

城市IP何以“出圈”？

今年的成都大运会，让全球青年与中国城市来了一场“双向奔赴”。大运会，也成为当下成都最火的大IP。

如何让人们记住一座城，是每个城市孜孜以求的发展目标。近年来，全国多个城市凭借地方特色，或者自创的“独门手艺”，打造出极具辨识度和创意感的城市IP，并引发现象级传播。

前不久，石家庄打造中国“摇滚之城”登上了热搜榜，并引发热议；7月20日，东莞被中国玩具和婴童用品协会授予“中国潮玩之都”称号；今年爆火的黔东南州，靠着“村BA”“村超”的IP，在全国打响了知名度，甚至走向了世界……

城市IP是一个很热的话题，不少城市都踏上了打造专属IP的征程。有专家表示，对于城市来说，唯有进入IP消费时代，才能获得更高级的发展。

要说近两年城市IP打造的“模范生”，重庆梁平和广东东莞值得一观。

近年来，梁平着力打造“湿地城市”IP，持续推进湿地保护修复各项工作，湿地保护修复成效明显。2022年6月，《湿地公约》官方网站公布第二批“国际湿地城市”名单，梁平区成功入选，是中国西南地区唯一入选城市。在此基础上，梁平还提出打造“中国西部预制菜之都”。今年上半年，梁平新增的预制菜产业市场主体就有3227户，“西部预制菜之都”的IP也初具影响。

而作为全国最“年轻”的城市之一，东莞近年来依托动漫、玩具、服装等产业基础，潮玩产业快速发展，成为全球潮玩集聚地。潮玩正在重塑这座城市的IP。酒香也怕巷子深。一个成功的城市IP，或许可以改变一座城市的命运。

“不夜城”IP，结果不伦不类，也没掀起大的浪花。

后劲不足，欠缺可持续发展。个别城市打造IP，常因运营、维护、管理、服务的缺乏，导致发展后劲不足。甚至有的城市，换一届领导就换一种思路，城市IP理念和形象也是时常变动，不能久久为功。

如何让城市IP产生可持续的“流量”，并转化为城市发展的“存量”，是不少城市面临的棘手问题。

缺乏体验，难以引发共情。一个优秀的城市IP，可以让受众产生精神共鸣、情感依赖和价值认同。

对于城市IP来说，不能简单地将其等同于城市的“吉祥物”，它更应是对整座城市的提炼和微缩，立体化地展现“城市故事”。

个别城市IP只停留在“xxx之都”之类的口号，或者设计一些吉祥物、建几座建筑的层面，不去深挖历史文化、城市特色，无法产生共情的IP，自然吸引不了更多人去关注和探究，又何谈影响力。

横店原是浙江省中部一个资源匮乏、交通不便的江边小镇，如今成为享誉全球的影视名城，不少人将横店称作“中国的好莱坞”。其立足自身，打造独一无二城市IP的经验，就值得借鉴。

精耕细作，让城市IP花样翻新。成功的城市IP，需要经过长期持续的打磨和塑造。“十三朝古都”西安的城市IP形象，近年来从早期的“唐妞”到后来的“唐富贵”，再到借力《长安十二时辰》《长安三万里》等热点，衍生出一系列文旅产品，使不同人群在不同阶段都能有不同的新鲜感。

可见，城市IP的打造不能一蹴而就，需要长久深耕城市特色，不断做好新产品、做出新业态。

与时俱进，为城市IP注入更多新鲜元素。城市IP的打造，不是一个静态的形象，而是一个与时俱进、变化创新的过程。而网络时代开放包容的特质，决定了城市IP可以被注入更多元素，可以有更多玩法。

近年来，南昌结合“文旅融合+数字经济”的理念，推进对滕王阁IP的多轮次“改造”。比如，去年启动的“王者荣耀x滕王阁数字文旅计划”，就借数字技术为历史文化注入了现代活力，今年还发行滕王阁的数字艺术藏品。这些打破常规的做法，让这个极具影响力的IP符号，时刻保持新的状态。

城市IP，正成为当下改变城市生活，赋能城市更新与发展的重要路径。如何打造独具特色的城市IP，让城市更具魅力，更有“磁场”，更能获得“流量”，进而从“千城一面”中答好“我是谁”，考验着每个城市管理者的智慧，也考验着每座城市对自我的清晰认知。只有答好这道题，或许才能让一座城市时刻保持新鲜感和魅力。

“只是因为人群中多看了你一眼，再也没能忘掉你容颜……”因为城市IP，更多的人记住一座城，甚至是爱上一座城。

据上游新闻客户端

廖文丽在智凤街道督导重点工作时强调 绷紧安全弦 筑牢防火线

新渝报讯(记者 邓小强)8月3日，大足区政协主席廖文丽到智凤街道督导安全生产、森林防火、基层党组织建设等工作。她强调，正值高温酷暑，要严防用电、用气、用火引发的安全事故发生，保障生产生活安全有序进行。

大足区政协副主席薛燕参加督导。道路交通安全是安全生产的重要环节。廖文丽看望慰问酷暑下坚守在岗位的乡村公路交通劝导站工作人员，询问他们的工作开展情况，叮嘱他们做好预防中暑保护措施，希望他们切实发挥好劝导教育职能，为减少交通事故的发生作出贡献。

三伏天，智凤街道中小企业园区依然是忙碌的生产场面。廖文丽走进宝顶酿造食品公司、邓鼎计食品公司、炜旺电子科技有限公司等企业，查看生产经营情况，询问企业接单订单量、新产品研发进展，希望企业在坚持生产的同时绷紧安全弦，综合采取降温消暑手段，保障职工身体健康。

“虽然最近降雨较多，但是森林防火依然不能有一刻松懈。”廖文丽到阮家村看望在山脚值守的森林防火工作人员，送上预防中暑的慰问品，鼓励他们守土尽责，杜绝火种上山，坚决筑牢防火线。

在阮家村党群服务中心，廖文丽查看村支两委人员工作情况，听取基层党组织工作情况汇报，希望该村提升党建工作成效，以党建引领各项事业蓬勃发展，用党员干部的辛勤指数换来村民的幸福指数。

大足区政协 督查农业类重点提案办理情况

新渝报讯(记者 熊敏秀)8月2日，大足区政协提案督查组先后走进铁山镇、石马镇、拾万镇等地，对三个镇今年牵头督办的农业类重点提案《关于创建区域性黑山羊产业科技创新中心的建议》《关于推进稻渔综合种养助力乡村振兴的建议》开展实地督查。

大足区政协副主席吴洪奎、薛燕参加督查。督查组先后来到瑞丰农业发展有限公司、重庆腾达牧业股份有限公司、隆平五彩田园景区等地，与镇街和企业相关负责人深入交流，认真聆听景区的规划建设情况，详细了解黑山羊、小龙虾的养殖、销售情况，探讨高质量推动乡村振兴的新路子。

督查组认为，大足区现代农业发展前景广阔，相关部门要加强与企业沟通，努力做靓本地品牌，提高大足农产品知名度；要加强“校地科企”合作，实现科研机构、政府与企业分工协作，形成以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的协同创新、成果转化和产业培育体系。

重庆国际生物城上半年 规上工业产值超70亿元

□ 重庆日报记者 陈维灯 实习生 胡梦

8月3日，记者从巴南区获悉，今年上半年重庆国际生物城(以下简称“生物城”)规模以上工业产值达70.59亿元，同比增长2.13%；完成固定资产投资49.74亿元，同比增长24.01%；完成全口径税收1.911亿元，较2022年同期增长59.08%。

生物城开发投资有限公司相关负责人介绍，今年上半年，生物城各企业发展全面提速，行业影响持续扩大。

其中，美莱德生物上半年销售收入同比增长38%，全年销售收入将超2.3亿元，增长45%以上；珂蓝健康产业基地日化化妆品、医疗器械等超30万套的产业化基地正式投用，是西南地区最大美妆用品产业化基地，达产产值将超8亿元；科瑞制药智能化建设项目正式开工，总投资7亿元，达产后产值将达30亿元，将建成全数智化、柔性化标杆工厂，显著提升生物城化学药的行业影响力；宸安生物二期项目开工建设，将年产司美格鲁肽注射液3000万支、产值预计超120亿元；普康医疗器械生产基地开工建设，将年产兽药10万吨、医用消毒剂50万吨、医疗器械30万件，是全市最大的消毒用品生产基地……

此外，生物城还成功举办了2023知名院所专利专场拍卖会，来自中科院等16家知名院所，涵盖生物医药等领域的222件专利参与线上拍卖，成交82项、金额1962万元。

在此基础上，生物城签约了科瑞制药智能化生产、融智生物质谱仪等重点项目9个，投资额94.38亿元；与国内临床试验领域CRO(研发服务外包)排名第一的泰格医药、重庆医科大学附属巴南医院签订战略合作协议，共同打造国内合作典范的GCP中心；知名跨国企业丹纳赫与生物城免疫研究院签订战略合作协议，围绕共建人类免疫力重建中心、免疫专科医院等开展合作。

日均17万人次！成渝城际高铁暑运持续火爆



8月3日，在重庆沙坪坝站站台上，搭乘“成渝智能复兴号”的旅客进站乘车。

近日，受暑期旅游、避暑经济以及世界大学生夏季运动会影响，成渝经济圈铁路客流持续火爆。数据显示，自7月1日铁路暑运开始以来，成渝城际高铁旅客运送量一直呈现高位运行态势，日均客流在17万人次左右。 新华社记者 唐奕 摄

当下，“IP化”现象随处可见，品牌IP、文化IP、动漫IP、个人IP……当然也包括城市IP。

有人会好奇，城市IP，究竟是什么？要弄清楚城市IP，先要了解它的特性。上海交通大学特聘教授、博士生导师、紫竹中美新媒体管理联合研究中心中方主任姜进章指出：“IP和品牌最大的差别在于，品牌只是一个符号，它凭借信任度占有市场，促使人去购买。而IP是价值观和情感共鸣而吸引用户。”

通俗地说，城市IP，是一个城市文化创意的表达，是城市文化精神的外显。有人这样形容：城市IP就是一座城市的“文化芯片”。其自带的文化属性，能通过当下互联网和媒介的助推，迅速变现，进而将流量转化为城市的影响力。

故而，不少城市将打造城市IP，作为快速提升“软实力”和知名度的重要方法之一。

城市IP是实现城市“出圈”传播的“扬声器”，是塑造城市品牌的“加速器”。

借助互联网风口，很多城市都在为资源和“眼球”打造IP。但当我们仔细盘算，现象级的城市IP却并不多见。这反映出当下城市IP在理念、设计、运维、推广等环节，存在一些问题。

“网红”效应，IP同质化严重。榜样的力量是无穷的。一些“网红城市”的示范作用，带动了一批城市争相学习效仿。这造成一些城市的IP模仿痕迹较重，东拼西凑，同质化严重，少了那份“专属的味道”，有的IP还闹出笑话，被人嘲笑“东施效颦”。

简单粗暴复制其他城市的特色IP，很难让大众买账，还可能造成资金和资源的浪费。比如，西安的大唐不夜城走红后，一度成为西安最热门的文化IP。结果，不少城市争相模仿，有的甚至投入几个亿，生生造出一个古城，也想着弄个

高层次消费需要打造高质量的IP，城市亦然。

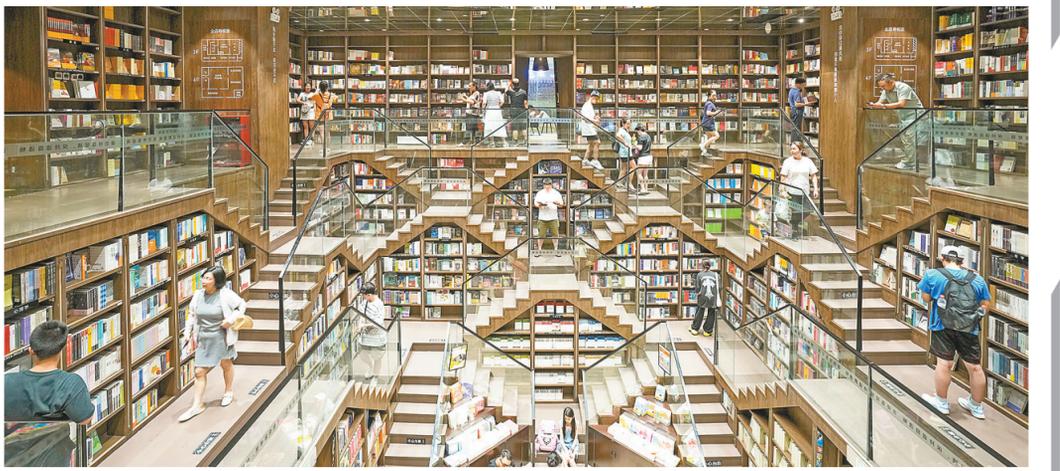
但对于城市来说，打造一个具有“辨识度+影响力+持续性”的IP，并非易事。如何以优质IP点亮“城市之光”，给市民、游客以及网友形成独特的记忆点，是城市管理者应该深入思考的课题。

定位精准，让城市IP独树一帜。让IP形象具有辨识度，一句话概括是“人无我有、人有我优、人优我精、人精我新”。

城市IP是一座城市能够向外界传递自己个性特征的符号。因此，打造独有的IP，还是要立足城市自身，挖掘城市文化内涵，彰显城市特色，保留原汁原味，打造样板、不做跟班，切忌照搬照抄、“千城一面”。

重庆“清凉经济”受欢迎

8月2日，读者在重庆九龙坡区的钟书阁书店避暑纳凉，选购图书。入夏以来，书店、夜市等特色消费场所都受到青睐，推动了重庆夏日“清凉经济”。



新华社记者 刘潺 摄

新华社北京8月1日电 为进一步做好脱贫人口增收工作，牢牢守住不发生规模性返贫的底线，农业农村部(国家乡村振兴局)日前印发《关于进一步做好促进脱贫人口持续增收工作的通知》，就有关工作作出安排部署。

近期，部分省份牛羊猪肉等农产品价格呈下跌趋势，脱贫劳动力稳岗就业面临较大压力，洪涝等自然灾害对一些地区造成影响，脱贫群众持续增收面临不少挑战。通知明确，要加强监测排查，深入分析研判。各地要聚焦监测对象、低收入人口，收入明显下降以及支出负担骤增的脱贫人口和易地扶贫搬迁群众，通过面上排查和点上解剖等方式搞好跟

国家有关部门印发通知进一步促进脱贫人口持续增收 确保今年脱贫人口务工规模稳定在3000万人以上

踪监测。切实运行好防止返贫监测帮扶机制。

通知明确，要推动脱贫人口稳岗就业，提高工资性收入。各地区要加大力度，确保今年脱贫人口务工规模稳定在3000万人以上。东部地区要指导企业加强岗位开发，深化劳务协作，想方设法把脱贫人口稳在企业、稳在当地，稳住岗位、稳住收入。中西部地区要开展有针对性职业技能培训，提升脱贫人口就业竞争力，提高劳务输出组织化程度，

千方百计拓宽就业渠道，做好脱贫人口省内就业和就地就近就业。

通知指出，要促进帮扶产业提质增效，稳定经营性收入。全面梳理排查帮扶产业项目联农带农机制落实情况。切实发挥扶贫项目资产效益，保障财产性收入。落实好支持发展新型农村集体经济的政策，抓好项目设计和实施，切实发挥带动增收效益。及时落实帮扶政策，增加转移性收入。

通知要求，各地要及时落实各类奖

补政策，因地制宜创新产业就业奖补措施，引导脱贫户及时把产品变商品、实物变现金，鼓励脱贫劳动力稳定就业增收，倡导勤劳致富，促进增强脱贫群众内生发展动力。

此外，各级乡村振兴、对口协作部门要会同有关部门深入研究谋划，把脱贫人口增收工作做细做实做到位。驻村第一书记和驻村工作队要进村入户，全面掌握脱贫家庭情况，在促进脱贫人口增收上发挥更大作用。

华龙网讯(记者 董进)当暮色四合，华灯初上，夜经济热度开始在山城升温。记者从重庆市商务委获悉，为丰富夜间消费业态，活跃夜间消费氛围，提质夜间经济发展，200余场夜间特色活动在重庆轮番登场。

近年来，重庆市围绕丰富消费供给、培育经营主体、发展夜间经济、做靓城市名片，连续六年举办夜间经济主题节会活动，对培育“不夜重庆”城市品牌、促进消费升级发挥了重要作用，夜间经济发展活力强劲，“不夜重庆”影响力持续增强。自2020年以来，重庆连续三年荣登中国城市夜经济影响力十强城市榜首。

今年7月，重庆启动2023不夜重庆生活节，联合各平台，持续开展夜间消

200余场夜间特色活动轮番登场 重庆夜经济“火热一夏”

费活动：饿了么打造云端夜市“不夜重庆-饿了么夜市”，发放2000余万元城市红包、补贴；抖音生活服务启动重量级大促活动“好好生活节”，联合生活服务商户线上发起优惠定制团购等活动；建行重庆市分行将开展717美好生活节、暑期消费季等活动，送出红包雨、1.7元起抢大牌联合代金券、5折打车等活动……

同时，重庆市商务委还联动各区县、商圈、景点、综合体、品牌商家开展重庆国际啤酒文化节、不夜南滨生活节等超200场特色活动，切实聚焦消费升

级趋势，挖掘地方特色、民俗文化，丰富活动内容。

比如，日前，在綦江举行的2023“爱尚重庆·成渝黔仲夏清凉节”暨第十一届美丽乡村休闲消费节，就推介了33条精品路线供市民出游，并以消暑纳凉为主线，全面展示乡村美食+文旅独特魅力。

而重庆啤酒嘉年华活动，也即将于8月11日在涪陵区美心红酒小镇举行。届时现场不仅提供重庆啤酒、景区鲜酿啤酒及多种饮品免费畅饮，还有精彩的艺术巡游、啤酒泡泡大战、花式啤酒比赛等活动和表演。据景区相关负责人介

绍，为回馈市民游客，本届重庆啤酒嘉年华推出多重惠民福利，参与活动的游客不仅可免费品尝啤酒，参与趣味挑战赢取礼品，凭活动券还可免费游玩多个景区夜场游乐项目，以及狂欢之夜惊喜大抽奖等。

重庆市商务委副主任彭和良表示，本次“不夜重庆生活节”坚持政府搭台、企业唱戏、市场运作、市民受惠，动员组织重点商贸、文旅、金融企业及电商平台广泛参与，持续发挥夜经济对促进消费、稳定经济、培育市场的积极作用，提振市场信心，助力消费回暖。

(上接1版)

这样一条物流“大动脉”的构建，也为我国西部地区经济社会发展和对外开放注入强劲动力。

“融入西部陆海新通道、利用通道优势助力产业升级扩能是我们近年来努力的方向。”重庆万凯新材料科技有限公司物流经理林政说，西部陆海新通道不仅有助于提升产品国际竞争力，还吸引了

更多的企业汇聚到重庆涪陵区，形成产业集群，有助于企业进一步发展壮大。

广西东兴市也是受益者。“即将开通运行的西部陆海新通道防东铁路，对于已经落户东兴以及正在进行投资考察的企业来说，无疑是重大的利好消息，也对沿边地区更好承接东部产业转移起到了拦水坝和蓄水池的作用。”该市副市长李若杨说。

西部陆海新通道不仅破解了西部地区

物流难题，推动了区域协同发展，还维护了产业链供应链安全，促进陆海内外联动。如今，我国的新能源、新材料、机电产品等沿着这条新通道更快地走向世界，西部企业也得以更深入地融入全球产业格局。

同样，“一带一路”沿线国家和地区也正在共享西部陆海新通道带来的发展新机遇，包括长安汽车在内的众多企业选择在当地投资设厂，老挝糯米、泰国榴

莲、越南巴沙鱼、柬埔寨香蕉等东南亚特色产品也越来越进入中国市场。

展望未来，根据《“十四五”推进西部陆海新通道高质量建设实施方案》，到2025年，经济、高效、便捷、绿色、安全的西部陆海新通道将基本建成。东中西三条通路持续强化，通道、港口和物流枢纽运营更加高效，对沿线经济和产业发展带动作用明显。(记者 王璐)