工程大学动力装置工程技术研究所与建龙阿钢紧密对接,校企双方围绕“高炉3D智能可视化平台开发”项目已达合作意向。目前,哈工程团队针对建龙阿钢提出的技术需求,开展相关技术研发,现采用“基于数字孪生的高炉本体预测仿真技术”成功实现了冶金高炉设备及厂区环境的1:1数字化还原。利用“监测数据+模型数据+业务数据”建立冶金高炉的数字孪生模型,对高炉反应器内部烧蚀状态进行虚拟仿真重构,利用仿真数据驱动的三维可视化技术解决了高炉内部反应“黑箱”的关键性问题。这两个项目研究成功后,填补该领域的行业空白,具有国内领先水平,面向国内炼钢行业推广应用,具有显著的社会效益和推广应用价值。

打造透明市场空间

数字经济时代全新技术范式引领生产过程逐步向网络化与协同化发展过渡。数字经济依靠虚拟网络打造更加公开透明的市场空间,利用网络连接效应拓展中小企业嵌入

到产业集群的渠道,全方位改善哈尔滨产业同构现象,提升产业内分工与专业化水平。

数字化是一个系统工程,不是一个局部工程,需要有定制化的平台对它进行全面控制。在生产基地建立起智能制造全流程交互体系,这不是简单的“一揽子方案”,而是为基地量身定做,能够真正实现生产全过程的数字化、信息化、智能化的多层次体系。在遵循合规的前提下,将助力企业进行更透明、更高效、更精准、更灵活、更环保的生产和质量控制。此外建立研发与生产共享的数据平台,实现持续工艺检测的目标,同时打通集团内不同子公司与总部之间的信息通道等。

实现产业发展双循环

数字经济所产生的网络连接效应,为企业嵌入全球价值链带来了更为便捷和经济的方式,推动企业深度融入国际经济循环体系中。一方面,参与国际经济循环可以缓解国内就业压力,提升国民生活水平,拉动内需,扩大国内市场效应;另一方面,高技术水平的国际经济循环所带来的技术溢出效应与示范效应有助于国内产业技术提升与结构升级,最终推动国内产业循环发展。

聚焦“推动形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”,坚持对俄与深哈“两个合作”协同发力,推动省内、国内、国际“三个开放”相互促进,加速构建“开放发展”新格局。依托新区、自贸试验区片区的辐射作用,加强与黑河、绥芬河片区的联动发展,探索推动“店”“厂”“仓”分立分设、协同发展,打造优势互补、共享共赢的

家首批战略性新兴产业集群。在创新驱动、园区带动、数字经济、生物产业等方面的成绩显著,“4+4”产业新体系、创新示范和经济引擎作用全面显现,结合产业方向发展定位,深耕全产业链发展生物技术、数字经济、新材料等生产工艺技术、制品,精准服务哈尔滨在国内大循环和国际双循环新发展格局中的科技优势和定位,提高价值链、产业链安全性和竞争力,推动传统产业数字经济转型和传统产业升级,实现“科技自立自强”。

“飞地经济”新模式。依托“黑龙江-粤港澳大湾区产业协同服务中心”招商平台,深化深哈合作,常态化“驻点招商”,承接大湾区、辐射珠三角的产业转移。依托中俄博览会等平台,充分发挥对俄地缘和资源优势,搭建对俄合作综合服务平台,大力开展科技、信息、经贸、文化等宽领域、多层次的对外深度合作。

数字经济强化哈尔滨外贸纽带推动双循环

大数据、人工智能及其学习等数字技术的成熟,在一定程度上替代人类解决贸易中存在的问题,通过对贸易数据的实时分析实现自动化决策处理,提升出口企业运行效率。另外一方面,数字技术在政务服务方面应用推动了办公信息化进程,大幅度缩短贸易时间,提升贸易效率。进口规模的扩大以及需求的多样化加快了国内需求从低端向高端的转变,加速哈尔滨产业产品升级换代,为出口贸易创造条件,以内需市场为动力,以国内产业为依托,以对外贸易为纽带,促进双循环格局的形成。

哈尔滨具有独立完整的工业体系,供应链体系健全、产业配套能力强,规模庞大、分布广泛,中国的制造业与全球产业链供应链深度融合,并呈现出巨大的制造业产业规模优势。对于国外市场消费端的需求,哈尔滨制造能够做到有效覆盖,同时又可以做到种类丰富、价格合适,因而依托数字技术,有着巨大的发展空间。贸易数字化的过程既包含了用数字技术对原有贸易流程的替代或优化,同时又会创建新的商业模式,改变原来的商业流程,创造新的增长点。因而对外贸行业,特别是传统外贸行业来说是一个转型的契机。

C 释放“软优势”

哈尔滨旅游经济实现国内国外双循环良性互动

新发展格局的构建正在悄然形成,正好利用这个“窗口期”深耕哈尔滨旅游,丰富与创新旅游供给,提升哈尔滨旅游产品质量与旅游服务水平,将哈尔滨庞大的出口旅游消费能力纳入国内旅游市场,做强自身旅游市场的基础上,才能够更好强化对外宣传推广,吸引国际游客与资源,最终推动哈尔滨国际旅游的发展。在通过旅游活动强化哈尔滨冰雪文化的对外交流,讲好冰雪故事,传播冰雪文化,提升哈尔滨冰雪文化软实力。此外,强化国外资金、管理以及企业等资源要素的引入,充分利用全球优秀资源促进哈尔滨旅游经济高质量发展。

打造哈尔滨冰雪体育运动核心区。建设冰雪艺术街区,打造冰雪演艺综合体,把哈尔滨打造成为国际冰雪时尚创意名城。培育哈尔滨智能高新冰雪装备器材研发制造集群。近年来,哈尔滨以“两山”理念为引领,以文旅体融合发展为导向,推动国际冰雪节、冰雪大世界、冰雪嘉年华、亚布力滑雪旅游成为国际品牌,旅游收入年最高突破1500亿元,接待游客量突破9500万人次,连续五年荣膺“中国十佳冰雪旅游城市”榜首,跻身世界滑雪意向的中国城市榜前十位,哈尔滨要突出发展以冰雪体育、旅游、创意、装备等为重点的冰雪经济,努力建成世界冰雪产业发展新高地。此外哈尔滨要抢抓后冬奥时代机遇,坚持把文旅体融合发展作为打造“冰雪文化之都”的重要途径,通过传播策略大力宣传冰雪文化,从而提升哈尔滨世界冰雪文化体育旅游名城知名度。

千磨万击仍坚韧,栉风沐雨更上攀。站在新起点接续奋斗,新征程踔厉奋发,凝聚全面振兴全方位振兴发展共识,哈尔滨向现代化国际大都市建设迈出坚实步伐。

加强创意文旅纪念品开发推广助推“创意设计之都”建设调研报告

哈尔滨市社会科学院 王惠燕

哈尔滨市第十五次党代会提出了着力打造“七大都市”的奋斗目标,为今后五年哈尔滨全面振兴全方位振兴锚定了方向。创意文旅纪念品是蕴含着区域文化特色的旅游商品,兼具文化性、创意性以及经济价值,对于打造城市旅游品牌、传播地域文化、增加旅游收入,打造“创意设计之都”具有重要推动作用。

个地域的特色象征,凝聚了地域的自然、历史以及精神文化,具有深远的文化内涵。加强文旅纪念品的创意设计,将地域特色文化融入其中,既是对其使用价值的补充,也是地方特色文化在当下的创新运用,有助于地域文化走入受众的视野与心中,成为地域文化的载体。

二、哈尔滨创意文旅纪念品市场发展现状

为了解哈尔滨市文旅纪念品市场发展的情况,本次对于文创纪念品市场调研分为线上和线下两个渠道。通过对网站(包括去哪儿网、携程网以及小红书和抖音等)上哈尔滨旅游文旅纪念品的相关推荐信息的调查发现,总体来说哈尔滨旅游信息主要以美食推荐为主,文旅纪念品提及较少。仅有的文旅纪念品推荐中,提及率较高的为俄罗斯特色商品,包括梳子、镜子、套娃等传统物品以及大列巴、红肠等特色食品,还有俄式建筑明信片,缺少俄罗斯特色以外叫得响、有影响力的特色文旅纪念品。

在线下知名景点旅游纪念品售卖情况的调查中,也发现一些共性问题。一是文旅纪念品定位不清。文旅纪念品开发设计缺少系统的管理和规划,市场定位不清,产品“同质化严重”“基本都长一个样”,缺乏地域特色文化融入,有些商贩甚至售卖广西、云南地方特色纪念品。二是文创纪念品缺乏创意。目前,市面上的哈尔滨旅游纪念品缺乏创意特色,产品生产理念相对滞后,缺乏吸引力,难以拉动旅游经济。这与市场上缺乏专业人士从事文创旅游纪念品的开发工作,产品开发、生产与销售流程没能形成规模有关。三是质量较差,很多旅游景点出售的纪念品是由小商贩经营的,经营规模较小,实力较弱,没有办法开发出质量更好、更有特色的文创旅游纪念品。

三、促进创意文旅纪念品产业发展对策建议

(一)深入挖掘地方特色资源文化

旅游纪念品的价值及核心竞争力是地方特色和文,创意设计要有文化、讲故事,传递文化信息,使文创产品具有一定的社会价值和

精神内涵,形成个性文化符号,注入到旅游纪念品中。所以我要深入挖掘鲜卑文化、渤海文化、金源文化、满族文化等优秀历史文化,抗联文化、北大荒文化、工业文化等红色文化、欧陆文化、生态文化、冰雪文化、音乐文化等现代文化,提取创意设计元素与文旅纪念品开发结合起来,通过“小物件”传递“大文化”,体现出本地的内涵和地域特色。

1.对于非遗文旅纪念品的开发

对于非遗文化纪念品如皮画、麦秸画、剪纸、乌鱼绣、靰鞡绣、桦树皮画等非遗产品的设计,除了传承非遗技术创作之外,还要不断创新,将特色文化元素、传统工艺技艺与创意设计、现代科技、时代元素相结合,提高设计品位。充分调查游客的实际需求,有针对性地增强非遗文化纪念品的美观性和实用性。另外,要增强游客的互动性和体验性。如在热门景点开设体验馆,通过动手制作、游戏的设计,让人们感受工艺、习俗等文化的魅力。

2.欧陆文化文旅纪念品开发

对于带有欧陆文化风格纪念品的开发,首先要保持原汁原味,鼓励俄罗斯优质商品店提档升级,规范价格,提升品质。二是打造特色体验馆,如“大列巴面包主题工坊+购物”“红肠制作体验馆+购物”,让游客在购买纪念品的同时,增强趣味性。第三,对俄式文化元素进行挖掘,增加纪念品的文化附加值。如提取包括索菲亚教堂等知名欧式建筑元素,打造IP品牌,将品牌符号融入帆布包、运动短袖、帽子、丝巾、围脖等便捷携带的日常用品设计。

3.冰雪文化文旅纪念品开发

冰雪文化是在冰天雪地的自然环境中中长期流传下来的以冰雪为载体,具有冰雪符号特征的文化传统。作为冰雪旅游纪念品,在开发过程中一定要突出“冰”“雪”主题,要与冰雪旅游相呼应,围绕“冰”“雪”元素进行开发设计。除了在包装样式上变换花样,更要与市场相结合,以创新为导向,在纪念品的设计主题、外观、材料、工艺、色彩等方面充分表达出哈尔滨冰雪文化。另外,打造“冰雪文化+热门IP”强强组合,扩展冰雪文化外延。如冰雪大世界的有效尝试值得推广,2018年哈尔滨冰雪大世界与《王者荣耀》协作,一起开辟《王者荣耀》冰雪

真实场景,并在冰雪大世界景区内建立了首家线下冰雪王者概念周边店,游客能够在店里买到《王者荣耀》和冰雪大世界的联名限量周边,冰雪雕刻艺术与国民游戏IP强强联手打造文创景区,并出售联名纪念品模式值得继续探索。

4.绿色食品文旅纪念品开发

哈尔滨得天独厚的黑土地资源孕育了丰富的绿色食品资源,并在全国享有盛誉。我市可以深度挖掘农业产品特色,坚持“绿色、安全、有机”的制作理念,打造具有地域特色的绿色食品纪念品品牌。推动创意设计在绿色食品、纪念品的包装、功能、品牌甚至文案方面应用,通过创意设计深耕品牌形象。可以借鉴“掌生谷粒”文创农产品发展路径,通过塑造“天然优质农产品+特色包装+暖心文案”的方式成功打造优质的农产品品牌。这种通过创意设计带来的文化附加值,既传播了一种返璞归真的生活方式,又让购买礼物和收到礼物的群体除了品尝绿色农产品之外,感受到朴素的情感。

(二)加强品牌打造和专利保护

第一,政府给予文创产品研发设计一定的政策优惠和资金扶持,按照“政府主导,市场运营”的模式,成立哈尔滨市文化创意产业协会和创意品牌运营中心,鼓励创意企业加强文创品牌的打造能力。系统挖掘、打造和推广根植于地方特色的IP形象、故事和产品,构成完整的衍生品概念,打造具有核心竞争力的文化品牌。根据品牌主题和调性设计整个流程,从挖掘文化到设计产品、宣传和销售,将零散的旅游纪念品销售转换为旅游文创品牌的策划和营销。第二,注重产品知识产权的维护。组建针对文创旅游纪念品的旅游市场综合执法队伍,加强市场的监管与引导,打击盗版、鼓励原创,并为企业提供一定的专利产权知识和维权帮助及指导。第三,在资金扶持方面可根据实际情况在原有政府补贴的基础上设立专项的资金,针对文创旅游纪念品产品开发提出专利申请补助的企业给予一定的资金扶持,提升产品开发企业开发原创文创旅游纪念品。

(三)加强创意人才引进和培养

目前我市旅游纪念品开发行业中,只有少

数人员是系统受过旅游专业或相关专业教育的,还需要更多专业人才的加入。所以一方面要注重引进产品开发和运营等高端文化产业设计和管理人才,加强对外交流合作;另一方面培养本土设计人才。可以联合高校、企业,探索“产学研”相结合模式。发挥高校设计教育的资源优势,将旅游纪念品的设计与开发融入设计产品研究活动中,通过高校的创新创业教育,结合众创空间的培育模式,及时将创意和资源转化为迎合市场需求的创意产品。加强“创意设计工作室”“大学生众创空间”的模式建设,把艺术科研成果及时转化为生产力和经济效益,使产、学、研紧密结合起来,通过设计参与市场竞争,培养创意设计人才的同时,使文创旅游纪念品呈现出多层次、多类型的发展趋势。

(四)政府支持和鼓励社会力量参与设计

政府要鼓励创意氛围,一方面政府应出台哈尔滨市文创产品标准,建立文创产品公共服务平台,集中政府、产业协会、学校、研究机构和设计机构等力量,完善文创产品开发公共服务平台,协同制定哈尔滨文创产品的文化战略和开发设计策略。另一方面政府要联合本地旅游文化类企业定期举办文旅纪念品设计大赛,激发文化创意活力,通过征集比赛、设计定制等方式,让文化机构、设计师介入产品开发,研发符合现代市场需求的产品。

(五)加强营销能力

加强线上线下营销力度,一方面政府应系统整合博物馆、规划馆、图书馆、剧院、汽车站、高铁站、机场等文化和旅游公共空间,打造文创产品公共服务平台,推动“冰城有礼”“礼遇哈尔滨”等公共服务品牌形象的整体推广运营。另一方面发挥新媒体作用,聘请专业营销团队为文创纪念品企业提供营销服务支持。通过时下流行的网络平台,特别是流量大、各年龄段群体喜闻乐见的App如小红书、抖音、快手、豆瓣等平台上加大宣传力度,针对不同对象如中老年群体、年轻群体或者高端市场群体、下沉市场群体开展专门推广,提高人们文创旅游纪念品的认知。同时通过宣传有趣且具有实用价值的商品推广哈尔滨的旅游项目,吸引潜在客户,打造网红经济。