

记者来信

上网需过三道关

近日,我国发布首批传统优势食品产区和地方特色食品产业重点培育名单,包括云南小粒咖啡、西湖龙井茶等39个重点培育对象。记者在江西南昌聚集着多家地方特色小吃和土特产店铺的大士院街采访时了解到,一些街巷里的土特产商铺即便已经出圈,但依靠互联网途径实现品牌化、走向长红还面临着诸多挑战。

一家特产商铺的知名度,源于线下口碑,源于线上流量。线上曝光度高、评价好,店铺往往拥有更大的线下客流量,经济效益也非常可观,同时对发展地方文旅也有积极意义。可以说,互联网是特产出圈的有力跳板,而用好线上平台扩大店铺影响力,提升产品美誉度,则是特产品牌化的重要途径。土特产走出街巷,通过“上网”向全国,走好“三道关”。

首先,要过“流量关”。在“人人都是信息生产者”的时代,一家店铺、一方特产如何,不仅依靠顾客评价,还有赖于商家主动宣传。土特产从出圈到长红,需要商家灵活运用线上平台,通过开设账号、发布内容、参与互动,针对产品特色、地域文化、价值主张等进行推广,从而讲好品牌故事、塑造品牌形象。矛盾在于,街巷里的土特产店铺大多是家庭作坊式的小微企业或个体工商户,时间和精力有限,难以兼顾线下店铺经营及线上平台;或心有余而力不足,既不具备新媒体创作能力,也难以对接到专业外包团队。这就需要畅通资源对接渠道,有关部门可以推动区域公用品牌建设、组织一些公益培训,帮助商户提升线上运营能力,助力优质土特产商铺提升产品品质、用好线上平台,触达更多潜在客户,提升品牌影响力。

其次,要过“心态关”。互联网带来的不只是商机,还有激烈的竞争和更为复杂的经营环境。一些因流量出圈的土特产商户在短期内经历了从“素人”到“网红”的变化,曾经默默无名的街边小店忽然被推到地方文旅的聚光灯下,接受公众的审视和评判,不少商户在开始会感到无所适从。此时,土特产“上网”也意味着准确鉴别、合理利用各类信息,熟悉平台规则,更加驾轻就熟地将平台功能为我所用。应认识到,消费者的喜好千差万别,影响其评价的因素也有很多,甚至存在别有用心者利用互联网差评进行不正当竞争。土特产商户要放平心态,对差评中提及的问题有则改之,无则加勉;可以通过评论了解消费者的喜好和期待,找出可以改进的地方,优化产品和服务,让消费者做最公正的裁判人;对于网上蓄意造谣、抹黑的言论,也要学会采用合理途径积极应对,联系平台方并提供相关证据申请删除,维护品牌形象。

最后,要过“流量关”。水能载舟亦能覆舟,对于土特产来说,流量亦是一把双刃剑。一方面,商家可以创新方式赢得更多线上流量,如争取平台扶持、邀请网红参与宣传、参与活动助力推广等。另一方面,也要提防落入流量陷阱。需要明确,土特产开辟互联网销售宣传渠道的最终目的是打造拥有市场辨识度和稳定客户群体的特色品牌,而不是一味追求流量。若依赖刷帖、买粉、互赞互评等方式盲目追求算法顶部推荐,或通过低价直播促销获得高销量,可能造成成本失控、消费者只认价格而不认品牌、复购率低等问题。有了线上流量的助力,特产商户更要潜心做好产品和服务,诚信经营、良性竞争,善用网络途径讲好品牌故事、积累高黏性客户、形成良好的口碑,真正实现从出圈到长红。

记者韦佳玥于南昌  
2025年6月8日

各地新亮点

广东加快推动文化产品扬帆出海

由广州打造的《广府梦华录》项目以海上丝绸之路为文化内核,采用国际领先的虚幻引擎和VR技术,高精度复原广州2000年前的历史风貌;汕头的机器人舞蹈“身披战袍”“手持鼓槌”,踏着鼓点跳起英歌舞,尽显“非遗+科技”之美;凡拓数创以裸眼3D震撼视觉效果,在文化创意产业的数字化保护与传播领域,AI三维重建正以高效能、高时效的技术特质开辟新赛道……依托强大的科技创新动能和数字经济优势,广东文化产业呈现出“科技硬实力+文化软实力”深度融合的发展态势,为文化出海开辟出新路径。

作为我国文化产业第一大省,广东省文化产业规模总量连续22年居全国首位。2024年,全省规模以上文化企业营业收入2.5万亿元,约占全国六分之一;文化领域新质生产力不断壮大,文化新业态营业收入9150亿元,增长10.5%,在数字创意、动漫游戏、网络视听、数字文化制造等领域形成较强竞争优势。

创新出海范式

“近年来,以中国网络文学、网络影视剧、网络游戏为代表的中国文化‘新三样’,在海外刮起强劲的‘中国风’。游戏出海、短剧出海正成为广东文化产业出海新范式。”广州市游戏行业协会会长王娟介绍,广州已是游戏出海第一梯队。近年来,广东移动游戏出海营收占整体游戏出海规模的99.16%;广州游戏产业总营收约1406.67亿元,广州游戏企业海外营收190.58亿元,约占全省出海游戏总营收的45%。广州游戏出海的核心优势主要体现在在大厂集群效应、积极拥抱技术创新、善于抓住并引领市场趋势、政府政策支持及产业链完善等方面。

“游戏已成为世界认识中国、与中国对话的重要窗口。”三七互娱网络科技股份有限公司高级副总裁程琳介绍,2012年以来,三七互娱积极投身海外市场,已稳居中国出海游戏厂商第一梯队。近年来,三七互娱以人工智能为引擎,以游戏为载体,讲好中国故事。如《叫我大掌柜》游戏以宋朝商贾文化为故事背景,以《清明上河图》为场景设计蓝本,让玩家通过参与经营活动,感受北宋的兴盛繁荣,现已相继推出海上丝绸之路、广府文化、广东醒狮等主题版本,游戏触达全球用户3.6亿人次,用户参与人次提升20%。



上图 在第二十一届中国(深圳)国际文化产业博览交易会上,广东汕头市通过英歌舞机器人、非遗文创等创新产品,展现汕头文化产业发展新成果。  
方浩锋摄

“随着数智化浪潮的深刻变革,科技与文化相生相促,创新技术推动文化内容生产以及表现形式的全新升级。”程琳表示,在文化新质生产力变革上,三七互娱已成功打造内部游戏行业大模型“小七”,以其为AI能力底座,构建起以自研行业大模型为主的全链路AI赋能生态,全面提升游戏研运工业化水平。

广州光盒动力文化传播有限公司则是中国短剧出海新秀,形成了从内容生产、技术赋能到全球发行的出海短剧全链条能力,年产出50余部精品短剧,总播放量累计超10亿次,海外短剧发行数百部。光盒动力首席营销官梁剑表示,在全球化与数字化的双重浪潮推动下,中国网络文化产品加速走向世界舞台。短剧出海成为文化出海新引擎。光盒动力的全球化战略以“AI技术+全球发行+生态共建”为支柱,将通过“短剧+”模式赋能多行业出海发展,



在第二十一届文博会举办的粤港澳大湾区文化产业创新展上,广东文化企业展示创新产品。(资料图片)

持续深化AI技术赋能精品化内容,打造一站式短剧出海服务平台,抢滩全球短剧市场蓝海。

突出政策支持

面向未来,如何持续激发文化产业发展势能,推动文化出海再上新台阶?近日,广东重磅发布推动文化产业高质量发展“政策包”,87条政策措施覆盖影视、演艺市场、网络游戏、电子竞技、网络视听等六大领域,提出相关政策措施鼓励内容产品扬帆出海。

“广东在数字创意、动漫游戏、网络视听、数字文化制造等领域形成较强竞争优势。面对新形势新要求,广东省宣传文化系统深入调研、广泛听取意见建议,深入了解全省文化产业特色优势、发展要求、市场态势和瓶颈弱项,着眼锻造长板、补齐短板,分类制定了政策文件,形成了新一轮推动广东文化产业高质量发展的“政策包”。”广东省委宣传部常务副部长、省电影局局长崔朝阳表示,这一“政策包”突出7个方面政策创新:一是突出扶持精品生产,抓住创作生产、精品奖励“两头”,分门别类支持原创作品;二是突出全产业链扶持,建构产业链上下贯通、各环节衔接的政策“闭环”,着力构建良好生态;三是突出大湾区协同联动,注重发挥广州、深圳双核引领作用,强化与港澳产业协调,优化产业空间和载体布局;四是突出鼓励前沿技术应用,积极探索文化和科技融合发展有效机制,构造新体验、催生新业态;五是突出支持文化出海,打造出海品牌,培育出海集群,鼓励到东南亚、南太平洋

和共建“一带一路”国家等开展文化贸易;六是突出人才引进培养,结合“百万英才汇南粤”行动,联合高校、职业院校(技校)等,多渠道培育引进高层次人才、急需紧缺人才和青年人才;七是突出营造良好环境,强化服务保障,优化行政审批,搭建交易推广平台、公共服务平台,健全行业组织,有效服务企业。

“游戏产业是引领数字经济快速增长的重要引擎,是促进科技与文化深度融合的重要抓手,更是推动新质生产力高质量发展的重要载体。此次广东出台的‘政策包’中,针对游戏电竞行业,加强了顶层设计,谋划了战略布局,突出了扶持重点,细化了保障措施,恰逢其势、正当其时。”广州市黄埔区委宣传部副部长谭致远表示,相信在政策包的引领下,将掀起游戏电竞产业高质量发展新热潮,推动广东数字经济进一步做大、做强、做优、做精。黄埔区也将强化规划引领、平台运作、服务支撑与政策扶持,加快打造广州游戏谷,建设粤港澳大湾区(黄埔)游戏产业服务中心、创建全省版权创新示范区。

“在政策支撑下,依托强大的技术创新能力、深厚的传统文化底蕴及完备的产业链条,文化‘粤军’将迎来跃升出海新时期。未来的游戏不仅是娱乐,更是文化载体和科技试验场。”王娟表示,在“文化+科技”双轮驱动下,人工智能技术在游戏研发、运营的全流程应用,使得AIGC技术得以赋能产业变革。未来,游戏出海需持续关注“游戏+AI”“游戏+短剧”等新风口趋势,加强产业链协同,以精品游戏带动文旅、文化传承,突破圈层。

6月5日,湖北省宜都市兴发集团磷复肥生产车间,员工驾驶着叉车来回穿梭,将一袋袋磷复肥产品装车销往河南、甘肃等地区。

近年来,宜都市聚焦建链、延链、补链、强链,充分发挥化工产业现有优势,寻求新突破,化工产业的“含绿量”“含金量”持续增强。

蔡 亮摄(中经视觉)



高原樱桃带火乡村游

本报记者 拓兆兵

初夏,青海省海东市乐都区岗沟街道熊沈家村的樱桃采摘园迎来一年中最热闹的丰收季。“五一”前后樱桃成熟,乡村游也火了起来,来温室大棚里采摘的人很多,樱桃卖得很好!32岁的采摘园经营者姚世鑫说。

近年来,乐都区大力发展现代农业,新理念、新模式、新农民、新产品让乐都樱桃产业发展呈现新局面。“2023年7月,我们村以东西部协作项目为契机,筹资建设了新一代阳光温室大棚,打破单一传统露地果蔬生产模式,开始发展集约高效的现代设施农业,让农业增效、农民增收。”熊沈家村党支部书记袁金芳说。

大学毕业后的姚世鑫看到了机会,决定回村发展。他承包了10栋阳光温室大棚和30亩露地,种植樱桃和蔬菜,形成“樱桃为主、多品种互补”的种植结构。姚世鑫说,目前他的采摘园已成为当地小有名气的农旅融合示范点,下一步计划将30亩露地打造成亲子乐园,引进餐饮、游乐等项目。

在产业融合、网红打卡活动的综合作用下,乐

都区樱桃种植者不断引入新品种、新技术,提升线上线下宣传营销能力,高原樱桃的绿色高品质得到各方认可,“乐都大樱桃”品牌越擦越亮。

走进乐都区雨润镇农业示范园,海东稻盛商贸有限公司11栋温室大棚里绿树成荫。“樱桃肉厚,味道很好!”游客韩丽芳说。自2017年建成经营以来,该公司不断引进新品种,采取新技术,种植的樱桃又大又甜,有的品种市场价达到一斤180多元。

有一栋大棚与众不同,里面的樱桃树比其他大棚的要小许多,只有一人多高,树枝修剪得很短。但一排排樱桃树整齐划一,株距均匀。“我们自主研发了‘密集种植法’,科学增加樱桃树种植密度,但将树控制在1人多高,留够间距,改善了通风采光条件,也便于日常管理和机械化作业,极大提高了生产效率。这种方法通过精准修剪修剪技术,使养分更集中地输送到果实,提质又增产,这一个大棚能产2000多斤樱桃。”海东稻盛商贸有限公司负责人薛峰说。

在营销方式上,该公司采取“先尝后买”的体验式销售模式。“我们严格把控种植环节,经过精心培育,确保品质上乘,让游客买得放心。”薛峰介绍,今年“五一”期间,1000多名游客前来采摘,平均一斤樱桃售价在80元左右,实现了优质优价。

随着乡村旅游热度不断攀升,乐都区积极探索“农业+旅游”融合发展模式,催生蓬勃发展的“采摘经济”,“乐都大樱桃”成为引流招牌。目前乐都区特色林果种植面积达1.02万亩,其中大樱桃5600亩。4月下旬至“五一”假期,乐都区累计接待游客44.85万人次,实现旅游综合收入3222万元。

“越来越多的农民积极投身乐都区农旅产业,或租赁温室大棚,或改造自家闲置农舍,通过开展果蔬采摘、反季节农产品销售、农家乐体验等多元化经营模式,推动农旅融合发展。我们要打好‘乐都大樱桃’这张牌,推动农业增效、农民增收、农村变美,让更多群众享受到产业发展红利。”乐都区农业农村局党组书记、局长高杰说。



6月4日,渤海湾胜利油田海上油区一派繁忙生产景象。近年来,中国石化胜利油田海上油区把保护海洋环境当作“一号”工程来抓,将绿色发展贯穿于生产、经营、生活全过程,全力打造绿色海上油区。  
张 灿摄(中经视觉)