本期话题:泉州文旅项目的创新开发与实践经验

以文旅精品实现人与城“双向奔赴”

随着文旅消费日益多元化,强劲的需求促进文旅市场百花齐放,极大地刺激了文旅产品的迭代和创新,形成了供给和需求同步增长、互为促进的发展态势。在竞争激烈的文旅市场中,泉州的文旅人是如何创新开发文旅项目,让泉州文旅市场拥有持续的竞争力?本期民企会客厅聚焦泉州文旅项目的创新开发与实践经验,邀请多名文旅从业者共同探讨。

本期主持:魏晓芳 林意君

嘉宾名片:

姜山 泉州八仙过海旅游有限公司副总经理

郭子钰 泉州栖愈里文旅发展有限公司总经理、『看海计划』主理人

曾梅霞 泉州海之女文化传播有限公司总经理、惠女风情园创始人

泉州文旅项目吸引众多游客(受访者供图)

激活资源禀赋 探索多元业态

主持人:从自身打造的文旅项目出发,谈谈如何挖掘泉州独特的文旅资源,打造具有吸引力的文旅项目?

姜山:八仙过海欧乐堡度假区是一个多业态的、多元化的主题度假区,去年整个度假区接待游客达150万人次。在项目的开发上,紧扣泉州海丝文化元素,将海洋场馆、娱乐设施、主题表演等进行有机结合,在传承泉州历史文化的同时,也将现代化的时尚和浪漫元素融入其中。其次,我们瞄准核心消费群体的价值需求,打造沉浸式互动项目,如海洋动物表演及互动合影、俄罗斯国际大马戏以及跨年夜、啤酒节、万圣节等一系列的节庆活动,给消费者提供积极的情绪价值。在当下全国旅游业蓬勃发展的时候,只有以高品质、高标准打造的文旅产品,才能在市场上立于不败之地。

曾梅霞:打造惠女风情园的初心是为了传播惠女文化,从最开始的惠女民俗馆、惠女旅拍到茶馆、咖啡厅再到餐厅、民宿,历经10多年的探索发展,如今的惠女风情园已是一个融合多元业态的文旅项目。在项目的打造中,我一直围绕“传播惠女文化”这个核心,将惠女历史文化与当地的海滨风光相结合,希望通过惠女文化的传播助推惠安海滨旅游的发展。在运营中,我们不断发现游客的新需求,不断丰富惠女风情园的经营业态,让游客来到惠安,来到惠女风情园能拥有不一样的文旅体验。

郭子钰:“看海计划”咖啡餐吧这个文旅项目的出现比较偶然。因为我很喜欢看海,所以这些年一直想要打造一个能让人放松下来的看海目的地。今年偶然发现泉州月亮湾沙滩有合适的场地,就决定试一下。选定地址后,我对它原有的建筑进行了大胆改造,让游客坐在店门口就能将眼前的大海和沙滩尽收眼底,享受一个惬意放松的时刻,这样的改造也为这个项目打造出了一个“极致景观”。在项目的软装上,主打自然色系,营造一个自然舒适的环境。

挖掘项目特色 做精做专做透

主持人:如何定义一个好的文旅项目?怎样才能在竞争激烈的市场中做出文旅精品?

姜山:一个好的文旅项目要能够突出其鲜明的特点,有独属于自己的东西,不能将所有元素“一窝蜂”加入,而是要围绕一个亮点来打造,把亮点做精做专做透,这样自然而然就能带动整个文旅项目的发展。“吃住行游购娱”是需要整个城市一起来提供的,一个文旅项目要专注于把一件事做好,比如我们就是把“游”做好,提升游客的游玩体验。除此之外,一个文旅项目还要注重其宣传推广,要能够吸引周边城市的客群,这样才能不断提升一个城市旅游的热度和知名度。

郭子钰:要尽可能挖掘自己独特的资源优势,尽可能打造“极致景观”,让这个文旅项目具有不可复制性,这样自然而然就具有天然的流量,就能成为这个文旅项目的超级IP。此外,还要有符合大众审美的设计,营造出有氛围感的独特体验,并围绕一个核心来打造项目,如我们就是围绕“来泉州看海,必到‘看海计划’”来打造我们的品牌IP和场景。总而言之,只要满足三个要素:“用心的产品”“合适的价格”“舒心的服务”,这样的文旅产品都不会太差。

曾梅霞:现在的网红景点越来越多,但“网红”就像一阵风,可能很快就吹过了,所以一个好的文旅项目需要有一个稳定的内核。一直以来,我就是围绕着“惠女文化传播”这个核心定位,不断探索文旅融合的多元业态。好的文旅项目一定要有明确的定位,才能接地气,有烟火气,才能满足大众的核心需求。此外,我们要用综合的、长远的眼光去打磨一个文旅项目,不能随波逐流,人云亦云。

捕捉文旅需求 注重情绪价值

主持人:如何看待泉州文旅未来的发展?下一步将如何持续打造更多泉州文旅精品?

姜山:随着文旅的发展,未来呈现给世界的泉州,不仅是一个历史文化浓厚、充满烟火气的城市,还可以是一个现代化的时尚之都、浪漫之都。游客来泉州游玩,既可以去看东西塔、开元寺,感受传统文化的魅力,也可以在我们的主题乐园里感受泉州时尚、浪漫和欢乐的气息。个人认为,未来泉州文旅项目的打造要更加聚焦游客情绪价值供给。白岩松说,泉州是你一生至少要来一次的地方。游客为什么要来这一次?这一次不仅仅是为了看一个景,更希望能够圆一个梦。每个人对美好生活都有属于自己的想象,但我们想打造能够抓住多数人共同梦想的产品,以高标准高品位的产品、管理、服务,满足消费者的核心需求。

郭子钰:文旅业态的发展是有一定的周期性的。当代年轻人的工作生活压力大,旅游在更多时候为了让身心放松,让自己“充电”,以便更好地出发,所以“微度假”的文旅项目可能会是未来一段时间的潮流。“微度假”以“近程、易到、高频”为主要特点,打造一个“微度假”文旅项目,要寻找亲近自然的场地,打造随性舒适的微度假目的地,再加以独特的亮点场景,有良好的体验感,舒适度高,并且在产品方面需要用心用好原料,价格合适,就能满足城市居民及游客放松身心的需求,成为周边市民和远道而来游客的身心栖息之所。

曾梅霞:这些年,我一直注重打造“非遗+旅游”的融合发展,坚持以文促旅、以旅彰文,这不仅可以促进文化的保护与传承,还能为旅游产业注入源源不断的新活力,实现双赢的发展局面,我相信这也是未来泉州文旅发展的一大方向。今年我们也申请了研学基地建设,相信未来我们的文旅项目还会有更为丰富多元的业态,吸引更多游客认识惠安、了解惠安。

记者手记

以需求和创新为核 用心用情打造精品

过去一段时间,无论是因烧烤爆火的淄博,还是热情待客的“尔滨”,这些城市能够接住文旅“泼天富贵”的原因,就在于秉持着“以人为本”的初心,认真听取游客的意见反馈,不断调整优化服务,完善基础设施建设,让游客在欣赏美景之余,更感受到一份暖暖的人文关怀。

旅游的本质,是寻找和体验别样的幸福生活。综观当下旅游市场,不难发现,如今游客在旅游中越来越追求个性化、注重情绪价值、沉浸于深度游,旅游不再局限于景区,城市的大街小巷、烟火气十足的早市夜市、独具城市特色的小店……处处都是风景、处处都能游览。

这就要求我们要紧跟文旅市场潮流,精准捕捉大众的需求变化,在情感共鸣上下功夫,创新推出文旅产品、举办特色活动、提供贴心服务,满足游客的个性化需求,用一个个文旅精品让每一位游客能够乘兴而来,满意而归。 (魏晓芳)

科技创新引领纺织行业“华丽转身”

“伴随着新一轮科技革命和产业变革,我国产业用纺织品行业科技创新也取得长足进步。但我们仍需增强紧迫感,进一步加大科技创新力度,抢占行业科技竞争和未来发展的关键领域。”在日前举行的第二届中国产业用纺织品行业科技发展大会上,中国工程院院士、上海大学复合材料研究中心主任孙晋良呼吁。

孙晋良强调,面对严峻复杂的国际环境,产业用纺织品行业要开辟发展新领域、新赛道,培育新质生产力,从根本上说,还是要依靠科技创新。

跻身战略性新兴产业行列

值得关注的是,当下,科技创新正在悄然引领纺织产业转型升级,助力纺织产业加快打造新质生产力。

据统计,截至2023年底,我国纺织行业拥有有效专利总量达33.7万件,其中发明专利8.9万件。不仅如此,近两年,12项纺织行业高质量专利累计新增销售额42.2亿元,新增利润7.8亿元,高值化专利技术利用和推广取得显著成效。

“在我国,高技术纺织品已成为战略性新兴产业的重要组成部分,是超越传统纺织、横跨诸多领域的多元化高新科技产业。”中国纺织工业联合会副会长李陵申分析,一方面,纺织与高性能材料、电子技术等紧密融合,成为全新的载体;另一方面,纺织材料与下游产业联系紧密,广泛用于航空航天、医疗健康、交通工具、能源、农业等领域,形成全新的产业链。

李陵申举例说,航空航天用纺织品可用于制造降落伞、飞行服、宇航服、星载天线、航天货包等。而过滤分离用纺织品则可用于高温气体过滤、工业废水废液处理、食品工业过滤、海水淡化等领域,在污染防治和改善水体、空气及土壤质量中发挥着重要作用。

满足多样化高端化需求

此次大会由中国产业用纺织品行业协会主办。多位纺织行业专家在大会期间分享了不同领域高技术纺织品的最新进展。

“玻纤增强复合材料、低成本碳纤维增强复合材料、玄武岩纤维增强复合材料成为汽车轻量化三大结构性树脂基复合材料。”汽车轻量化技术创新战略联盟常务副秘书长杨洁介绍,全球汽车纤维增强复合材料年复合增长率预计达到6.6%。

青岛大学海洋纤维新材料研究院院长夏延致分享了基于海藻的纤维新材料基础研究和应用研究进展,并介绍了海藻纤维在生物医用、卫生护理、阻燃防护等领域的应用。

“传统基础产业不代表落后生产力,持续技术革新可以激发纺织行业焕发新生机,为纺织行业发展新质生产力提供重要动力。”李陵申认为,未来,纺织行业需聚焦高功能纤维材料制备关键技术和高性能非织造材料开发与应用等重要技术方向,持续开发具有独特功能、高性能、高品质的纺织产品,满足终端用户日益多样化和高端化的需求。

“目前,我国已成为全球产业用纺织品门类最为齐全、种类最为丰富、产业链最为完整的国家,但仍存在原始创新不足、产学研合作不畅、部分产业链供应链受制于人等情况。”孙晋良提出,如何将成本优势逐步升级转变为技术、质量、性能、品牌、价值优势,仍是纺织行业需要不断思考和探索解决的课题。 (科报)

工业和信息化部:

培育更多低空产业头部企业

据新华社电 记者11月5日从工业和信息化部了解到,工业和信息化部将加强企业梯度培育,推动产业链上下游企业协同创新发展,培育更多低空产业头部企业和专精特新“小巨人”企业。

低空产业是低空经济的物质载体,是培育新质生产力和新经济增长点的重要方向,是新一代信息技术与航空技术深度融合的典型代表。工业和信息化部近日召开低空产业发展领导小组第一次全体会议,研究部署推动低空产业高质量发展的重点任务。会议指出,当前,我国低空产业总体呈现良好发展态势,技术装备加快突破,应用场景积极拓展,信息基础设施支撑有力。要在推进新型工业化大局中加快低空产业高质量发展,塑造形成新动能新优势。

记者了解到,工业和信息化部将积极稳妥发展低空产业,打造新型工业化典范。大力发展无人化、电动化、智能化低空装备,推动新一代信息通信技术、数字技术、人工智能等技术全方位赋能低空产业体系。深化校企合作,统筹推进高端科研人才、企业管理人才和技能型人才培养。发挥产业投资基金和国家产融合作平台作用,促进形成多元化接力式金融创新产品和服务。深入推进低空装备创新应用试点,强化法规标准体系、试验验证体系建设以及创新平台布局,更好发挥国家高新技术产业开发区等各类园区作用。

10月中国物流业景气指数为52.6%

电商网购活动旺盛

本报讯 中国物流与采购联合会5日发布数据显示,2024年10月份,中国物流业景气指数为52.6%,较上月回升0.2个百分点,显示行业增长动力趋稳。

分项指数中,10月份,业务总量指数为52.6%,环比回升0.2个百分点,工业产品、居民消费、大宗物资等物流需求均有所回升。工业物流领域,通信设备、家居家电、新能源汽车等回升势头较好。在节假日因素和各地促消费政策推动下,居民消费物流需求平稳,电商网购活动旺盛。

中国物流信息中心物流统计处处长胡焓说,10月份,固定资产投资完成额指数环比回升0.2个百分点,其中铁路运输、航空运输、管道运输和邮政快递固定投资完成额指数在50%以上扩张区间,铁路运输和邮政快递固定投资完成额指数环比回升1个百分点以上。10月份,从业人员指数环比回升0.3个百分点,新订单指数为52.7%,环比回升0.4个百分点;企业业务活动预期指数为57.7%,连续3个月回升。

中国物流与采购联合会总经济师何辉认为,10月份,随着政策组合拳持续发力,稳资金、稳预期、稳需求等各项措施逐步落实,业务总量指数、新订单指数、库存周转次数指数、资金周转率指数、设备利用率指数、固定资产投资完成额指数和业务活动预期指数保持在景气区间。后期,中国物流业将继续保持平稳运行态势。 (中新)

今年前三季度

国内投资并购市场平稳回升

本报讯 记者4日获悉,今年前三季度,国家市场监管总局审结经营者集中案件456件。总体看,国内投资并购市场平稳回升,国企持续在并购市场发力,民企投资回暖,水电燃气、金融等行业交易活跃度明显提升。

从交易金额看,前三季度,经营者集中案件交易金额合计约1.4万亿元,其中交易金额1亿元及以上的经营者集中案件295件,约占67%;10亿元及以上的经营者集中案件150件,约占34%;100亿元及以上的经营者集中案件34件,最大单笔交易金额为1100亿元。

从境内外集中类型看,境内企业投资较为活跃。境内企业间集中数量最多,为249件,约占57%;境外企业间集中为126件,约占29%;境内外企业间集中为64件,约占15%。

从所有制结构看,国企与民企投资并购持续活跃,涉及国有企业参与的集中案件249件,约占57%;涉及民营企业参与的集中案件176件,约占40%;国企民企间持续加强协同合作,同时涉及国企与民企的集中案件108件,约占民企集中案件的61%;涉及外企参与的集中案件186件,约占42%。

从行业分布看,涉及制造业的集中数量最多,为155件,约占35%;其他交易数量较多的行业包括水电气热生产供应、批发零售、金融、交通运输、房地产、信息技术服务、采矿等。

从企业注册地看,参与集中的企业来自全球30余个国家和地区。境外企业间集中主要涉及日本、美国、英国、法国、加拿大、荷兰等国家。在中国境内,北京、广东、江苏、浙江、上海为参与集中企业注册地数量前五大省(市)。 (中新)