300多根竹条分36道工序扎成29米巨龙

开幕式将演双龙戏珠

本报4月9日讯(记者 孙翔)本届风筝会开幕式的一大亮点就是“双龙戏珠”的盛大场景。这一创意到底如何实施?29米巨型龙头蜈蚣风筝与普通风筝又有何不同?记者走进风筝制作现场,为读者揭开神秘面纱。

9日,记者来到潍坊天成风筝厂,工作人员正在为风筝会紧锣密鼓的赶制各种风筝。潍坊市风筝产业协会副会长、天成风筝厂厂长王永训负责本届风筝会开幕式中“双龙戏珠”两条巨龙的扎制工作。他告诉记者,两条龙头蜈蚣风筝的扎制已经从20多天前开始,这两只风筝不同以往,为了应对导演的要求,做了很多创新性的改进。

记者看到,工作人员正在为一只龙头安装眼睛。龙角和龙头都是单独制作,制作后再组装在一起。“点睛”之后,一只龙头蜈蚣风筝就已经初具造型。一米多高的龙头已经扎制完成。王永训告诉记者,龙头的材料与普通风筝不同,采用了金黄色的装饰布,布料上再贴上手工设计裁剪的蓝色花纹,花纹上布满了亮片。在舞台灯光的映衬下,两条巨龙将会显得光彩夺目、熠熠生辉。

根据王永训介绍,每条龙头蜈蚣风筝大概由500多个零件构成,工作人员分别制作龙头和龙身。龙身由60片龙鳞组成。整个长度为29米,代表本届风筝会是第29届。整个风筝需要耗费300多根竹条和36道工序。

他透露,开幕式当天,舞台上将会放置一个象征宝珠的球。宣布风筝会开幕之后,两条巨型龙头蜈蚣风筝将会从舞台上空缓缓降下,与宝珠形成双龙戏珠的奇观。仪式结束后,再缓缓升起,引出开幕式的其他节目。

这只风筝除了采用装饰布料外,尽可能的保留了最传统的潍坊风筝特色。王永训说,这两个风筝一是直径比同类风筝大,达到60厘米,二是两边的红色鸡毛也被红色的旗子代替。这两项特点都是为了适应舞台要求。风筝图案的设计则尽可能的遵循传统,以突出潍坊风筝文化。

王永训正在扎制风筝会开幕式上用的龙头蜈蚣。本报记者 孙国祥 摄

风筝会期间打造“靓丽潍坊”

重点整治占道经营、渣土运输

本报4月9日讯(记者 于潇潇 秦昕 付志锦)9日,记者从潍坊市城管执法局获悉,即日起至5月上旬,潍坊将在中心城区开展“靓丽潍坊”城区环境综合整治月活动,将对占道经营、渣土运输等十个方面进行重点整治。

为营造整洁优美、秩序井然的城市环境,迎接第29届潍坊国际风筝会和“五一”国际劳动节,潍坊将对城区环境进行综合整治。记者获悉,环境卫生、占道经营、市政设施、园林绿化、乱扯乱挂、乱贴乱画、施工围挡、广告牌匾、渣土运输、噪声污染等十大方面将成为整治重点。

整治过程中,将取缔各类非法占道摊点、店外经营,尤其是占道烧烤摊点和露天大排档,清理取缔市区内马路集市和未经批准的早市、夜市、无设施摊点群;加强对汽车、摩托车修理和铝合金加工、美发美容等沿街业户的管理,杜绝占道经营、污染环境的现象,确保市区主次干道两侧无占道经营、店外经营、马路摊点和探头市场;确保道路完好率保持在99%以上。加强对路灯照明和楼宇亮化设施的巡查和检修,及时消除故障隐患,确保亮灯率达到100%;采取现场盯靠管理和不定时巡查相结合、白天与夜间检查相结合等方式,全面加强重点区域、重要路段和重点时段的日常巡查管理,严厉查处渣土车辆带泥上路、沿途撒漏、随意倾倒等违法违规现象,确保道路整洁、畅通;对利用高音喇叭在办公楼、居民区附近和重要场馆周边进行商业宣传的,一律予以取缔;加强对夜间建筑施工噪声污染的管理,严禁在规定时间外进行产生噪音的建筑施工作业,对不服从管理的,依法予以行政处罚。

2300多家外贸出口企业仅18家注册国际商标

潍企出国门急缺敲门砖

本报4月9日讯(记者 赵松刚 通讯员 邱新华 周健)4月8日至9日,世界知识产权组织首次在潍坊举行马德里商标国际注册体系推广,推动企业利用马德里商标国际注册体系进行商标注册。记者获悉,潍坊市共有2300余家外贸出口企业,仅有18家进行国际商标注册。

会上,潍坊市市长刘曙光介绍潍坊实施商标战略情况。目前,潍坊市注册商标总量达到2.3万件,拥有中国驰名商标70件、山东省著名商标318件,均居全省第二位;另外,中国地理标志证明商标26件,居全省第一位。“得利斯”肉制品、“希努尔”服装、“潍柴”柴油机、“晨鸣”纸业、“福田欧豹”拖拉机、“尽美”肉类食品等商标品牌,在国内外拥有较高的知名度和美誉度。

刘曙光市长同时指出,在商标的国际注册和保护方面,潍坊还存在不足。目前,潍坊市共有2300余家外贸出口企业,出口额前130家企业中,仅有18家进行了国际商标注册,拥有马德里注册和国外逐一申请注册商标321件,仅为潍坊市国内有效注册商标数的1.39%。潍坊市经过马里德国际注册的商标只有47件,仅占山东省总量的8.06%。

一家企业在会上表示,对马德里商标国际注册体系缺乏系统认识,单纯依据出口国进行商标注册,该企业虽然对外出口产品多年,但是已注册的国际商标竟没有一件是通过马德里商标国际注册体系注册,没有形成系统的品牌运行模式。另外,潍坊不少涉外企业出口产品多以贴牌为主,对外自主品牌的市场开发和影响力不够。