

量质齐升,建设国际消费中心城市

□市政协经济科技和农业农村委员会

“

消费是最终需求,直接关系到经济发展和民生改善。2025年国务院政府工作报告提出“大力提振消费、提高投资效益,全方位扩大国内需求”。2021年7月,国务院批准上海市、北京市、广州市、天津市、重庆市率先开展国际消费中心城市培育建设工作,4年来取得积极成效。五城培育建设国际消费中心城市虽然侧重点各有不同,但都昭示,当前,消费模式正在经历深刻变革、消费结构正在升级重构、消费场景正在迭代升级、消费体验正在裂变再塑。尽管我市培育建设国际消费中心城市工作有进展、有成效,但依然存在一些薄弱环节,体制机制还有待完善、商贸转型亟待提速、消费辐射能级尚需提升、消费场景仍需丰富。未来,我市要把消费放在更加突出的位置,围绕培育建设国际消费中心城市,因势利导、顺势而为、实干巧干,推动消费量质齐升,为推进中国式现代化无锡新实践作出新贡献。

”

理顺“体制机制”,积聚政策势能

锡分会场“长尾效应”突出的丰富内涵、客观逻辑,引进国内外顶尖智库力量,凝练无锡核心IP,紧抓当前机遇,全力对上争取相关资源,持续探索具备

可操作性、能落地的提振消费的政策措施。跟进国际化配套政策。把宝贵的政策资源更多地用于撬动性、带动性强的领域,以政策

强化“协同发力”,深化业态融合

推动产业协同。深化农文旅商体展融合,吸引、举办更多公开赛,配套设立“赛事消费嘉年华”。契合具身智能、脑机接口等未来

产业发展,大力探索新消费场景。聚力推动水上运动消费爆发式增长,使其成为促进消费的新引擎。精心设计田园综合体、开发乡

突出“品牌地标”,提升国际影响力

线路”。焕新老字号品牌。城市独特的文化吸引力主要凝结于老建筑、老街区、非遗等。要持续推动惠山古镇、南长街等历史文化街区及惠山泥人等非遗创新发展,推动老字号“年轻

态”发展,彰显城市独特文化符号。联合海内外主流媒体、自媒体名人策划拍摄纪录片、短视频等,深化城市品牌宣传推广。引育新兴消费地标。深化地标性商业集聚带建设,引入多元、潮流、现代的复合

推进“共同富裕”,激活消费潜能

和技能实现就业的城市年轻劳动者比例。积极释放消费潜力。设立消费促进基金,重点支持首店经济、跨境电商等领域。创新“错峰消费”制度,推行“工作日折扣通票”,

拓展“以旧换新”政策、消费券等使用范围,拉动消费增长。提质农村食住行游购娱等配套服务设施和环境,推进“农产品上城+工业品下乡”,让农民更富、消费更旺。

做实“安全环境”,擦亮服务底色

提升智慧监管水平。加快数字化转型,提标建设城市运行“一网统管”体系,整合舆情监测数据,实时监测全市域客流、消费,实现精准营销

与服务。在重点消费场景,创新运用AI进行风险识别、建模与监控。要切实提高应急处置能力,如面对网络突发事件快速响应、稳妥处置。

完善统筹协调机制。明确牵头部门、加强工作力量,提高统筹协调能力,增强各项促消费政策取向一致性。加强消费工作统计分析,建立首店引进、国际消费占比等量化指标考核体系,加大正向激励力度。

精心编制专项规划。深刻剖析总台春晚无

统筹全龄全时消费场景。联动主要商圈升级“太湖购物节”品牌,依托特色商业街区打造“运河不夜城”IP,有序发展夜市、外摆等烟火市集。针对青年群体、银发群体、亲子群体,分别打造动漫主题街区、高品质银发经济综合体、一站式遛娃胜地等,兼顾不同人群需求。

打造国际消费目的地。持续引进国际品牌旗舰店,推动高端消费市场能级提升。策划“太湖国际消费季”品牌,借势鼋头渚樱花季等重要时间节点,联合国际品牌策划全球新品联名首发活动。举办“无锡国际文化节”,开展非遗体验,设立外籍人士“城市国际形象大使”,探索整合包含景区、餐饮、交通等内容的国际游客平台,开发“无锡全球旅游

力促产业转型升级。只有居民有稳定的收入预期,才有消费的潜力可挖。只有企业产品有市场、产生合理利润,才能稳定就业。传统产业是我市实体经济的“厚实家底”,要力促传统产业转型升级;要保持战略定力和韧性,培育壮大新兴产业、布局发展未来产业,切实增强民营企业发展信心,提高主要依靠知识

构建质量安全体系。推进社会安全、经济安全、生态安全等高品质城市安全建设,实现重点商品全链条溯源管理。对新兴消费适度宽容,在发展中予以规范监管。完善消费场景安全服务措施,并加强联合执法,重点整治商品价格虚高、景区卫生条件差、重大赛事期间抬价等问题。

观点

恢复和打响“梅里古都”品牌要有全局观念

□江苏省吴越文化研究院学术委员会

最近,无锡高新区和梅村街道决定恢复使用“梅里古都”品牌,并着手研究与具有世界影响力的高科技园区相匹配的“梅里古都”文旅高地,这是一件具有战略意义的大事。无锡梅里承载着三千年吴文化的文明密码,是江南文明起源的重要标识。恢复和打响“梅里古都”品牌,绝不是局限于高新区和梅村街道的局部工程,也非相关部门的专属职责,而是牵动全局、需要多领域协同发力的系统工程。

梅里古都的历史分量:超越地域的文化根脉

梅里古都的价值,在于其不可替代的历史地位。公元前11世纪,泰伯、仲雍奔吴,建立了勾吴国,开创了江南农耕文明与中原文化交融的先河。《史记》将《吴太伯世家》冠于“世家”之首,孔子言其为“至德”,这不仅梅里的荣耀,更记录了整个无锡乃至江南地区的文化源头。泰伯、仲雍等多位吴国君主在此建都,从“专诸刺王僚”的忠义传奇到“孙武子演阵”的军事智慧,梅里的每一寸土地都沉淀着吴文化的核心特质——谦让开拓、兼容并蓄。

这种文化根脉的辐射力早已突破梅村的地理边界。梅村泰伯庙作为全国重点文物保护单位,每年吸引着无数海内外游客来此;作为江南地区最早的人工运河,伯渎河流淌至今,是无锡水系文化的重要象征;二胡文化、庙会习俗等传统文化,早已融入了市民的日常生活。可以说,这些历史记忆,是无锡区别于其他城市的“文化身份证”。

从国家历史文化名城的维度看,吴文化是

无锡城市历史文化的核心支撑之一,而吴文化的源头在梅里。因此,深挖历史内涵、恢复和打响“梅里古都”品牌,本质上是守护城市历史文化的基因和灵魂,这一使命天然属于全市范围,需要从市级层面整合资源、进行统筹规划。

跨区域协同:从“局部工程”到“全市一盘棋”

从空间上看,恢复与建设“梅里古都”品牌的辐射范围涵盖整个无锡市区,甚至延伸至苏州、常州等周边城市,其保护与开发需要打破区域壁垒,形成“核心区+辐射带”的联动格局。

无锡市新吴区梅村街道作为梅里古都的所在区域,直接承担着建设与管理的责任,但其规划必须融入无锡市整体发展框架。例如,梅里古都路网建设需与城市的公共交通线路衔接,其文化展示内容需与无锡博物院、东林书院等文博场馆形成互补,构建“吴文化体验走廊”,避免出现规划碎片化、资源浪费等问题。

从市级层面看,要将“梅里古都”品牌纳入城市发展战略。无锡是国家历史文化名城,梅里古都恰是“文化名城”建设的重要体现。市政府需牵头制定《梅里古都保护与发展总体规划》,明确各区县的协同职责;梁溪区可推广“古运河—梅里古都”文化旅游线路,滨湖区可结合太湖文化资源拓展吴文化外延。这种全市范围的资源整合,能让梅里古都升级为城市的重要“文化IP”。建设梅里古都,无锡要有“一盘棋”思维,协同相关部门积极参与,形成“核心引领、全域联动”的发展态势。

多部门协同:从“条线分工”到“全域协作”

恢复和打响“梅里古都”品牌,是需要多部门协同发力的系统性工程,必须统一于“守护文化根脉、激活发展动能”的全局考量。唯有形成“齐抓共管”合力,才能让梅里古都的建设既有“筋骨”,又有“灵魂”。

党政部门的统筹引领是首要保障。党委政府需将梅里古都建设纳入年度重点工作,明确工作职责,破解土地审批、资金保障、政策配套等难点问题。例如,平衡好古都保护与周边产业发展的关系,整合财政专项资金、社会资本、文旅基金等,确保建设的可持续性。

要承担起“形态塑造”的重要责任。要坚持“修旧如旧、建新如古”,在保护泰伯庙等文物的基础上,对周边建筑风貌进行规划设计。要制定《梅里古都建筑风貌导则》,在外观建设上作出相关规定,同时推进生态景观提升等基础设施工程,让古都既保留历史韵味又具备现代功能。

要做好内涵挖掘与品牌传播工作。文史部门应深入研究泰伯奔吴、吴国历史等核心课题,整理出系统性的文化成果,为展陈、演艺等提供学术支撑;文旅部门则需将这些文化资源转化为体验产品,如开发吴文化主题研学线路等。

要着力推动“文化赋能产业”。梅里古都的价值不仅在于文化传承,更在于对区域经济的带动作用。可规划“吴文化创意产业园”,吸引文创设计企业、非遗工坊等入驻;策划“梅里文

化节”“吴地美食周”等活动,拉动消费升级;支持“数字梅里”建设,通过VR技术重现吴国都城盛况,提升游客体验感。

全局价值:从“文化工程”到“发展引擎”

恢复和打响“梅里古都”品牌的全局意义,最终体现在对无锡城市发展的多维赋能上。

从文化维度看,独特的历史文化是保持城市个性的关键。恢复“梅里古都”品牌,能让无锡市民尤其是年轻一代更直观地感受本土文化的魅力,增强城市文化认同感、凝聚力和影响力,为城市“走出去”增添文化底气。

从经济维度看,梅里古都建设能促进城乡融合发展。梅村作为古都所在地,其基础设施与公共服务若得到显著改善,如道路拓宽、绿化提升、医疗资源优化等,将直接惠及当地居民。同时,古都的发展能带动周边文旅业态发展,促进城乡要素双向流动,助力乡村振兴。

“梅里古都”品牌的恢复与打造,是一场关乎无锡历史定位、发展质量与民生福祉的“全局之战”。将“梅里古都”品牌建设视为共同使命,才能使其成为无锡展示吴文化魅力的“金色名片”,为城市可持续发展注入不竭动力。

新论

转译、再造、活化 无锡码头文化

□戴以薇

古运河无锡段千年未淤。历史进程中,无锡借助水运、区位优势,相继形成“米码头、布码头、丝码头、钱码头”四大特色码头,成为近代工商业繁荣的标志性印记。当前,数字技术已全面融入社会各领域。推进无锡码头文化数字化建设,不仅是顺应数字产业化与产业数字化发展趋势的必然举措,更是推动码头文化等传统文化资源创造性转化与创新性发展的关键路径。

无锡码头文化的 数字转型与深度转译

无锡码头文化历经千年积淀,形成了涵盖商贸、空间、行为、技术四大类别的文化符号体系,这些符号构成码头文化的核心发展脉络。数字化转译码头文化符号,要突破传统保存工作“重形式记录、轻内涵挖掘”的局限,实现文化符号从实体形态到数字形态、从表象特征到精神内涵的深度转化。

以北仓门码头的漕运商号印章为例,在物质层面,采用三维扫描技术,将实体印章转化为包含完整信息的三维数字模型;在行为层面,系统梳理相关文献,还原码头账房先生加盖商号印章的手部轨迹,并与前期构建的数字模型关联,搭建动态数字仿真系统;在哲学层面,提取象征元素,解读商号印章所承载的内涵,结合“诚信为本”的商业精神,将精神内涵转化为可量化的文化标签,并将其纳入数字符号资源库统一管理,为后续的文化创新工作奠定扎实的资源基础。

无锡码头文化的 创造性转化与体系再造

推动无锡码头文化符号体系创造性转化,是激活传统文化生命力的核心路径。通过大数据调研与用户画像分析,可以掌握当前不同群体的文化审美偏好与消费需求特征。“Z世代”倾向于轻量化、可视化、互动性强的文化内容产品,对“国潮”风格的设计元素具有较高接受度;中青年群体则更注重文化内涵的深度体验,偏好兼具历史厚重感与实用功能的文化产品。

面对这一现实情况,可对无锡码头文化中的“漕运商号印章”“石砌码头台阶”“码头工人号子”等核心符号展开现代化演绎,一方面要创新符号的视觉表达手法,如采用扁平化设计风格、动态渐变效果等;另一方面需探索符号的跨媒介组合方式,如实现视觉符号与音频符号联动呈现。同时,研究制定色彩规范、形态比例标准、应用场景准则等相关设计体系。在色彩规范上,以水乡的“青灰”“水蓝”作为基础色调,搭配象征漕运文化的“漕运红”作为点缀色;在形态比例标准上,明确印章纹样的比例、码头台阶的几何规则等;在应用场景准则上,针对线上传播场景采用合适的画幅尺寸,针对线下产品搭配适应载体规格的场景,从而构建起一套具有时代特征与强传播力的码头文化符号体系。

无锡码头文化的 IP活化路径与创新性实践

要以创新性发展为核心目标、立足“品牌化”发展导向,推动文化符号向高附加值IP资产升级。

开发设计IP形象“福兜兜”。将其形象与无锡“美食名片”小笼包深度融合,实现“饮食文化+码头文化”的双重内涵表达。在外观上,“福兜兜”可身着用丝绸布料制作的服饰,一手拎着装满稻米的布袋,一手提着钱袋,巧妙融入无锡“米、布、丝、钱”四大码头的文化内涵,使其成为无锡文化对外展示的生动载体。

打造多元化产品矩阵。在数字文创领域,依托数字符号资源库,开发“福兜兜漕运美食盲盒”产品。在盲盒中放置“福兜兜”数字模型和码头场景卡片,用户扫描卡片即可观看相关内容,同时可将数字模型用于社交平台头像、虚拟空间装饰等;开发“福兜兜码头美食数字地图”小程序,用户能通过小程序查询相关信息、跟随“福兜兜”语音导航前往实地打卡,还可获得专属数字徽章。在实体衍生品领域,可将“饮食文化”与“码头文化”深度结合,推出“福兜兜联名小笼包礼盒”。在包装上印刷“福兜兜”形象与无锡码头场景,内部放入码头文化科普卡片,将码头符号转化为可感知、可参与、可消费的文化体验内容,推动“资源活化”向“品牌深化”升级。

针对码头文化数字化发展的现实需求,应构建“数字转译—符号再造—IP活化”的实践路径,为传统文化资源现代转化提供系统性解决方案。从实践应用价值来看,为无锡码头文化注入数字时代的新生命力,不仅能使其成为兼具城市记忆载体功能与商业价值的文化IP,也能让文化遗产在当代社会持续传递历史温度,进而为城市文化建设与文化产业发展提供有力支撑。

(作者系无锡商业职业技术学院设计与传媒学院助教,本文系2025年无锡市哲学社会科学招标课题<课题编号:WXSK-C-116>结项成果)