

# 地标产品激发消费市场活力

本报记者 李思雨

地理标志产品通过确保制造过程中所使用的原材料、加工工艺、特定产区等条件,为消费者提供地道风味和品质保证,从而提升了产品的整体品质和信誉。

随着消费者对高品质生活的追求,地理标志产品以其独特的风味和优秀的品质,成为消费者的新宠。近年来,各地加大对地理标志产品的保护力度,通过品牌建设、市场推广等,有效提升地理标志产品的市场竞争力,激发消费市场活力。

## 感受高品质产品

地理标志产品通过确保制造过程中所使用的原材料、加工工艺、特定产区等条件,为消费者提供地道风味和品质保证,从而提升了产品的整体品质和信誉。

今年霜降过后,又到了柿子丰收的时节。来自江苏的消费者鲍妮前不久从盒马平台购买了一盒富平柿饼,她说:“最早看到有博主自己在家做富平柿饼,出于好奇买来尝尝,确实很好吃,后来复购了好几次。”

凭借外形美观、味道香甜、营养丰富的优势,陕西省渭南市富平县不仅是世界闻名的柿子优势产区,其生产加工的富平柿饼也成功入选国家地理标志产品。

走进富平县华雨柿子专业合作社,剪把、打花、削皮、吊挂……经过一系列工序后,一串串尖柿被送进晾晒棚,丰收的喜悦伴随着柿子的香甜弥漫在空气中。

“我们的产品获批地理标志产品后,受到更多消费者认可,销路也进一步扩大。”华雨柿子专业合作社理事长石华丽表示,近年来,富平县全力打造“富平柿饼 甜蜜中国”品牌,通过加强知识产权保护,推动柿子产业规模化、品牌化发展。

石华丽介绍,为了顺应市场需求,合作社先后经历了3次扩建。除了晾晒棚、加工包装车间、库房、冷冻冷藏库等,合作社还配有化验室和新产品研发室。同时,选用有机柿子搭配传统工艺加工出的柿饼无论是口感还是外观都非常独特,能够满足消费者对绿色健康饮食的需求。

“现在给大家展示的是制作富平柿饼的原材料尖柿,用富平尖柿做出来的柿饼软糯香甜、入口即化。”合作社主播王养娟正在直播带货。“最多的时候一天可以卖七八十单,直播间里的一位东北消费者回购率特别高,还介绍了不少身边的朋友来购买柿饼。”王养娟说。

为充分释放电商销售活力,富平县与抖音平台联合运营电商大厦,与陕西直播产业研究院联合设立实训基地,培养直播营销团队,推动地理标志产品扩大销售,让更多的产品搭乘“电商快车”走向全国,让广



湖北省竹山县打造地方特色品牌,实现从农产品规模小县到地标产品大县的转变。图为该县麻家渡镇管盘河村村民在直播腌酸豇豆。 章磊摄(中经视觉)

大消费者及时尝“鲜”。

## 满足多样化需求

除了高品质外,地理标志产品的发展离不开创新。如何通过促进科技成果转化,有效提升产品附加值、市场空间拓展能力和品牌竞争力,满足多样化消费需求成为当下的必答题。

在日常生活中,花椒大多时候充当除腥去异的配角。唯独在川渝地区,花椒摇身一变成为主角。“无辣不欢,无麻不爽”成为许多人一日三餐的常态。

重庆市江津区作为全国县域面积最大的青花椒主产区,早在2011年就集齐了“地理标志证明商标”“地理标志产品保护”“农产品地理标志”3块金字招牌。2024年,全区花椒种植面积达53万亩,鲜花椒产量32.5万吨,总产值达42亿元。

如今,花椒的价值远不止传统调味品。在江津花椒博物馆内,花椒精油、花椒面膜、花椒香皂等琳琅满目。“就连香水中也飘着江津花椒香。”江津花椒工程技术创新中心负责人谢永红介绍,目前江津花椒衍生出40多个品种的产品,连以往被丢弃的花椒嫩芽都变成了备受欢迎的花椒芽菜和芽苗菜。

谢永红表示,江津开发的花椒无抗饲料添加剂,利用花椒及副产物抑菌、消炎和增强免疫的特性,经过深入研究,明确了其在畜禽营养和免疫方面的效力,开发出3个产品配方。在动物试验中效果良好,可替代部分饲料蛋白和全部外源抗生素,提高肉鸡品质。“无抗”养殖技术的出现,让江津花椒产业的未来潜力无限。

据了解,重庆市江津区已建成国内花椒加工行业生产规模最大、产品品种最多、技术设备最先进、综合实力最强的加工生产体系。现有花椒加工生产线41条,冷链仓储保鲜设施5.3万余立方米,村级青花椒集中烘



在安徽省芜湖市繁昌区峨山镇城东村“芜湖大米”示范基地,农民驾驶农机收割水稻。 肖本祥摄(中经视觉)

烤点5个,花椒初加工转化率达到99%。开发食品、保健品、医药、化工4个系列52个产品,花椒香水、本草驱蚊水、洗面奶、面膜、香皂、啤酒等新产品成功试产。

江津区知识产权局相关负责人袁艳表示,近年来,江津区知识产权局聚焦江津花椒国家地理标志产品保护示范区建设,深入实施品牌战略,形成了17家企业使用地理标志专用标志和148件企业商标、39项企业专利深度融合的品牌矩阵。目前,江津花椒品牌价值已超60亿元。

## 严把地标品牌质量

四川凉山州培育形成以盐源苹果、西昌高山黑猪等9件地理标志产品为主的特色产业群,总产值250亿元;新疆打造红枣村、核桃村、枸杞村、香梨村等“一村一品”地理标志特色示范村镇;宁夏贺兰山东麓葡萄酒被列入《中欧地理标志协定》第一批互认互保名录……近年来,各地更加重视地理标志产业的培育,积极打造特色产品,实现消费端和生产端双赢。数据显示,2023年我国地理标志产业直接产值达9600亿元,实现四连增。

对于地理标志产品来说,品牌是面子,品质是里子,标准则是品质的保证。在广西,为了让更多“桂字号”农业品牌叫响,出台了《广西壮族自治区知识产权保护和促进条例》等地方性法规,为地理标志产业发展保驾护航;在宁夏,建立贺兰山东麓葡萄酒地理标志专用标志使用管理、质量控制、品牌保护等机制,指导企业运用“区域品牌+自主商标”双

标认证,加大对葡萄酒企业知识产权、质量标准的监督管理;在四川,实行地理标志保护产品三年一轮抽检制度,近年来对近600批次产品进行抽查。对存在未使用地理标志专用标志、用标量较低等情况,逐一发函提醒加强有关工作。

国家知识产权局副局长胡文辉表示,近年来,国家知识产权局组织各地加强地理标志监管,开展专项整治,严厉打击侵权行为,净化市场环境。实施地理标志保护工程,支持各地强化产地产区质量管控,保证地理标志产品的质量和特色,有效增强地理标志产品的市场竞争力。“我们将进一步加强地理标志工作,继续完善地理标志制度,高标准建设国家地理标志产品保护示范区,大力开展地理标志助力乡村振兴行动,更好实现‘用活一枚地标、带动一个产业、造福一方百姓’的目标。”胡文辉说。



广西桂林恭城瑶族自治县莲花镇红岩村,柿农在晾晒柿子。 周秀鱼春摄(中经视觉)

随着数字技术与实体经济不断融合,以数字化、智能化为表征的数智经济快速发展,成为消费扩容提质的重要力量。

催生新业态、新模式,激发消费活力。数智经济的发展使平台经济和共享经济模式得到广泛应用,诸如外卖平台、网约车平台、短租平台等,通过数字平台实现资源的高效匹配与共享,能满足不同消费者需求。未来要鼓励平台拓展和渗透更加广泛的生活场景,以激发新消费需求;要加强对平台的合理监管,防止市场垄断,确保公平竞争和消费者权益;要关注平台劳动者的权益保障,加强对灵活就业方式的法律监管,保障灵活就业劳动者在劳动保障和社会福利等方面的权益,促进高质量充分就业,保障平台经济和共享经济等消费运营模式可持续发展。探索运用数智化的市场设计实现再分配,促进收入增长与合理分配,激活消费潜力。

创新消费场景,提升消费体验。数智经济推动线上线下消费场景融合发展,让消费场景更加多元化,消费者可以通过直播电商、社交电商、社区团购等多种渠道购物。同时,移动支付普及和高效运作催生了无人零售店、智能餐厅等新兴消费场景;AR/VR、虚拟现实等技术的应用,为消费者带来了更多沉浸式、互动式的消费体验。未来,要进一步利用区块链技术增强信息透明性,尤其是在直播电商和社会电商中,确保商品可溯源、质量有保障;增强无人零售店和智能餐厅的技术更新,推进计算机视觉等技术在无人零售领域的应用,提升商品识别效率;通过人工智能技术在智能餐厅的应用,提高服务效率,增强与消费者的互动。

规范数据驱动精准营销,促进消费转化。数智经济依托大数据、人工智能等技术,实现了对消费者需求的精准洞察和个性化推荐,提高了营销效率和转化率。要进行多场景数据的整合,将线上(电商、社交媒体等)与线下的消费者数据打通,增强对消费者实时行为数据的捕捉和分析,进而提升个性化推荐精准度;要加强数据隐私保护与算法透明,提供便捷的数据授权管理选项,让消费者了解其数据用途,增强消费者的信任程度;要完善政府、企业、消费者的动态反馈体制机制,在平台中引入消费者反馈机制,例如标记偏好调整、服务质量等,平台根据用户反馈进一步优化算法,加强监管和处罚力度,对存在大数据“杀熟”行为的企业进行处罚,维护消费者权益。

促进数字基础设施不断完善,支撑消费增长。5G、物联网、云计算等数字基础设施的不断完善,为数智经济发展提供了强有力的支撑,也为消费增长提供了保障。未来应从加强网络基础设施、优化数字支付和金融服务、提升消费者数字素养等方面着手,促进消费持续增长。加速5G网络在农村和偏远地区的普及,为数字消费场景提供技术支持;扩大支付服务的覆盖广度和深度,进一步普及跨境支付,加强金融普惠以降低消费门槛;通过线上和线下培训,提升消费者尤其是老年群体和偏远地区群体的数字支付、网络购物以及隐私保护等方面的知识和技能。

(作者系华南师范大学经济与管理学院教授)

本版编辑 陈郁美 编高妍

# 释放银发经济动能

本报记者 吴佳佳

在日前落幕的第七届中国国际进口博览会上,逐渐升温的银发经济成为不少参展商不约而同的关注焦点。展望未来,如何应对迅速增长且多元化的老年护理需求?银发经济这一新兴的朝阳产业将如何开辟新的市场空间?

记者注意到,进博会期间,参展企业展示了大量针对老年人的创新康养设备和慢病干预系统。雅培带来了针对中国老年人群需求研发的新一代雅培全安素和安素倍佳,旨在帮助老年人减少营养流失;GE医疗中国首秀的数字化PET/CT Max Apollo,通过与核药结合能够提前10年至15年发现阿尔茨海默病;欧姆龙重点展示了针对老年群体居家监测需要的“智律波”房颤风险提示血压计、无线心电图记录仪等数智化的健康管理设备。

银发经济产品受青睐的背后,是银发浪潮正在深度影响全球经济社会发展。拜耳健康消费品中国区总经理何勇认为,当前消费者对消费的价值感更加关注,每个人对同一事物的价值感认知也不尽相同,消费细分市场将在中国社会各年龄层之间形成显著的发展趋势。随着中国经济社会发展水平不断提升,老年人期待提高生活品质的愿望和需求

也在不断增强,“夕阳红”背后孕育着消费新蓝海。

数据显示,截至2023年底,全国60岁及以上老年人口已达2.97亿人,占总人口的21.1%,预计到2050年将达到近5亿人。据测算,目前我国银发经济规模在7万亿元左右,到2050年将达到49.9万亿元。为迎接银发浪潮,国家层面已经作出相关部署——国务院办公厅今年年初发布《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》;今年《政府工作报告》提出“实施积极应对人口老龄化国家战略”“大力发展银发经济”。

不过,银发经济的大展目前仍存在一系列挑战。虽然老年人有能力消费,但仍面临“给的不想要,要没给好”等问题。比如,一些智慧养老产品设备操作复杂,价格昂贵,老年人“不愿用、用不起”;一些养老服务主要指一般性生活服务,失能老年人迫切需要的康复、护理、心理慰藉等专业化服务较少。再比如,中国银发消费市场缺乏对不同老年群体的市场细分,导致产品与服务供给较为单一,难以满足不同老年群体的多样化消费需求。

对此,中国老龄协会副会长吕晓莉表示,首先,要着力提高老年群体消费能

力和消费意愿。破除消费观念制约,明确政府、社会、家庭、个人的养老责任边界,合理引导老年群体预期。加快培养现代养老消费意识,促进老年群体“愿消费”“会消费”;其次,要提高老年群体的支付能力,通过加快推进养老保险制度、建立覆盖城乡的长期护理保险制度等方式,提高老年群体的支付能力,使老年群体“有钱敢消费”,把老年群体的潜在需求转化为有效需求;最后,要推进养老金融产品创新,开发更有针对性的养老服务金融产品,提供从退休财富管理到遗嘱信托等全生命周期创新性服务,进一步提高老年人金融素养。

进博会展现出的行业新风向还显示出年轻人也在关注和参与银发经济,老年产品和服务向更时尚、更科技化的方向发展。因此,培育相关产业,促进代际和谐,是发展银发经济的必要一环。国家发展改革委社会发展司司长刘明在进博会第七届虹桥国际经济论坛上建议,要打造开放包容的发展环境,坚持创新驱动的发展路径,支持人工智能、生物技术、可穿戴设备等科技向养老领域延伸,全面提升产业能级,进一步深化国际合作,释放更多创新活力,应对全球老龄化挑战。

## 中国美术学院动画与游戏学院

### 探索游戏教学实践双向汇通生态体系

近年来,中国美术学院动画与游戏学院持续探索东方美学语境下的传统与当代元素在游戏世界构建中的多元方法与转化,践行学术与行业双向赋能的育人路径,推进理论与实践创新的双核驱动。以联合工作坊及企业专家库为基础,构建产学研三方管理结构,学生通过项目和联合课程与市场发展同步接轨,为职业规划打下坚实基础。

探索东方美学语境,创作时代数字游戏。学院聚焦游戏本体研究和传统文化深厚内涵,将东方美学赋能下的世界建构、叙事策略、玩法机制和美学体验四位一体作为游戏创作的建构维度,以玩家体验为中心切入叙事,从而激发共情的方案与策略,积极发掘游戏的表达性潜能。研究生作品《文化中国》两创大赛中获得重磅奖项;学生作品成功植入爆款游戏的“七夕”特效,领取人次超过1.3亿,作品《白鹤童子》《瑶姬》成功植入拥有2000万用户,充分展现了学院对戏曲和水墨元素在游戏创作中的运用与调度能力。服装设计作品植入知名游戏,在游戏内实现水墨画风格视觉质感,收获全网好评,突出数字游戏的本土研究和时代表达。

探索东方游戏机制,深化校企联动实践。学院持续深化校企联动机制探索,聚焦行业稀缺人才的发掘与孵化。如“中国美术学院+网易雷火夏令营”,双方携手七载打造的游戏创造夏令营已成为全国多所高校专业游戏创作人才展示才华、了解产品逻辑和获得行业职业资格的重要品牌和学习平台。在双师协同人才共育的机制下,树立起年轻创作者的社会责任与

文化自信,展开东方文化映射下的数字游戏机制本土化思考与实践。“中国美术学院+西湖游船公司+浮生忆玲珑”联合推出“玲珑女孩新中式江南茶宴”;“中国美术学院+时空中的绘旅人”以基于“不朽的艺术诗”为主题,共同举办《时空中的绘旅人》游戏原画展暨“绘梦新生·邂逅时光”二创活动精选获奖作品展,共拓校企合作新样板。2024年,由中国美术学院和腾讯互娱联合发起的“时空博物馆”AIGC数字艺术创作大赛联动了国内多家博物馆。

研究东方美学思想,打造游戏协同生态。学院以东方美学思想与“游戏”观念为引线,以现代游戏理论为参照,展开数字游戏体验的东方诗意解读,打造良好协同生态。“中国美术学院+腾讯游戏学堂”历时5年共建交互叙事工作坊,成为新文科视域下跨专业人才培养和前沿课题共研平台。项目产出成果斩获国内众多游戏比赛奖项,对近年来中国游戏教育和产业中的游戏经验与创作体系作出了回应,旨在从东方智慧和思想中探索一条具有自我理论体系的中国游戏创新之路,释放游戏创作在社会经济、文化、教育等领域的潜能。

近年来,学院对东方美学语境下的数字游戏体系建构进行持续探索,拓展基于东方美学思想的数字化多元场景应用。未来,中国美术学院动画与游戏学院将继续用新兴媒介讲好中国故事,融入东方基因,弘扬中华优秀传统文化与思想,探索文化出海多元路径。

(宣学君 童元园 倪 轶) · 广告