

新品牌 新亮相 新势能

江苏银行北京分行杯·2019中国文创新品牌榜在京发布

2019北京文化创意大赛总结全年盘点成果

(上接第二十一版)

总结大会还“重磅”颁发了2019北京文创大赛北京赛区奖金。在今年北京文创大赛中获奖的32家文创企业“实至名归”，共抱走总额近500万元人民币的“压岁”奖金，为即将到来的新年营造了浓浓的喜庆和热烈氛围。

“这次中国文创新品牌榜单的上榜入围品牌，强调的是‘新’字，主要是新在业态、新在创意、新在品牌”，对于首次开展的“中国文创新品牌榜”征集评选活动，任梅松认为，品牌是无形资产的核心，是企业创新发展的硬核，特别在建设全国文化中心的进程中，文创品牌的培育和打造更凸显出不可替代的优势和作用。梅松说，为充分发挥北京文创大赛的引领聚合优势，进一步提升文创企业的意识，提升小而优文创品牌建设水平，在已经连续举办4年的北京文创大赛平台基础上，北京市文化创意产业促进中心联合相关研究机构、媒体、商协会，正式启动“中国文创新品牌”评价工作，面向四年来参与北京文化创意产业大赛数千个优质文创品牌进行公开征集，征集范围覆盖东北、华北、华东、华中、华南、西南、西北七个全国大区赛区和港澳台赛区，并广泛接受社会各界的自主报名，“征集活动得到

文创企业的积极响应，许多文创专家、品牌专家也都高度关注并全程指导了评价工作。”梅松说。

品牌中国战略规划院副院长常继生在仪式上发布了2019年中国文创新品牌榜评审报告。此次品牌评选活动采取“企业自愿申报、数据量化评价、主动社会公示和专家多维评审相结合”的原则，评价工作强调数据的量化分析，以降低对主观评价的依赖，评审环节重在多维评价，避免专业限制。常继生介绍，根据文化创意产业发展特点，综合相关专家的指导建议，本次品牌榜单的评价创新建立了“三力三度”的评价体系，在重视创意领先、技术领先、运营领先的测评的同时，更强调资本、市场和行业对品牌的认同度，评价工作通过对文创企业品牌生态的全方位测评，将真正发挥品牌的核心引领作用，帮助广大文创企业从赛场走向市场、从创意走向生意、从产品走向品牌。常继生介绍，经过前期大量的数据分析、指标比对、量化评价、模型计算，以及专家反复研讨，此次共有50家文创企业的品牌和品牌性项目入围2019中国文创新品牌榜单，其中10个品牌项目荣登“TOP10”，这些入围品牌在一定程度上代表了我国文创产业发

展的领先水平，是文创产业技术化和创意化融合发展的典范，尤其对中小文创企业具有较强的示范意义和引领作用。

据了解，此次“文创品牌50强”分别来自创意农业、文化金融、创意生活、广告传媒、文化旅游和文化教育等行业领域，他们在创意能力、自有IP开发、社群阅读、广告投放、公益事业、精致生活、文创扶贫等多个方面具有出色的数字表现和市场活力，获得了资本、市场和行业的高度关注。此次荣获2019中国文创新品牌榜TOP10的《亮相十三绝》北京亮相文化传媒有限公司、太崆动漫(武汉)有限公司、《麻糖小课》天津市麻糖教育科技有限公司、《原乡里》北京原乡文化发展有限公司、《可米生活》北京小鸡磁文化创意有限公司、《艺+1》北京华力必维科技股份有限公司、《鲸世》北京鲸世科技有限公司、《易犬》上海冠勇信息科技有限公司、《易企秀》北京中网易企秀科技有限公司、《九天星》九天星韵(北京)文化发展有限公司，在榜单发布仪式上备受投资机构 and 新闻媒体的关注，长期关注文创产业发展、看好首都文创事业优势的江苏银行北京分行，在发布仪式上紧抓时机，与TOP10品牌企业签订了战略合作协议。

为40家人围企业授牌



助力文化金融 延伸产业链条

在谈到赞助首次品牌榜评选活动的目的时，江苏银行北京分行行长赵文利表示，江苏银行北京分行自成立以来，重点拓展文创类企业业务，于2018年先后成立文创金融部和文创支行。在北京建设全国文化中心的大背景下，文创支行以文创业务作为发展的立足点和主要业务特色，提供全方位的文创金融服务，积极参与首都文创产业建设，助力文化金融的整合发展，在历届北京文创大赛、《创意中国》综艺节平台，以及创业服务方面发挥了一定作用，积累了工作资源，也得到了广大文创企业的信任。赵文利介绍，目前江苏银行北京分行已从10年前成立之初68人的创业团队，壮大到600多人的干部员工队伍；从江苏银行辖内较晚开业的分行，发展为盈利能力跻身全行领先水平的分行。目前，江苏银行已建立22家营业网点，打造了一支高素质、高学历的专业化人才队伍，形成了一套专业化服务体系。在谈到未来目标时，赵文利表示，江苏银行北京分行将继续着眼首都文化创意产业

建设重点，聚焦文创企业实际需求，保持创业的活力与激情，提升经营水平，拓展业务范围，将江苏银行的品牌打响京城，创造出更加优异的服务业绩。

发布仪式上，由北京市文促中心、北京卫视、大业传媒联合出品的创投类大型季播综艺节目《创意中国》第3季正式启动。节目出品方北京电视台卫视节目中心、大业传媒集团下属创智互动传媒股份有限公司，也因在《创意中国》第2季中的突出表现，双双荣获2019北京文创大赛“最佳文创传播品牌”奖牌。据了解，《创意中国》由“北京文化创意大赛”平台延伸形成，是一档立足文化中心建设，聚焦文创产业发展，弘扬文化自信的真人秀栏目，以电视手法生动表达中国顶尖文创项目的创意魅力和商业价值，实现文创产品与金融资本的有效对接。自2017年在北京卫视首播两季以来，《创意中国》收获良好的业界反馈和市场关注，节目收视屡创新高，在引领创意前沿、推动产业高质量发展方面发挥了积极作用。对

于新一期《创意中国》节目，北京卫视副主任郑蓉介绍，节目将继续立足“北京文创大赛”平台，同时重点结合首都文化消费新热点，响应“点亮北京夜间经济”的号召，以文创前沿为标尺，为“北京夜经济”遴选创意项目，贴上“国潮”标签，用创意打造北京文化消费新地标、网红打卡地，以文化创意引领时尚经济，吸引年轻群体，赋能文化消费，充分挖掘并展现“从赛场到市场，从创意到生意，从产品到品牌”的无限可能，突出文创项目在提升生活品质、助力经济社会高质量发展方面的独特作用。

随着文创大赛品牌影响力的不断提升，大赛平台也持续吸引了越来越多的优质文创资源。总结会上，北京市文化创意产业促进中心与《瑞丽》杂志社签署战略合作协议，双方将携手整合文化创意领域资源，发挥各自优势作用，在品牌对接、品牌传播、品牌基地打造、文创主题赛区设置、轻奢文创品牌孵化等方面进行探索和尝试，拓展新的合作机会。