

徐州园博园里感知生态徐州的春天

从“一城煤灰半城土”到“一城青山半城湖”，徐州的生态蝶变，是“两山”理念的生动实践。

吕梁山下、悬水湖畔，一座座雄秀园林，一条条阡陌蜿蜒，在青青绿树、盈盈碧水中，绘出生态之美的经纬画卷。这里就是徐州园博园。

今春的徐州园博园，草木葱茏，百花竞放。65个展园，一城一园一故事，一步一景一惊艳。徜徉其间，这里有徐州5000年的历史文脉，这里有徐州开放包容的世界格局。

徐州园博园位于徐州东南生态片区吕梁山核心区域，占地203.18公顷。园区融入“共同缔造”“美丽宜居”的理念，依山就势建设了两条东西走向景观廊“秀满华夏廊”“运河文化廊”和一条串联南北的“徐风汉韵廊”，彰显出“生态、创新、传承、可持续”的现代园林建造特色。

去年11月，第十三届中国(徐州)国际园林博览会在徐州举行，让徐州成为园博会历史上唯一一个获得举办权的非省会地级市，也唯一一个首次申办就获得举办权的城市。

老工业基地徐州经过多年的生态治理，由资源枯竭型城市向区域性中心城市华丽转身。青山绿水的徐州答案，在徐州园博园中充分体现。

从园博园1号门入园，在望山依泓广场选择左侧路线，可到达徐州园。此园位于入口景观轴线上，作为此届园博会的东道主之园，前承入口广场，后启清趣园，上接秀满华夏廊，下连运河文化廊，是沟通纵横园区景观的节点区。

步入徐州园，一涨浅渠波光粼粼。此处溪流的设计取自运女河。传说春秋战国时期徐淮地区有兰陵王和梁王，两王结成亲家，但梁、兰两城相距数十里，道路崎岖。梁王与兰陵王商议，在两城之间开了一条水路，让女儿坐船走娘家，后人为了纪念此事，将此河称为运女河，在民间传为佳话。

徐州园的建筑依山就水，山南有全园主体建筑泛观堂，水池南部有影留榭，构成“汉苑”建筑群。以汉画像石中的画面为蓝本的建筑风格，在汉代传统建筑文化元素的基础上，进行了提取、概括、重组与转化，为展园增添了汉文化的厚重感。

园博园西南角有一处“V”字造型的酒店，巍然矗立在废弃多年的龟山采石宕口半山腰处，酒店与山体之间有一泓清泉悬卧其中。宕口、天池酒店两个酒店通过连廊连接，浑然一体。

宕口酒店依山就势，层层退台叠级而上，与倾斜的崖壁对话，相得益彰。天池酒店的一泓清泉引入到宕口之中，形成宁静致远的自然天池。

废石的再利用是绿色环保设计中的亮点。这里对部分开采废石进行了叠石处理，打造中式松石园，另一部分废石用于铺设台阶，与原有山体融合，践行了取之于自然、用之于自然的环保理念。曾在开山采石中留下的宕口伤疤，在生态修复技术的运用下完成蜕变。不一样的状态与体验，让过往游人连连赞叹。

全长3000多米运河文化廊位于徐州园博园的北部，是一条集餐饮、



园博园航拍

休闲、观景、民俗体验和非遗文化展示于一体的运河文化风情街。街区根据地形水系自西向东暗合运河走势，涵盖了唐、宋、明、清等诸建筑风格，包含了亭、台、楼、廊、桥、牌坊等几十座不同建筑物。

站在用中国古典建造工艺制作的非物质文化遗产清宁桥上东望运

河文化廊，千年大运河畔，市场繁荣，行人悠游，五省通衢的徐州，在当下正以热情的怀抱，迎接来自五湖四海的人们在此寻梦。

39个省级展园、10个国际园、5个创意园、3个企业园、2个大师园、6个公共园……在园区的制高点吕梁阁一览全园，层次错落的园林掩映

在绿树花丛中，小桥流水、亭台楼阁点缀其间，风景如画。

春游徐州园博园，在浓墨重彩的彭城大地上，感受徐州贯彻落实党的二十大精神生动实践，徐州风物、徐州文脉、徐州性格在这里彰显，幸福洋溢在人们的脸上。

据都市晨报

版权保护助力花型创新

越来越多的家纺企业拥抱版权

我和版权的故事

当下，许多年轻人在选择床上用品四件套时，花型图案是首要考虑要素。花型图案的创新力，是家纺企业赢得市场的关键因素之一。如何提高花型图案的创新力？江苏堂皇集团有限公司(以下简称“堂皇集团”)作为全国知名家纺公司，给出的答案是：在加大经费和人力投入的同时，做好版权保护工作。2022年，堂皇集团的《深松里》等家纺产品转化项目，入选江苏省优秀版权作品产业转化重点培育项目。

为有效推动版权转化运用，江苏省委宣传部、省版权局会同有关部门在全省范围连续三年开展优秀版权作品产业转化重点培育项目遴选活动，目前104个项目入选，共涉及投资10.78亿元，实现销售41.66亿元。

现代快报+记者 孙苏皖



花型图案——茜芳 受访者供图

版权保护助力花型创新，让企业在行业里有了定价权

堂皇集团创建于1986年，总部位于镇江市丹阳市皇塘镇，是一家集家用纺织品、健康纺织品的研发、制造、销售于一体的现代化企业，产品远销日本、意大利、加拿大、美国、智利、新西兰等国家和地区。堂皇集团企管中心总监倪卫平告诉现代快报记者：“我们公司产品凭借特色的花型图案，备受消费者、加盟商的青睐，2022年公司营收达到4.3亿元。”

枕套是深褐色，像土地的颜色，被套则以淡青色为主色调，上面图案有树木。颜色与图案的组合搭配，让人联想到幽深的山林，这是堂皇集团2021春夏产品《重云毓秀》四件套。《重云毓秀》与《深松里》同为堂皇集团2021年春夏“雅”系列产品。

倪卫平说：“我们每年会有春夏、秋冬两季新品发布会，不同季节的产品会呈现不同的特色，例如春季走清爽路线，多用花草元素。”

在挑选床上用品四件套时，不少消费者会发现很多商家售卖的款式图案基本都差不多，特色性不强。“家纺市场目前有专门设计花型的公司，没有设计研发能力的家纺公司会找这些花型设计公司购买花型，然后做成产品售卖，这也是市面上不少四件套产品款式一致的原因。”

堂皇集团则结合市场趋势和不同人群的特点，满足不同群体的审美偏好，进行产品款式、线条、颜色的设计开发。产品有自身特色，这也

使堂皇集团在行业里有了定价权，避免陷入价格战。以2021年春夏“雅”系列为例，堂皇集团专门成立了开发小组，围绕“自然|印记”主题，开发出适合春夏季节销售的花型图案52个，经过终端销售人员的画稿评审，最终保留38个花型图案。

家纺市场花型更新换代较快，好的花型在终端销售多则2年，少则半年。为确保花型与时俱进，堂皇集团常态化推进花型的设计、版权的申请和运用转化。“现在，大家更专注于自己的产品研发能力，这得益于大家知识产权意识越来越强，越来越多家纺企业进行版权保护工作，可以说版权保护助推了大家的创新力。”

申请快、无费用，家纺企业纷纷开启版权保护之路

倪卫平在堂皇集团工作已有30年，他最初是负责产品质量，后来“改行”做知识产权工作。“2001年以后，我们为了维权在全国各地奔波。”堂皇集团在产品上加大投入，使很多产品都成为市场上的畅销货。与此同时，很多小企业看到了堂皇产品热销就肆意抄袭。

倪卫平为维权奔波时，一件事让他印象深刻。2003年，倪卫平到外地起诉一家侵权的家纺公司，结果当地并不认可他手上的证据，问他是否有版权证明。“当时我们没

有想到申请版权，因为没有版权，折腾了一番功夫才有效维权。正是这件事，让我意识到版权的重要性。”

2010年左右，堂皇集团正式开启版权保护工作。倪卫平说：“与家纺行业其他公司相比，我们版权保护工作是稍慢一步的。2010年正式开展，是因为我们深刻感受到版权的好处。版权申请速度快，一般两三天就能完成申请，而且申请不需要缴纳费用，这减少了企业的负担。从我的角度来看，申请版权的家纺公

司是越来越多的。”

目前，堂皇集团印花类产品全申请版权。公司每年的版权转化产品占整个产品目录的75%以上，占总销售额的68%以上。

接下来，堂皇集团将加大花型作品和体系产品的设计研发。同时为了有效杜绝同行模仿公司的花型、低成本抢占市场份额的行为，继续高度重视知识产权的保护，把版权工作纳入到公司一级部门企管中心之下，由专人负责版权申请保护事宜。