

技艺潮流巧碰撞 科技文化双赋能 进博会搭台,江苏老字号出海正当时

潮涌东方,气象万千。11月5日,第八届中国国际进口博览会在上海开幕。当天,以“江河风物 美好如苏”为主题的江苏人文交流活动展区,刚开馆便以厚重悠久的人文风韵与时尚新潮的创新表达先声夺人。精美的苏绣、迷人的蓝印花布、高颜值的陶瓷……江苏知名的老字号在这里比比皆是。

目前,江苏有113个中华老字号、352个江苏老字号,数量居中国前列。此次江苏省55家优秀企业参展,集中呈现200多件产品。以它们为窗口,一起来看江苏的老字号们如何在传承中发展,在守正时创新。

“江苏十三画,个个美如画!”这不仅是一句感慨,更是一组构思巧妙的文创。进博会江苏人文交流展区内,墙上14把紫砂壶十分亮眼。正中间的江苏省代表壶茉莉花壶,壶身为足球图案、1:1足球大小,茉莉花形壶钮、花枝手柄,触摸起来细腻温润。

“这是新华日报·交汇点携手江苏老字号紫砂品牌华凤翔共同推出的‘苏超紫砂壶系列’,也是江苏省城市足球联赛的官方特许非遗联名特别款,主题就叫作‘江苏十三画,个个美如画’,意为江苏13座城市,每一把壶都是一幅画,分别讲述一个城市独特的文化故

事。”“华凤翔”负责人钱盈盈介绍,省壶刻有足球纹理,融合紫砂古典气韵与体育现代动感。绕它一圈的则是根据江苏13个设区市独特文化元素设计的紫砂壶,比如南京为梅花壶,无锡为水蜜桃壶,盐城为麋鹿壶,各有趣味。“这套壶目前在江苏馆和国家馆都有展出,观众都很感兴趣。”

将传统玩出新趣味,江苏驾轻就熟。南京云锦研究所此次带来《龙腾骏业》《百鸟朝凤吉服》《威凤祥麟》3件作品,其精致的图案和纹理惹得观众惊呼“华美”。

蓝印渐变棉麻连衣裙、蓝印真丝渐变围巾、蓝印双面复色真丝围巾、七色龙宝蓝印布偶……作为一家有着170年蓝印花布生产历史的非遗工坊,江苏老字号南通本蓝工艺品有限公司(曹裕兴染坊)越发时尚,走进年轻人的消费日常。公司总经理江荣回忆,在2022年第一次参加进博会前,产品常作为传统特色礼品销售给外国客人。“去年在进博会亮相后,市场知名度进一步打开,让我们意识到品牌的重要性。得益于进博会这个平台,过去一年我们新增了许多与高端知名品牌合作的机会,还从南通老字号成功晋级为江苏老字号。”江荣说,品牌度提升、销量攀升,也助力产品持

续创新。如今,曹裕兴在传统工艺基础上,相继由棉布发展到高支棉、棉麻混纺和丝绸等产品,且花型丰富,设计新潮,收获许多年轻人的热捧。

日常餐饮使用陶瓷不在少数,将陶瓷烧制出外交智慧是怎样一种风格?高淳陶瓷带来一套“盛世和韵”宴会用瓷:餐具以唐代宝相花为魂,立体浮雕勾勒层叠锦绣,珠光贝母光泽流转,宋代八达晕纹丝丝入扣,整体浅黄主调轻盈如缎,磨砂铜钱肌理又暗合“天圆地方”哲思。江苏高淳陶瓷股份有限公司品牌部总经理徐碧伟介绍,这套餐具为2025年中国—拉美和加勒比国家共同体论坛第四届部长级会议午宴用瓷,融合传统纹样与现代工艺,传达刚柔并济的外交智慧。

对高淳陶瓷来说,参加进博会不仅是展示的好窗口,更是推出海外战略的好契机。徐碧伟表示,此次进博会期间,重点展示“盛世如意”“盛世和韵”等系列国宴瓷及代表性炻器产品,以技术与文化双核向全球采购商传递“中国高端陶瓷”的品牌定位。“我们也期待借力进博会政策红利,优化跨境供应链与合作模式,在出口100余个国家和地区的基础上加大出海面。”

(颜颖 王梦然 胡春春/文)



Jiangsu China

联系电话:0086-25-58680315

E-mail:xhhw@xhby.net

欲知更多新闻,
请浏览新华报业网
(www.xhby.net),
或扫描右侧二维码浏
览中国江苏网。



江苏恒神生产忙

11月4日,江苏恒神股份有限公司碳纤维生产线一片繁忙景象,细若发丝却强逾钢铁的黑色丝线正从设备中源源不断产出。该公司通过构建以“产学研用一体化”为特点的科技创新体系,实现了从碳纤维、树脂、预浸料到复合材料制品的全产业链覆盖。邵丹/摄

海归闯基层 创业兴乡野

“这幅挂画淡雅而不失格调,喜欢的小伙伴请点击购物车1号链接,特价65元,今天拍下今天发货!”十月中旬,一年一度的电商平台“双十一”促销活动已经启动。10月16日中午,位于宿城区王官集镇文创产业园的宿迁奇瓦丽科技发展有限公司内,直播、分拣、打包,快递运输车辆驶入厂区装载快递,一派忙碌景象。

下午1点半,宿迁奇瓦丽科技发展有限公司总经理邬国园在处理完公司业务后,马不停蹄赶往位于小镇产业园内的文创综合体。“邬经理来啦,最近电商大促,我们应该怎么抓住机会拓客?早就想来请教你了。”“怎么才能有效降低退单率,有什么好对策吗?”一间不大的会议室里,已挤满了来自四邻八乡对电商感兴趣的村民。

邬国园没喝一口就和大家畅聊起来:电商创业要抓住什么重点、产品创新的源泉在哪……一个小时的交流时间里,他毫不吝啬地分享着十多年来创业经验。结束后,他又带着老乡们进厂房、下车间,全流程解疑答惑。

“同时运营十几家网店,您还有空给大家做培训?”面对记者的提问,邬国园没立即接话,而是转头看向不远处连片的新厂房,“你看,这一带10年前都是闲置水沟,现在已经是集聚了20多家文创企业的产业园,我们奇瓦丽是第一家,当然应该担负起传帮带的责任。”

10年前,从海外留学归来的邬国园,因感受到宿迁浓厚的电商创业氛围,坚

持回到家乡王官集镇创业。在当地政府部门的帮助下,他陆续克服资金、场地、用人等多方面困难,从年销售几万元做起,如今公司年销售超过5000万元,高峰时期带动附近村民就业超300人。2022年,他投资千万元打造王官集镇文创综合服务中心,为初创青年免费提供办公场地、设施及孵化服务。

“只要敢闯敢试,基层也大有天地。”邬国园的创业故事,不仅映照着时代浪潮之下,万千学子倾情参与家乡建设的青春担当,更是青年择业观发生改变的具体写照。

投身乡村事业后,邬国园积极发挥自身优势,带领村民一起发展电商,到尹黄村任职的第一年,村民人均收入从不足万元增长至1.3万元。今年8月,邬国园正式接过了牛刘圩村党支部书记的接力棒。这一次,他迎来的是一个全新挑战——牛刘圩村不处于王官集镇发展核心区,缺资源、缺资金、缺人才,直到去年村集体经济收入才突破50万元。

面对全村老少热切的期盼,邬国园以再次创业的精神,在向外找资源上动起了脑筋。“乡村要振兴,因地制宜选择富民产业是关键,既然牛刘圩村在产业‘自我造血’上相对困难,那就从镇里重点农文旅产业蝴蝶兰花卉、朱海大米、花园酥梨等入手,用我最擅长的电商思维,整合好资源、拓出一条路。”邬国园的想法很务实。

深秋的暖阳洒在这个静美的小乡村,按照邬国园的设想,未来几年,牛刘圩村将以电商发展为助推器,助力小村“上云出村”“引流出圈”。(林元沁/文)



江苏百强企业榜单发布 恒力、盛虹、沙钢继续领跑

日前,江苏省企业联合会发布“2025江苏百强企业”榜单。数据显示,2024年江苏百强企业共计实现营业收入75515.80亿元,比上年增长2.03%;总资产规模突破14万亿元大关,达140161.31亿元,同比增长9.04%;同期企业研发总投入为1007.05亿元,同比增加2.73%,展现出强大的发展韧性和增长潜力。

榜单中,百强企业入榜门槛比上年增加12.99亿元,达265.52亿元;营业收入超千亿元的企业数量达到19家,较上年增加1家。其中,恒力集团以8715.21亿元的营业收入继续稳居榜首,盛虹控股集团和江苏沙钢集团分别以5656.23亿元和2706.49亿元的营收紧随其后。

从地区分布来看,百强企业相对集

中,其中无锡、苏州、南京三地企业数量位居前列,分别有31家、21家和18家企业入榜。此外,常州、南通各占据7席,镇江、扬州、连云港、徐州各3席,盐城2席,泰州、宿迁各1席。

在行业分布方面,共有66家制造业企业入榜,较上年增加3家,营业收入总额高达56066.71亿元,占百强企业总额的74.25%。服务业企业和建筑业企业分别有26家、8家企业入榜。

此外,“2025江苏制造业百强企业”和“2025江苏服务业百强企业”同步公布。其中,2024年江苏制造业百强企业和服务业百强企业分别实现总营业收入61736.22亿元和22584.94亿元,比上年增长1.84%和2.52%。(崔昊/文)

← 无锡国家数字电影产业园内,现代化摄影棚集群错落有致,数字特效研发中心、影视人才实训基地等配套建筑拔地而起。
高月鹏/摄



↑ 2025年是淮安大运河百里画廊建设“五年展盛景”之年。作为大运河文化带的“基因库”,淮安以“运河之都”的历史底蕴为根基,通过五年的系统建设,将千年漕运文脉转化为生态、文化、经济融合发展的新载体。图为航拍京杭大运河与里运河交汇处的淮安港全貌。



贺敬华/摄