

持续为“邵武是个好地方”注入新内涵

■中国城市报记者 巩静

福建省南平市邵武市地处武夷山南麓,是南方集体林区重点县,也是闽北工业重镇。近年来,邵武市围绕文化IP、竹产业、绿色农产品等领域,积极建设城市品牌,在服务经济发展和民生福祉的同时,城市品牌形象日益鲜明。

文化IP让市民对城市文化有了更深刻的认知与认同,竹产业品牌传递了生产、生活、生态“三生融合”的发展理念,绿色农产品则是城乡可持续发展的有力支撑……借山水之灵气,绘发展之胜景,邵武市以城市品牌建设为抓手,持续为“邵武是个好地方”注入新内涵,推动城市品牌享誉全国、走向世界。

以文化IP为引擎,打造“文明邵武”标志

文化是城市的灵魂,承载着历史记忆,塑造着城市精神。邵武作为颇具特色的闽北古城,文脉悠长,自古人才辈出。要打造独特的城市品牌,必须深入挖掘历史文化资源,将文化精髓融入城市品牌内涵,激活精神认同。

针对品牌特色不鲜明、传播方式较传统、公众参与度不高等普遍存在的问题,邵武市提出以城市文化IP为引擎,以城市精神文明为锚点,将历史名人卡通化IP做为纽带,为城市文化建设注入新的活力和动力。

邵武市人民政府党组成员、副市长郑焱在接受中国城市报记者采访时表示:“塑造城市品牌形象本质在于将抽象的城市精神具象化,成为人们看得见、记得住的集体记忆。邵武市以市花含笑花为灵感,将汉字‘文’的意象融入其中,与邵武市的自然环境和

人文精神紧密相连,打造出‘文明邵武’标志,象征着城市的坚韧与芬芳。”

和平古镇的青砖琉瓦间,藏着137名进士的翰墨书香;黄峭公的“遣子密码”,成为“家文化”的源头;李纲的爱国诗篇、张三丰的太极哲学、严羽的《沧浪诗话》,皆为邵武赋予了独一无二的精神内核。这些元素被提炼为“文明邵武”的四大卡通使者——黄峭、李纲、严羽和张三丰,不仅备受市民喜爱,更通过民俗活动、研学课程等,让历史人物“活”成了年轻人的“文化偶像”。而“邵武是个好地方”的标语,则像一根金线,串起了这些散落的珍珠,成为城市品牌的核心底色。

水杯、手提包、笔记本等文创产品的开发,使邵武的城市文化更加亲近人们生活。不少市民表示:“以前觉得品牌是标语,自己只是一个旁观者,现在真正转变成参与者,很有成就感。”

如今,“文明邵武”系列IP在各大平台累计播放量突破百万次,相关话题讨论量超10万次,90%受访市民表示对邵武城市文化更了解了,也让城市品牌建设实现了从“塑形”到“铸魂”的深刻转型。

深耕竹产业,“武夷竹立方”品牌价值超200亿元

邵武市林竹资源丰富,是福建省四大重点林区之一,竹林面积达4.49万公顷,立竹量1.35亿株,年产毛竹1500万吨。近年来,邵武市立足资源优势,打造了全国首个竹产区区域公共品牌“武夷竹立方”,进入了竹产业品牌化、国际化发展新阶段。

郑焱告诉中国城市报记者,“武夷竹立方”是邵武市践行“两山”理念的生动实践。

“武夷竹立方”logo整体设计为绿色的立方体,代表三生万物,蕴含了要将小竹子做成大产业的品牌宗旨。其分为左右两个部分,左边是一个山字,设计为三根竹的造型,意为山中有竹,彰显“三生融合”理念;右边是一个篆体竹字印章,印章代表公权力,体现品牌的公共属性,同时竹字形似双人牵手,代表合作共赢,整体体现了“武夷竹立方”开放包容、和谐共赢的发展理念。

为贯彻品牌发展理念,打造竹产业一二三产融合发展平台,邵武市建设了武夷竹立方生态科创馆,系统展现了全竹沉浸式应用场景。

在这里,竹自行车、竹手表、竹键盘、竹茶杯……任何一件人们能想到或想不到的日用品都可以用竹子做出来。

“邵武市年消耗毛竹5500万根、137.5万吨,毛竹利用率达100%。竹筷占全国产量的60%,竹高尔夫球钉、竹勺占90%……”邵武市品牌服务中心主任危宇翔向中国城市报记者介绍,“这里的竹笋质量、竹材生产性状、抗性以及纤维长度居全国前列。邵武市是全国唯一同时具备竹快销品、竹家居两条完整产业链的县域,被誉为‘中国竹家居之都’和‘中国特色竹乡’”。

在“武夷竹立方”品牌的引领下,邵武市竹产业实现了从传统加工向高端制造的华丽转身。产业链不断延伸和完善,众多竹企在品牌旗下凝聚,协同创新,共同开拓市场,竹产业总产值逐年攀升,成为推动邵武市经济增长的强劲引擎。同时,邵武市积极拓展竹产业的市场空间,组织企业参加国内外各类展会,将“武夷竹立方”品牌推向世界舞台,向全球展示了邵武竹产业的综合实力与潜力。

2024年,邵武市发布全竹

茶空间团体标准,品牌出海亮相中欧非竹科技创新与绿色产业合作论坛,获评国际竹产业品牌中心。经中国品牌价值评价、中国品牌建设促进会专家评审,“武夷竹立方”品牌价值达到202.37亿元,品牌强度840,展现了在该行业领域的强大影响力和巨大发展潜力。

目前,邵武市拥有竹制品企业292家,数量排名福建省各县市区第一。2024年,邵武市竹产业总产值85.9亿元,带动本地1万多人就业,有效增加了竹农收入,也让竹产业成为富民强市的重要支柱。

中国林业科学研究院首席科学家、国家竹林产业研究院院长于文吉表示,我国竹产业高质量发展需要更多“武夷竹立方”。一直以来,竹产业发展面临着企业规模小、品牌少的困境,“武夷竹立方”实现了我国竹产业区域品牌零的突破,对邵武市乃至全国竹产业的转型升级起到示范带动作用。未来,希望邵武市持续加大科研投入,通过技术创新,实现竹子在建筑材料、结构材料等方面的创新突破,通过数智化和标准制定,推动新技术和新材料的大规模应用。

打好绿色牌,“邵武黄精”铺就振兴“黄金”路

念响“山水经”、打好绿色牌,近年来,南平市大力实施“武夷山水”区域公用品牌战略,邵武市积极参与其中,强化特色品牌建设,深入挖掘本地地域资源,以丰富的中药材资源与优越的生态环境为依托,打造出“邵武黄精”绿色产业品牌。

邵武市农业科学研究所所长张毅介绍,邵武市因地制宜,利用林下空间资源进行林下药材复合种养,种植了黄精、厚朴、铁皮石斛等十余种

中药材,实现药林共享、以药养林,形成了良好的生态循环。同时,邵武市把中药材种植尤其是黄精产业,作为推动乡村全面振兴的一项重要工作,出台一系列政策,全力推动黄精产业向种植、加工、研发、推广、康养于一体的三产融合模式方向发展。

据介绍,邵武市2019年被农业农村部认定为第二批国家区域性中药材(多花黄精)良种繁育基地。2023年,“邵武黄精”被列为福建省“福九味”中药材产业集群项目,并获得国家地理标志产品证明商标。拥有了国字号“身份证”,“邵武黄精”品牌影响力大幅度提升。

为了进一步规范黄精的生产加工,提升品牌价值,邵武市制定《邵武黄精》团体标准,参与制订福建省《多花黄精规范化生产技术规程》团体标准、《多花黄精产地初加工技术规程》团体标准,构建了“邵武黄精”规模化、产业化、标准化、品牌化发展格局。

福建省邵武市御草农业开发有限公司董事长赵许能告诉中国城市报记者:“通过政府对‘邵武黄精’地理标志品牌的打造,提升强化了消费者对道地药材的信任,迎合了‘养生经济’热潮,也让产品受到中高端消费者青睐。通过线上线下相结合的销售模式,邵武的黄精产品销往广东、上海、新疆、陕西等地,逐步覆盖全国。”

目前,邵武市黄精种植面积达2.415万亩,国家区域性中药材(多花黄精)良种繁育基地年育苗2000万株;开发出黄精茶、黄精果脯、黄精饼干、黄精酒、黄精面、黄精芝麻丸、黄精原浆饮料、黄精饮片等系列产品,并热销省内外,年产值近2亿元,铺就了一条振兴“黄金”路。



福建省邵武市水城相依,风景如画。薛学春摄