

■数字经济点亮产业未来

技术赋能文化出圈

徐州数字文化企业点亮《三国的星空》

本报记者 梁梦雨

日前,国庆档黑马动画电影《三国的星空第一部》火热上映。影片由易中天首次担任编剧、监制,以曹操为主角,颠覆传统叙事视角,重塑青年曹操的理想与挣扎,为观众呈现了一部兼具历史厚重感与艺术创新性的动画作品。

作为首部三国题材动画电影,《三国的星空》不仅承载着文化期待,更是一次艺术与技术的双重突破。影片火爆背后,江苏淮海科技城培育的数字文化企业——徐州视达坦诚文化发展有限公司与徐州梵克数字科技有限公司,依托其在数字文化内容制作领域的技术积累,为影片提供了关键支持。

“今年1月,我们与‘三国’项目建立合作,主要完成了洛阳城从楼阁到城门的所有建筑,完全还原汉代建筑。整个洛阳城烧毁前后的两种状态,这些任务主要依靠徐州几家公司通力合作完成。”徐州视达坦诚文化发展有限公司总经理杨博说道。

为了真实还原汉代风貌,制作团队近乎“苛刻”。“每个形制都要有出处,每根梁柱的形制、每片瓦当的纹样、碗碟

陶罐的纹路都要和汉代相符。食物也必须经过考证,专家指出汉代没有韭菜,我们就换成小葱,水果也只能用当时已有的梨、杏等品种。”杨博补充说。

尽管制作标准极高,但徐州多家兄弟企业协同作战,80多人的团队仅用4个月就完成了任务。“最终呈现效果还不错,我们制作的长廊场景还被选为海报级镜头,出现在预告片里。”杨博自豪地说。

自2017年成立以来,公司一直深耕影视全流程制作,已与天工异彩、Base、爱奇艺等20余家大型影视企业建立长期合作,成功参与《三体》《流浪地球》《哪吒之魔童闹海》《时间之子》等200余个大型项目。

“目前我们还在参与《大唐妖探》《狼魂少女》《王者荣耀》大电影等重点项目。此外,徐州兄弟团队正着手开发本土题材楚汉争霸,打造江苏省重点文化工程,目前剧本、人物小传等都在马不停蹄地创作中。”杨博满怀期待地说。

在江苏淮海科技城的另一间工作室里,徐州梵克数字科技有限公司则专

于影片细节的精雕细琢。

“从去年7月底到今年4月,‘三国’项目单一资产制作了约8个月。我们主要制作了袁绍的大将军府等场景资产,还有传国玉玺、玉玺盒、乐器、蹴鞠、投石车等道具。”徐州梵克数字科技有限公司商务兼制片王钰翔介绍。

“这是我们首次尝试参与古风汉代题材的动画电影,挑战不小。”王钰翔坦言,“像多次出现的投石车经过四五轮修改才定稿,大将军府的龙纹柱子打磨了20多天,为还原红色漆器质感还专门研究了故宫。”

这些看似微小的元素,却共同构建起一个可信、可感的历史时空。“徐州是汉朝的龙兴之地,我们在电影里融入了很多汉文化元素,从乐器到服饰很多细节都跟徐州汉文化息息相关。能在家乡做这样的项目,我们很骄傲。”王钰翔笑着说。

这家成立于2024年的年轻企业,依托母公司苏州讯跃文化传播有限公司的

积累,其业务覆盖电竞音视频、数字衍生内容制作、音像制品制作、电视剧制作等多个领域,已参与制作《哪吒之魔童闹海》《王者荣耀》《永劫无间》《明日方舟》《无限暖暖》等项目。

公司计划扩大团队规模,覆盖原画、资产、特效等流程,并与江苏建筑职业技术学院等本地高校共建工作室,推动产教融合。“我们希望在徐州培养更多专业人才,让他们能在家门口参与项目,为家乡动画产业的人才储备和发展贡献力量。”王钰翔说。

作为区域数字文化产业的重要载体,目前,江苏淮海科技城以数字文化生态为基石,做强数字内容制作和IP衍生开发两大核心环节,在打通“出品—内容制作—发行—IP衍生品”上下游产业链方面持续发力,为视达坦诚等数字文化企业提供了广阔的发展空间和强大的后端支撑。未来,科技城将继续强化数字文化产业链协同,优化创新生态,助力更多数字文化企业加速奔跑。

■2025徐州民营经济高质量发展调研行

徐州企明星

让徐州智造冷链“链”接世界
江苏精创电气打造冷链物联网行业首座“零碳标杆工厂”

本报记者 王正喜

“这款冷链记录仪广泛应用于全球冷藏车、集装箱运输蔬果和低温食品,已覆盖120多个国家和地区。它能够记录温度、湿度等多项数据并上传至云平台,续航能力达到行业平均水平的1.5倍。”

10月5日,在徐州高新区冷链物联网行业首座“零碳标杆工厂”智能制造中心,江苏省精创电气股份有限公司副董事长李敏自豪地介绍:“过去我们主要依靠线下销售,如今线上销售占比持续提升。通过数字化营销和国际化发展,目前公司线上销售额已占销售总额的60%以上。”

在全球化浪潮中,出海成为众多企业的战略选择,精创电气也不例外。“创业初期,我们参加国外展会时,同行认为我们只是在模仿。”这份冷遇让李敏深刻认识到技术创新的重要性。

在李敏的坚持下,精创电气每年保持不低于销售收入7%的研发投入。随着海外市场的拓展,公司逐步在全球组建起一支由行业专家和资深工程师组成的研发团队,在冷库节能、冷链全周期管理、AI节能控制柜等关键技术上实现持续突破。

精创电气自主研发的ECO2冷库节能控制系统,节能效果高达24%,可有效减少碳排放。然而,面对一些趋于饱和的海外市场,作为后来者的精创电气如何打开局面,成为李敏需要解决的难题。

在拓展美国市场时,李敏决定线上线下双管齐下,通过灵活的线上销售模式快速实现产品覆盖,打响了出海第一枪。此后,精创电气陆续在美国、英国、巴西、俄罗斯等地设立海外分公司,品牌建设成为李敏关注的重点。她通过参加国际展会、举办技术研讨会等方式,不断提升精创电气的品牌认知度和美誉度。

精创电气每年在海外举办二三十场技术论坛,既让国内员工走出去学习先进技术,也在交流中树立起中国民营企业的良好形象。如今,精创电气的商标已成为品质与创新的象征,公司在全球120多个国家和地区注册了Elitech商标,实现了从“产品出海”到“品牌出海”的跨越。

“我们不仅生产节能产品,更提供系统性的绿色解决方案。”李敏介绍,公司构建了覆盖全产业链的产品体系,包括冷链智能控制产品、多源感知冷链监测记录产品、制冷热泵检测仪表及环境检测产品等多条产品线,形成超千个产品型号。

精创电气不仅在产品端推动绿色创新,更在生产制造环节实施绿色化改造。公司智能制造中心被评为江苏省先进级智能工厂,智能化水平行业领先。车间拥有19条生产线,200多套生产设备,其中20%为自主研发。“我们正大规模推进设备更新换代,预计投资9000多万元,已获批国家超长期特别国债1430万元。”李敏表示,这些资金将用于现有生产线的智能化改造升级,建设RFID温度记录芯片封装测试线和真空压力表组的自动化生产线。

精创电气还投入1.2亿元打造“零碳标杆工厂”,通过建设屋顶光伏、实施机台能量回收、推广“一箱用50次”的循环包装箱等措施,计划到2026年实现万元产值碳排放降低50%,绿色产品占比超过80%,让“低碳”成为核心竞争力。

随着绿色制造标杆升级行动的深入推进,精创电气正实现从产品节能到生产全流程绿色化的跨越,助力公司从先进级智能工厂迈向卓越级智能工厂,推动这家国家级专精特新“小巨人”企业向全球冷链物联网领导者的目标加速迈进。

(上接 01版)

可若真的遭遇电站火灾爆炸这类极端险情时,该如何应对?“别慌,我们有专门应对极端场景的‘重型装备’,你看那里。”展厅另一侧,形态各异的特种机器人在实验员的操控下轮番“秀绝活”。

“这是举高喷射灭火机器人,它的机械臂展开后能延伸至近20米的高度。”张学好表示,这款机器人拥有灭火剂射流识别与空间定位技术,能让喷射更精准。再加上无人机的辅助控制,

构成了一套完整的“智能灭火体系”。

奔跑、跳跃、翻转……智能巡检四足机器人正在向我们表演它的“才艺”,“在楼梯、管道等人或者传统机器人难以到达的危险区域,它不仅可以自由进出,还能自动生成巡检任务,接入电力、石化、隧道、仓储等行业管理系统,应用场景丰富。”张学好表示,未来,三和能源将继续做好能源安全背后的科技“守夜人”角色,以持续迭代的技术力量,全方位筑牢能源安全防线。

薄煎饼推出“厚”收益

(上接 01版)“咱们现在就要上吗?”李梦瑶看着这专业的阵仗,下意识地往后缩了半步,小声问我:“我都不知道要说啥。”

“别紧张,直播和摊煎饼一样,都是技术活,我先给你们培训几个要点。”王志忠笑着拿起一包煎饼,“首先,要真诚。咱们的煎饼无任何添加剂,保质期短,这点一定要如实相告。其次,要会讲故事——这张煎饼为什么这么好吃?因为它承载的是咱们徐州人的饮食智慧……”

在王志忠的鼓励下,我们坐到了主播的位置上。我的开场白还有些生

涩,而李梦瑶却直接举起煎饼,一句朴实的“这煎饼,可好吃了!”赢得了评论区的点赞。在王志忠的鼓励下,我也渐渐放松下来,流畅地介绍起汁塘煎饼。看着后台不断跳动的订单数字,一股成就感油然而生。

“以前整支支在村里,香味飘不出十里八乡;现在咱们把整支支在互联网上,一张煎饼,就能让五湖四海的人们都尝到咱地道的徐州味。”直播结束后,王志忠告诉记者,在原有线下销售渠道的基础上,汁塘煎饼还搭上了短视频传播“快车道”,通过“直播带货+短视频”,将汁塘煎饼卖到了全国各地。

一版责任编辑:罗晓辉 美编:张昊 校对:李希斌



彭城七里

文脉里的新徐州

▲徐州博物馆。

▲市民在饮食文化博物馆里体验美食制作。
▶俯瞰戏马台。

彭城秋意正浓。彭城七里以其独特的魅力吸引着来自五湖四海的旅客,回龙窝、戏马台、户部山、饮食文化博物馆、云龙山……一颗颗镶嵌于“彭城七里”上的明珠,吸引着越来越多的游客“品味”徐州。

本报记者 郑思宇 摄

■消费新观察

为了一个馆奔赴一座城

本报记者 马思为

当博物馆的假期预约名额一票难求,当非遗市集与文化研学成为年轻人的打卡项目……今年国庆、中秋“双节”期间,我们清晰地看到,随着“博物馆热”持续攀升,“为了一个馆奔赴一座城”已成为很多游客来徐旅行的新理由。

博物馆能成为假日经济“新引擎”,核心在于它跳出了“陈列文物”的传统框架,变为“可体验、可参与、可消费”的文化空间。

以往提起博物馆,不少人脑海中浮现的多是玻璃展柜里的文物与墙上的文字说明。而如今的博物馆,却将文化魅力延伸到了展厅之外。

10月1日—10月8日,徐州博物馆举办的非遗文创市集上,游客不仅能近距离体验糖画、香包、剪纸等非遗技艺,还能品尝地道的老味米线,感受浓郁的

徐州风味。这种“看展+体验+消费”的模式,不仅让游客在博物馆停留更久,更让文化从“静态观赏”变成“动态消费”,为假日经济注入了独特的文化附加值。

博物馆成为假日经济“新引擎”,还在于它精准抓住了不同群体的需求,尤其满足了青少年与年轻游客的文化渴望。

今年国庆节假期,徐州博物馆围绕青少年群体,推出“古代科技与物理科学探究之旅”“博物馆奇遇记”等研学活动;与此同时,徐州汉画像石艺术馆还联合谷林山房木版水印导师,共同开展汉画木版水印技艺手作研学活动。这种“沉浸式研学”,既契合了家长对孩子“寓教于乐”的期待,让传统文化在年轻一代心中扎根,更催生出“亲子研学游”这一假日消费新场景,为假日经济拓展了新的增长点。

更值得关注的是,博物馆热的背后,是小众“宝藏”博物馆对城市文旅格局的重塑。

2025年8月1日,徐州饮食文化博物馆试运营。作为苏皖鲁豫省际交界地区首个全景景、沉浸式饮食文化博物馆,它凭借独特的主题定位和创新的运营模式,一经亮相便成为徐州城市文旅的新地标,国庆期间吸引了众多游客到访。

以往假日旅游,多数游客会涌向知名景区,导致“热门景区人挤人,小众景点无人知”的失衡局面。而如今,像徐州饮食文化博物馆这样的特色文博场馆,不仅分流了热门景区的客流压力,更形成了“一个馆带活一片区域”的良性循环。当游客为了一座博物馆来到徐州,他们不仅会在博物馆内消费,还会走进周边的街巷、餐厅、商店,带动住宿、餐饮、零售等相关产业发展,让博物馆成为串

联假日经济的“纽带”。

当然,博物馆要持续担当假日经济“新引擎”,还需在“创新”与“深度”上继续发力。既要避免同质化的“文创产品”“研学活动”,也要防止“重形式轻内容”的表面化体验。徐州文博机构的实践已给出了清晰方向:以在地文化为核心,以游客需求为导向,让博物馆真正成为连接过去与现在、文化与消费的桥梁。

从“逛博物馆”到“玩博物馆”,从“看文物”到“品文化”,博物馆热的兴起,不仅是假日经济的新亮点,更是文化自信的生动体现。当越来越多的人愿意为文化奔赴一座城,当博物馆成为城市的“文化名片”与“消费引擎”,我们有理由相信,文化与经济的深度融合,将为假日经济注入更持久的活力,也为传统文化的传承开辟更广阔的空间。