



第十九屆京港洽談會特輯

北京東城：攜30餘項目赴港 文創、珠寶、廟會齊登場

香港文匯報訊(記者 博雅 北京報道) 由於擁有中心城區的地位優勢，東城區自古以來就是商賈雲集之地，前門大街、王府井大街、紅橋珍珠市場在全國乃至世界都頗有聲望，同仁堂、吳裕泰等百年老字號依舊保持着旺盛的生機。

東城區一向被商家看作投資寶地，商賈敏銳的港商更是看好東城。遊走東城，港資建築林立，貴賓樓、新世界、新東安市場、東方新天地、金寶街、香港馬會，以及將於明年三季度竣工的香港置地集團首個在京旗艦地產項目——王府井國際品牌中心。據數據顯示，東城區政策傾向於持續提高利用外資規模，並且其巨額外資主要來源於香港地區。

27日，第十九屆京港洽談會開幕，北京首都核心區東城區代表團攜高科技產業、文化創意產業等六大產業共30餘項目赴港推介，據了解，部分項目在赴港之前，已被消息靈通人士得知，在京港會大幕未拉開之時便與東城區接觸尋找合作可能。

一數科技 引領手腕投影生活新方式



幾個來自摩托羅拉(中國)、聯想、索尼、搜狐等國內外知名硬件和互聯網企業的精銳，在CEO曹騰的帶領下組建了一數科技公司。作為目前國內唯一一個以腕帶式微投影為目標的廠商，一數科技致力研發全球首款搭載微投影模塊的可穿戴產品。

一數科技CEO曹騰介紹他們的腕投產品將會有3種形態：戴在手腕上，可以在手背上投影出約2英寸的圖像，通過觸控板的操作滿足個人的使用；放在桌面上結合Home Dock的使用，可投影出類似平板的操控屏幕的桌面模式；以及直接在牆上投影出最大60英寸屏幕的遠投模式。一數腕投將以投影作為output的形式，以觸控和語音等混合作為input形式。可實現的操作也根據不同場景從通話、信息、微信等第三方應用操作到辦公、家庭電影、內容分享等服務。

一數科技此次隨東城區代表團赴港招商，融資額為30,000萬元人民幣，希望能與具有消費類電子技術、運營商或移動互聯網背景的投资人達成戰略合作，對單個投資機構金額要求不低於5,000萬元人民幣。

踐行精準醫療 打造獨特的閉環醫療生態圈企業集團

總部位於東城區的顧氏君安醫療集團由多位國際知名醫療專家聯合資深投資管理專家、IT技術專家共同發起成立，致力於踐行精準醫療，並通過構築線下傳統醫療、移動互聯網醫療和高端醫療險來打造獨特的閉環醫療生態圈。

針對線下傳統醫療，顧氏君安設立有高端大專科小綜合連鎖診所、兒科中心、婦科中心、內鏡中心、第三方檢測中心、日間手術中心和醫學美容中心，2016將陸續在北京、成都、武漢、杭州、上海和廣州等地籌建高端醫院。針對移動互聯網醫療，顧氏君安專注於以結構化病歷大數據為支撐的單病種、重度垂直、慢病管理雲醫療服務平台，其自主研發的「慢醫生APP」於2015年11月正式上線，從IM諮詢、電話問診到視頻健康諮詢及多學科專家會診，為客戶提供專業的慢病管理和精準醫療服務。為了打造閉環醫療，顧氏君安也建立了自己的健康險管理服務團

隊，並推出了多款高端醫療險產品和由醫療專家主導、全科醫生參與的私人家庭醫生服務項目。

在未來20年內，顧氏君安將在中國、亞太地區和歐美地區通過自建、收購、兼併等方式設立300家連鎖診所、200家醫院，發展成為覆蓋全球的互聯網醫療和健康險相結合的大型醫療集團。

悠惠生活社區O2O 百年菜場變身「智慧菜場」

說起東單菜市場的歷史，最早可追溯到1902年。新東單菜市場2015年9月異地重張，在科技改變生活的現代社會，「手機下單、社區提貨」的O2O服務模式已接入新東單菜市場。

悠惠生活社區O2O項目，就是通過移動互聯網線下營銷體驗，把以前的「菜籃子」從線下一次體驗消費轉化為線上常態化消費。據悠惠生活O2O項目的推出者北京大道信通科技股份有限公司介紹，北京市民現場可以通過手機支付寶、微信支付和市政一卡通、老年卡任意方式便捷支付；還可以通過悠惠生活APP、支付寶城市服務、微信公眾號，找到線上的「東單菜市場」，用手機挑選商品後下單，東單菜市場會把商品送到用戶所在社區的自提點。「悠惠生活」O2O便民服務平台已經覆蓋41個社區自提點，明年將在北京增加100個服務網點，覆蓋500個社區。

一部《戰馬》 拉開中英舞台劇合作序幕

中國國際演出劇院聯盟，是由文化部網絡演出試點單位北京一千零一夜網絡技術有限公司於2012年9月11日在北京發起成立，是以國內外優質演出項目投資和專業營銷為核心服務的國內首個演出運營以及劇院管理的專業性聯盟組織合作體。目前，中國國際演出劇院聯盟已有覆蓋國內外的成員單位1,500餘家，並設有加拿大分部、韓國分部。

北京壹仟零壹夜演出經紀有限公司是中國國際演出劇院聯盟全球業務唯一授權經營單位，並投資運營了舞台劇《戰馬》中文版。該項目是中英政府間教育與文化領域九大重要合作項目之一，由中國國家話劇院與英國國家話劇院聯合制作，北京壹仟零壹夜演出經紀有限公司、中國國際演出劇院聯盟獨立市場運營。據了解，該劇於2015年9月4日-10月31日共51場在北京開啟了亞洲巡迴之旅。目前，上海站64場(2015年11月15日-2016年1月17日)、廣州站50場(2016年3月15日-2016年5月3日)巡迴在即，其他城市巡迴計劃也正在進行中。

作為「中英文化交流年」重要文化合作項目，舞台劇《戰馬》中文版既是中英戲劇戰略合作首部作品，也是迄今為止兩個國家級劇院規模最大、持續時間最長、交流最為全面深入的一次合作。中國國際演出劇院聯盟此次隨東城區代表團赴港招商，同時欲尋求國內外專業投資機構或行業相關企業，共同打造兼具藝術性和商業性的演出項目，建立演出行業大聯盟，充分發揮聯盟的資源整合之力，為中國演出行業產業化升級提供深度服務。



千葉珠寶簽約榮昌國際邁步頂級時尚

據此次赴港的北京東城區代表團人員透露，來自北京東城區的中國珠寶奢侈品企業北京市千葉珠寶股份有限公司將於28日上午在香港會展中心舉行的京港洽談會項目簽約儀式上，與榮昌國際(集團)有限公司簽署戰略合作協議，就珠寶款式設計、工藝研發、銷售等方面展開長期且深入的合作。榮昌國際(集團)有限公司(WCJ International Ltd)，成立於1983年，立足香港輻射全球，其精湛的工藝和完美的技術在國際珠寶業內享譽盛名。

北京市千葉珠寶股份有限公司由林明傑先生在2001年創辦於北京，是集珠寶款式設計、製作工藝研發、鑽石貿易及零售業務為一體的綜合專業珠寶公司。十餘年來，千葉珠寶伴隨着中國奢侈品行業的快速發展，在國內建立了強大的銷售渠道，近三百家直營門店遍及北京、上海、天津、武漢、成都、重慶等40多座國內一線城市的標杆百貨，先後為幾百萬名消費者提供了優質的服務。

經過多年積累，千葉珠寶的鑽石採購體系裡的合作夥伴囊括了全球前十大鑽石切割基地，擁有了高品質的克拉鑽石儲備。尋遍全球只為每一件珠寶甄選出高品質鑽石原石，並且與世界頂級設計師展開交流合作，跨界打造創新的珠寶設計理念。

2015年，千葉珠寶制定了打造成「國際時尚集團」的戰略目標，在香港設立子公司。10月29日，北京市千葉珠寶股份有限公司正式登陸新三板市場，掛牌上市。

珠寶產業發展潛力與前景，要靠轉型升級去締造，要靠創新去驅動，要靠品牌去引領。近年來，千葉珠寶在以產品設計為核心的基礎上，加強在品牌建設上的投入。為打造品牌全球影響力，千葉珠寶已正式簽約好萊塢巨星安妮·海瑟薇代言。據悉，千葉珠寶還成為2016春夏紐約時裝周摯愛之選品牌，在世界的時尚發布平台上展示出中國的設計力量。



北京紅橋市場明日與港簽重大合作 冀搭建京港珠寶設計交流平台

據悉，在明日下午舉行的第十九屆京港洽談會東城區推介會上，來自北京的紅橋市場將與香港珠寶製造業廠商會簽訂珠寶設計研發戰略合作框架協議。據紅橋市場到港負責人介紹，此次赴港簽約，旨在搭建京港兩地珠寶文化設計交流的平台，力求在珠寶設計、珠寶定制加工、珠寶文化交流展示等方面進行深入合作，不斷推選具備核心競爭力的新銳設計師，為京津冀地區珠寶行業儲備設計人才。



突破性的發展態勢，實現了經營模式的轉型和升級，推動紅橋市場達到首都旅遊商業的國際化水平。



紅橋市場原創珠寶設計中心

近幾年，在行業的迅猛發展以及東城區全面打造「高精尖」產業格局的大背景下，紅橋市場主動轉型，積極打造和建設珠寶鑒定中心、珠寶定制中心、珠寶設計中心和珍珠體驗中心，實施互聯網+紅橋珍珠的戰略轉型，上述四個項目，除珍珠體驗中心尚在建設中外，其餘均已投入使用。這些項目工作大大拓寬了紅橋市場的服務內容和領域，具備了引領珠寶行業

紅橋市場有着一個很好聽的名字「珍珠市場」。這個名字不是市場自己起的，而是到這裡購物觀光的中外賓客給予的美譽。紅橋市場每年都會有近百萬的外賓來到紅橋市場參觀購物，先後接待了近百個國家1,500餘批次的各國首腦、政要及使節。從1995年首次到訪紅橋市場的国际政要——英國前首相撒切爾夫人，到歷屆美國總統吉米卡特、老布什、小布什、克林頓及其夫人；從瑞典首相佩爾松以及西班牙總理夫人，到希臘王后安妮·瑪麗、西班牙王后索非亞；芬蘭總統哈洛寧八次到訪紅橋市場，如同回家一樣；紅橋市場吸引了奧運明星菲爾普斯、羅馬尼亞科馬內奇夫人、著名指揮家祖賓梅塔、美國影星傑西卡·阿巴尼、美國影星尼古拉斯·凱奇等眾多國際影視明星、體育明星、演藝界名人的到來。

市場在2005年、2008年、2010年、2012、2014年成功舉辦了五屆北京紅橋國際珍珠文化節，被譽為「外國女人心中的長城」和「北京永不落幕的珠寶博覽會」。

紅橋大樓

「地壇文化廟會全球行」京港會探路 擬來年在港舉行

明日下午，在香港銅鑼灣富豪酒店一層舉行的第19屆「京港洽談會——東城區推介會」中，將首設具有中華民俗及非物質文化遺產特色的「地壇文化廟會全球行」展區。據主辦方介紹，在「地壇文化廟會全球行」活動開展以後，得到世界很多國家和地區的積極響應並大受歡迎，主辦方也一直希望能有機會在香港舉辦「地壇文化廟會全球行」，此次借京港洽談會的平台，意在尋找多個層面的合作，尋找「地壇文化廟會」海外活動授權、品牌衍生開發的合作單位、未來包含電商渠道、銷售代理等不同模式的合作機會，同時也為來年計劃在港舉辦的「歡樂春節」地壇文化廟會、香港之旅活動打造良好的基礎。

明日的「地壇文化廟會全球行」展區中，不僅有北

京市東城區花絲鑲嵌、景泰藍、內畫鼻煙壺等非物質文化遺產作品展覽，更有非遺傳承人現場製作表演，並與到場的觀眾進行互動，讓香港民眾近距離感受中華非物質文化遺產的獨特魅力。

「地壇廟會」始辦於1985年，至今已成功舉辦了30屆，每年吸引百萬遊客，是中國的知名廟會品牌。在「一帶一路」國家戰略指導下，為積極推動「中國文化走出去」，持續宣傳和推廣「地壇文化廟會」品牌形象，2014年5月，北京市東城區國有企業北京東方信達資產經營總公司在「政府指導、企業承辦、市場化運作」理念下，成立廟會品牌運營公司——北京東方信達國際文化傳播有限公司。旨在響應國家絲綢新圖規劃，打造國際文化交流和文化貿易平台，將「文化走出去、引進來」的戰略方針推向新高度。

2015年，「地壇文化廟會全球行」活動分別在泰國曼谷、德國柏林、中華台北等地舉行。2016年，「地壇文化廟會全球行」還將走進韓國、德國、泰國和伊朗。



地壇廟會走進德國柏林