

我市红船文创品牌焕新发布

■记者 沈焕娉 通讯员 卞超群

本报讯 昨天下午，南湖革命纪念馆内创意涌动，红船文创品牌焕新会活力启幕。现场不仅正式揭晓“红船文创”品牌架构与系列好物，更签约搭建了产学研合作平台，以创意为桥、以文化为魂，让红船精神在新时代“活”起来、“潮”起来。

展厅内，精心布置的文创展区格外吸睛，琳琅满目的文创好物整齐陈列，红船、烟雨楼等南湖元素巧妙融入设计，颜值与内涵双在线。游客们驻足观赏，沉浸式解锁红色文化传播新范式。

发布环节高光频现，“起航”“初心”两大核心系列正式亮相，精准覆盖全年龄段消费需求，构建起层次清晰、定位鲜明的红色文创矩阵。“起航”系列聚焦高端典藏与商务礼赠，适配企业高端馈赠、个人收藏纪念等场景。“初心”系列则主打亲民实用，下设三大特色子系列，精准触达不同群体：初心·南湖摇橹系列面向0至10岁儿童，将红船、烟雨楼转化为软萌IP形象，助力红色文化启蒙；初心·正当潮系列瞄准11至44岁人群，融入国潮、新中式设计语言，贴合年轻审美、彰显青春态度；初心·守望聚焦45岁以上群体，兼具纪念价值与时代情怀。

据介绍，这些文创好物的价格覆盖大众亲民款、中端体验款、高端收藏款全区间，从几十元的日常好物到数百元的典藏精品，性价比与文化感兼具，让不同人群愿意把“红色记忆”带回家。

“今年初，我们梳理馆内文创产品，多个品类市场反响良好。我们由此萌生想法，注册专属文创商标，打造系列品牌，推动红色文创从零散单品迈向系统化、品牌化发展，使其更具辨识度与影响力。”谈及品牌焕新初衷，南湖革命纪念馆办公室主任卞超群表示。

将红色基因深度融入文创设计，既是文化传承的内在要求，也是打造兼具时代影响力与市场竞争力文化品牌的重要路径。活动中，南湖革命纪念馆与多家优质文创企业现场签署战略合作框架协议。双方将深化资源共享、优势互补，合力推动红色文创产业化、规模化发展。

“我们将持续鼓励文化企业深耕红色赛道，打磨更多有温度、有创意、有故事的文创产品，不断擦亮嘉兴红色文化金名片，为传承红色基因、弘扬红船精神注入新动能。”南湖革命纪念馆相关负责人表示。

嘉兴以科创金融生态 答好“创新之问”

(上接1版)

第三招：风险共担，让银行敢贷、愿贷。嘉兴构建“财政风险补偿+银行贷款+融资担保+科技保险”四位一体风险共担机制，从“直接补贴企业”转向“为金融机构分担风险”，让银行敢贷、愿贷、能贷。市级融资担保机构面向初创期、成长期科创企业和首贷户全面取消抵押反担保，年担保费率最低仅0.5%，银行配套贷款利率控制在4%以内。

2025年，嘉兴市融资担保有限公司累计为全市1231家科创小微企业提供政策性科创担保，担保金额51.09亿元，规模居全省第二，而平均代偿率仅2%，连续5年低于全省平均水平。财政资金“四两拨千斤”的作用充分显现。

“基金投到哪，贷款跟到哪”

如果说单点政策是“碎片”，那么嘉兴最亮眼的创新在于把“碎片”拼成了生态。

核心打法是“基金投资+银行贷款”联动模式：政府投资基金对科创企业完成股权投资后，银行同步对接授信——“基金投到哪里，贷款跟到哪里”。

这解决了科创金融的一大痛点：股权融资和债权融资各自为战，信息不通，信用不共享。

浙江千顺汽车科技有限公司的经历很有代表性。这家做汽车智能制动系统的企业，在获得嘉兴高端装备产业基金股权投资后，嘉兴银行第一时间给予大额综合授信，足额保障其总投资12亿元的总部基地建设。项目达产后，年产值可达30亿元，大幅提升嘉兴在智能汽车核心零部件领域的产业链配套能力。

致瞻新能源(浙江)有限公司同样受益于此。“最难的时候，是政府投资基金陪着我们熬过来的。”企业负责人回忆，基金不催短期回报，反而帮助对接产业链资源。在基金投资增信下，银行配套贷款顺利落地，总投资10亿元的碳化硅器件项目加速推进，投产后预计年产值50亿元，为嘉兴集成电路产业补上关键一环。

截至2025年底，这一模式已为95家企业提供贷款28亿元。南湖区“科技贷”累计授信668家企业，总额80亿元，科创企业贷款余额保持22%以上增速。

从实验室到生产线的“最后一公里”

科创金融改革，最终要回答一个问题：创新成果如何走出实验室、走向产业化？

嘉兴长三角创新投资集团的角色至关重要。这个市政府投资基金的运作管理平台，自2020年成立以来，在管基金规模已超330亿元，通过母子基金投资项目823个，培育上市企业33家，其中嘉兴本地项目105个，撬动总投资约380亿元。

它的打法更有耐心：不仅为大衍科技、芯寒智能等55个天使期项目提供“第一笔投资”，还帮企业注册、找厂房、办技术对接会；支持清华长三角研究院、乌镇实验室等高能级平台组建成果转化基金，已投资孵化转化20余个项目……

“科创成果转化的最高质效，在于精准赋能、久久为功。”嘉兴长投集团相关负责人说，只有用“真金白银”加“精准服务”持续陪伴，才能让创新从实验室走向生产线。在它的运作下，一个覆盖“种子—天使—成长—成熟—并购”全生命周期的基金矩阵已然形成。

4年改革，嘉兴交出了一份成绩单：全市165家科创企业稳步迈入成长期、成熟期，累计培育国家级高新技术企业107家、省级“专精特新”企业29家。高端装备、集成电路、航空航天、新能源汽车等产业集群加速集聚。

比数字更值得关注的逻辑的转变——嘉兴用财政“小钱”撬动金融“大钱”的实践，回答了“一个时代之问：在科技创新成为核心驱动力的今天，政府财政究竟应该扮演什么角色？”

答案已经清晰：不是取代市场，而是激活市场；不是直接给钱，而是构建生态；不是追求短期回报，而是培育长期竞争力。

正如蓝箭航天的那枚火箭，财政资金或许只是燃料中的一小部分，但正是这关键的“点火”力量，让整个创新引擎得以轰鸣升空。

供需“面对面”把脉转型 嘉兴为传统服装产业注入数智新活力

■记者 陈曦 通讯员 孙敏杰

本报讯 成本涨、订单碎、市场变化快……这是眼下嘉兴许多服装企业共同面对的难题。传统产业如何破局？5月14日，一场专门为嘉兴服装行业“把脉开方”的数智技术对接交流会举行。这是一次实打实的“供需相亲会”——企业带着痛点来，服务商揣着方案上，目标只有一个——破解转型痛点、打通供需堵点。

交流会现场，浙江芯歌智能科技有限公司带来一款行为识别产品。在服装车间里，缝制手法不标准、漏工序、熨烫不规范……这些问题过去全靠人工检查。而该行为识别产品可以依托视频AI优化车间人员与现场管理，覆盖裁床、版房、仓

储、质检等多个场景，能精准识别50多种行为动作。芯歌智能AI事业部副总张春打了个比方：这就像给车间装上了一位“AI督察”。

“一台设备能顶好几个管理员，还能帮我们控制面料损耗、降低次品率。”一名参会的服装企业生产负责人现场算了一笔账：1个车间省下2个巡检人员，返修成本下降5%至10%，面料损耗再降3%至5%。

除此之外，深服科技带来AI设计平台，打通研发全链路，降本提效。“我们的‘画衣衣AI平台’，可以实现从设计到样衣72小时交付，覆盖AI设计、工艺单、制版及中央车间匹配等全研发链路……”浙江深服人工智能科技有限公司董事长吴德偲拿出了自己的解决方案。他

直言，作为一家本土服务商，希望能帮助嘉兴自己的传统优势产业快速转型升级，拥抱数字时代。

交流会上，嘉兴联通推介的服装业大脑平台，可帮助企业破解“信息孤岛”。互动环节气氛热烈，企业代表们直接抛出生产中遇到的真实难题：“缝制手法不标准怎么自动抓取？”“返修区的衣物乱堆放能不能识别？”服务商一一作答，现场达成多项初步合作意向。

在浙江东一线业有限公司总经理助理华峰看来，这次对接交流会带来了可直接落地应用的数字化“良方”。

“我们的角色是帮企业找到路、搭好桥，推动优质服务、方案精准触达企业，鼓励企业主动对接，借助平台找准转型

路径。”嘉兴市经信局副局长朱云峰在会上语出关键。

纺织与服装产业是浙江传统优势产业和重要民生产业，也是“415X”先进制造业集群中的万亿产业。2024年，嘉兴与绍兴、杭州、宁波联合打造的环杭州湾现代纺织服装集群入选国家先进制造业集群。

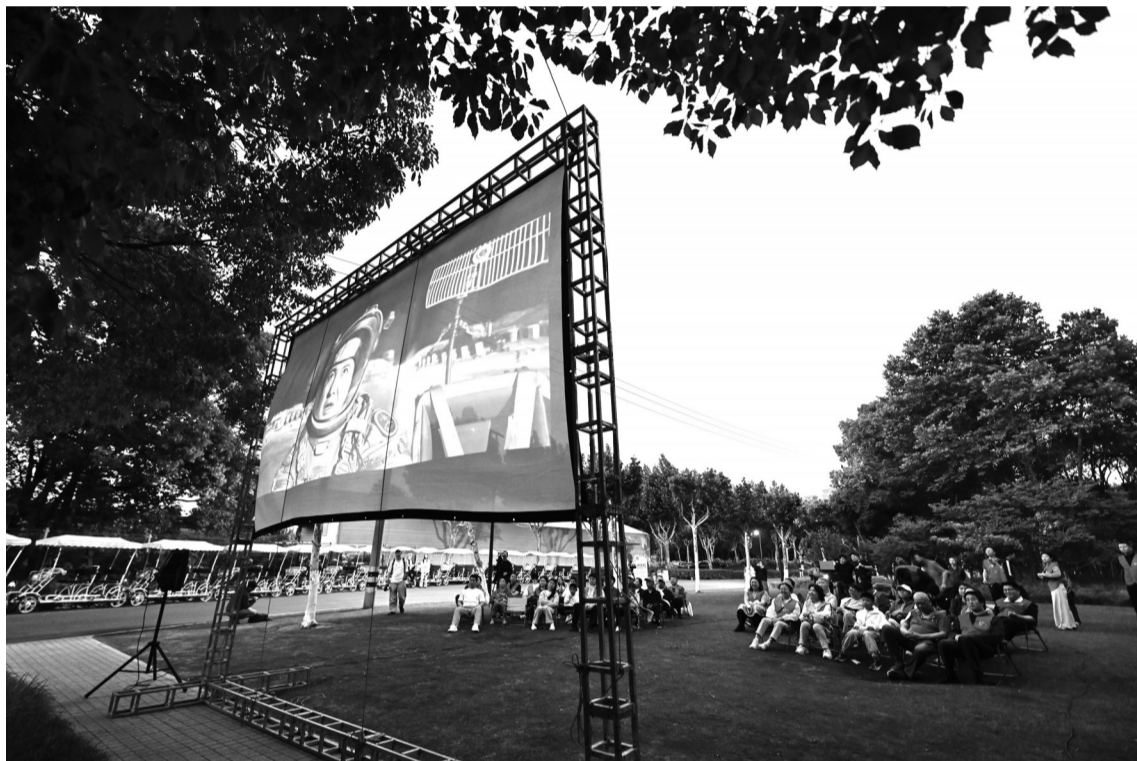
近年来，嘉兴纺织服装产业深入推进“两化”融合，企业在设计、生产、营销等全产业链应用工业大数据、“5G+”及“人工智能+”技术的能力进一步提升，浙江新澳等企业拥有行业领先地位的新技术和新工艺，桐昆、新风鸣等企业入围国家级智能制造示范企业。嘉兴的现代纺织服装产业，通过“链主”企业横向联动，发力推动特色产业成链集群发展，加快推

动产业链上下游企业深度合作。

去年，《嘉兴市推进“人工智能+”行动计划(2025—2027年)》出台，对符合要求的改造企业给予“真金白银”支持，同时加强政策宣贯，变“人找政策”为“政策找人”。目前，嘉兴累计培育了45家省级数字化服务商，数量居全省第三；累计培育成长型“浙江数商”10家。

此次交流会搭建了高效供需对接平台，嘉兴市经信部门将结合嘉兴工业企业实际需求，聚焦主导产业和各类企业，市县联动，加大对供给侧和需求侧的撮合匹配、对接合作，有针对性地解决制约企业发展的难点、痛点和堵点问题，降低企业经营和交易成本，助力工业经济稳进提质。

让「光明」在绿意中传递



昨天傍晚，南湖区“植此青绿 心向光明”第三十六个全国助残日“光明影院”放映活动在嘉兴植物园温情启幕。

活动为视障群体送去文化关怀，弘扬了扶残助残的社会风尚，让“光明”在绿意中传递、在守望中延续。

■摄影 记者 徐志达 通讯员 姜丹青

石榴花开别样红

(上接1版)

如果说，考古是“让历史说话”的深度对话，那么皮影戏则是“活”在当下的文化交融。

去年秋，国家级非遗海宁皮影首次在海盐“开箱”。《龟与鹤》《孙悟空大战魔王》等剧目轮番上演，明珠社区居民丽莎罕、喀斯木和姐妹们搬来小板凳，坐成一圈，忍不住拍手叫好；孩子们仰头追问“影子为什么会动”，大人们把孩子扛上肩膀，笑声在广场上回荡。

在海盐第三小学美术室，另一场文化接力也悄然进行。传承人手把手示范刻法，学生古丽尼格乐·克热木把胡杨枝叶刻成轮廓，想让家乡风光“登上”皮影舞台；黄子涵边刻边念叨“我要做一名文化传播人”。短短一节课，300多名孩子完成200多件半成品皮影。

海宁市斜桥镇中心小学与沙雅县第三小学签下协议：6副精品皮影、两套剪纸工具及校本教材落户沙雅，两地学生将通过云端共上“皮影课”，让非遗技艺在下一代手中继续闪光。

此外，国家级非遗海盐滚灯、省级非遗江南船拳、桐乡花鼓戏、平湖九彩龙等也相继亮相沙雅县胡杨文化节和“第二届新疆民间艺术群英会”。嘉沙两地还联合举办《红船起航》主题展，南湖红船与塔河胡杨在展厅内完成跨越时空的对话。嘉兴市理论宣讲队联合沙雅县金胡杨宣讲团，连续3年组织70余名骨干开展“红船精神耀胡杨”活动。

文化润疆，如细雨润物，悄悄在每个心中播下了认同的种子。

一体筑梦：兵地互嵌共育“幸福林”

从沙雅县城驱车向西，一片崭新的建筑群映入眼帘——库沙新拜产业园。一个正在崛起的兵地融合示范区，涵盖库车、沙雅、拜城3个片区。

援疆前，沈君是海盐经济开发区村镇建设办公室主任，在担任沙雅片区库沙新拜产业园园区中心副主任后，他便一头扎进热火朝天的建设工作中。

“要让援疆项目长出‘新疆

根’，得先摸准这片土地的发展脉搏。”这是沈君挂在嘴边的话，也是他的行动准则。

初到新疆，他马不停蹄奔赴九师白杨市开展团场规划调研，了解路网系统规划建设 and 公共配套项目布局，还与当地企业交流产业发展情况。调研返程的当晚，一份调研考察报告就连夜出炉。

在他的牵头谋划下，3个重点项目相继落地：互嵌式社区服务中心建设、12连党组织阵地及配套建设、设施农业大棚及配套设施建设。统筹2500万元援疆资金，精准投向社区与连队建设。

其中最引人注目的，是投资1000万元启动的“社区互嵌示范工程”。

在嘉兴市援疆指挥部的推动下，这里创新提出了“1+4+1”组团式支援新模式，而“空间、文化、经济、社会、心理”5个互嵌，正是这个模式落地的核心灵魂。

“我们深刻体会到，服务新疆工作总目标，必须牢固树立‘兵地一盘棋’思想。推动兵地

融合不仅是地域空间的连接，更是体制机制、产业发展、社会心理的深度互嵌。是释放稳定红利、凝聚发展合力的战略举措。”嘉兴市第十一批援疆指挥部党委书记、指挥长穆运安说，“我们主动打破行政区划壁垒，牵头构建‘1+4+1’组团式支援体系，致力于探索规划共编、招商共引、设施共建、社区互嵌的可行路径，旨在促进资源共享、优势互补。”

嘉兴对所有援疆项目实施“全生命周期”清单管理：年初有计划清单，年中有预警清单，年底有整改和绩效清单。特别是创新运用“双项目长”制压实双边责任。“双项目长”由指挥部与实施单位领导共同担任，依托“全过程跟踪审计”强化风险防控，形成了从谋划到移交的完整管理链条，实现全过程、嵌入式服务与监管。

数据是最好的证明：2025年，库沙新拜产业园实现生产总值8.95亿元，同比增长173.6%；固定资产投资27.75亿元，招商引资实物量2.96亿元，两项指标完成率均居师市团镇

首位。

在嘉兴市援疆指挥部的推动下，库沙新拜产业园还与嘉兴高新技术产业开发区、海盐经济开发区、秀洲区农业农村和水利局等单位签订战略合作协议，在农业合作、园区共建等方面深度协作，拓展了新疆产业的“朋友圈”。

在嘉兴对口支援沙雅县工作总结座谈会上，穆运安的话语铿锵又饱含深情：“我们祝福沙雅的经济如天山雪水般奔涌向前，特色产业更强、发展动能更足；我们祝福沙雅的民生如塔河绿洲般生机勃勃，教育优质均衡、医疗普惠可及、文化繁荣兴盛；我们祝福沙雅的各族群众如大漠胡杨般坚韧幸福，日子越过越红火，团结之花越开越鲜艳。沙雅，早已成为我们心中第二故乡。无论未来我们身在何处，都会为沙雅的每一次腾飞而自豪！”

掌声落下，离别启程。但这条万里援疆路上，没有真正的告别——只有一颗颗心的接力，一棒接着一棒。

从桨板代工到户外赛道“造浪者”

(上接1版)

不仅如此，企业还聚焦核心研发与小批量非标定制，将常规订单外包给周边城市的配套工厂，实现“研发+生产”分工协作，提升效率、降低成本。如今，企业已斩获“户外充气帐篷”“可移动式充气膜方舱”等多项专利，完成了从原材料供应商到户外品牌运营商的蝶变。

除了材料更新和技术打磨之外，用户场景的深度拆解和创新，也是打破同质化竞争的一大法宝。

拿背包包举例，相比传统PVC材质，TPU材质的背包重量大幅减轻，收纳后体积小、便于携带。为了迎合年轻消费群体的审美，设计团队还对船体造型进行优化，让它更容易在社交媒体上“出片”。“年轻人买的不是功能，还有拍照分享的体验。”刘江山说。

更特别的是，他们将充气技术延伸到非露营场景——为

高海拔景区开发缓解高原反应的微压氧舱，如为俄罗斯客户定制高强度充气泳池，为日本市场打造应急充气舱等。“因为产品比较新颖，一经推出就被抢购一空，利润可观，这也是对我们技术实力的肯定。”刘江山说。

来自杭州的户外俱乐部负责人陈先生告诉记者：“浙龙的背包我们用了半年，重量轻、好携带，漏气率几乎为零，这在同类产品里很少见。”

短视频成“新展台”：流量变销量

“新品开播即售罄！”近日，充气车顶帐篷一亮相，便迅速迎来了良好的反响，在短视频平台一抢而空。没有夸张宣传，只是拍摄了“收纳—充气—使用”全流程，十几秒直观展示产品便捷性，便精准打动消费者。

这款充气车顶帐篷，是浙龙布业瞄准赛道，开拓户外装

备细分领域的生动写照。只需启动气动马达几分钟，便可快速成型；不需要梯子，从汽车天窗即可进入，柔软舒适，放入河道中，又能化身安全小艇，可用于多个场景。

“传统车顶帐篷动辄五六千元，我们把价格控制在1000元以内，性价比非常高。”刘江山介绍。

“以前露营要打笨重装备，现在一人搞定，连梯子都不用。”一位户外运动爱好者在自己的使用视频上如此分享。

实际上，这两年，对于浙龙布业来说，在社交媒体上“破圈”已经不是个例。“我们拍的不是广告，而是真实的使用场景，让顾客一眼就能看出产品的优势。”刘江山分析道，这背后是公司多年积累的内容能力和精准的用户画像。

早在五六年前，浙龙布业便布局抖音、小红书等平台，摒弃传统直播带货的流量逻辑，深耕内容营销。真实的使用场

景、清晰的产品优势展示，让优质内容成为企业的“新展台”。这种模式不仅积累了大量国内粉丝，更成功吸引全球客商目光。

数据最有说服力。去年，超过300名境外客商通过视频找到浙龙布业，亲自到厂验货，产品远销欧美、东南亚，海外订单成为企业重要增长极。

来自法国的客户表示：“我们在短视频里看到他们的背包船，觉得设计很适合欧洲市场，就立刻联系下单，现在已经进入几家户外专卖店。”

短视频打通了工厂与终端用户的直连通道，省去中间环节，形成“内容引流—线上咨询—批发生成”的高效闭环。目前，企业持续输出差异化场景内容，组建专业主播与客户团内，以常态化直播强化用户互动，让“马桥制造”借助数字渠道，成为户外领域的“潮流符号”，走向世界舞台。

“内容能力需要长期积累，

这不是短期砸钱就能追上的。”刘江山说，“我们持续输出差异化真实场景内容，这是新进入者难以短期复制的优势。”

从代工制造到品牌运营，从面料生产到全场景成品，浙龙布业的突破，是“新”的智慧彰显，也是传统编产业升级的生动缩影。

放眼马桥经编园区，上下游企业协同发展的格局已然形成：上游企业专注高性能经编布研发，提供优质原材料支撑；下游企业深耕细分市场，将市场需求反向传递，推动上游材料迭代升级。这种良性互动、差异化发展的生态，让技术创新形成闭环，为企业持续发展注入活力。

“产业协同让我们始终紧跟市场、精准创新，在激烈的竞争中保持活力。”刘江山表示，不盲目跟风、不贪大求全，立足核心技术、深耕细分赛道，强化场景创新，就是企业发展的信心之源。