

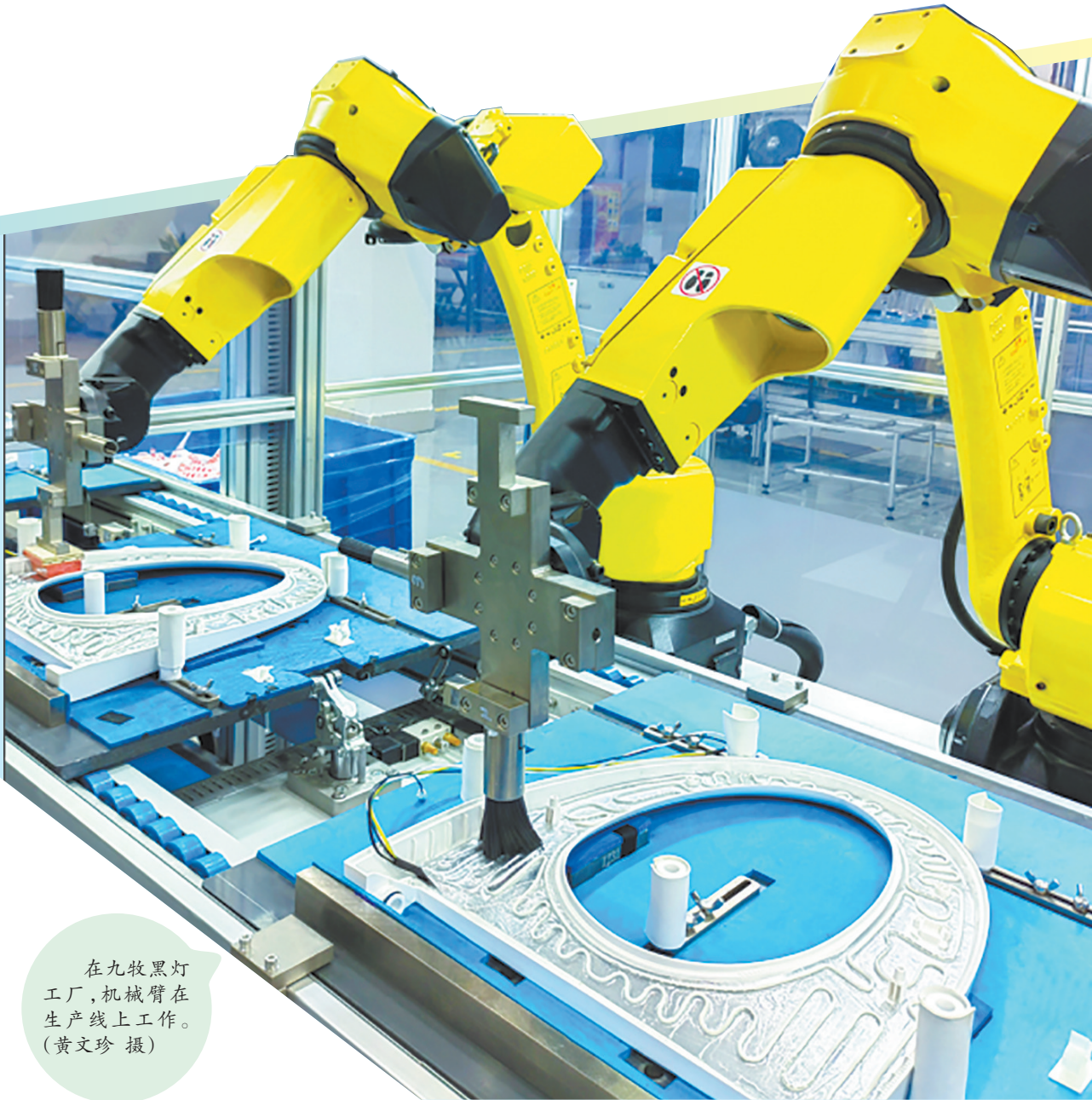
本期话题:城市、产业如何“破圈”生长?

## 找准支点 “破圈”关键在“出新”



民企会客厅

产业名片代表着一个国家、一个区域、一个城市的工业形象,是产业实力的重要标识,是经济影响力和感召力的具体象征。这些年,泉州文旅火爆出圈,成为泉州又一张“烫金名片”,文旅产业成为驱动消费的又一重要动力。日前,在泉州举办的中国产业名片创新发展大会和中国产业地理盛典活动上,多位嘉宾分别从城市、产业出发,探讨泉州“破圈”密码。本期民企会客厅与您共同分享。

本期主持:黄文珍  
嘉宾名片:发展集团  
殷杰 泉州文化旅游集团  
有限公司副经理有限公司全球品牌管  
理中心副总监  
张彬 九牧集团股份有限公司董事长  
王文礼 八马茶业在九牧黑灯  
工厂,机械臂在  
生产线上工作。  
(黄文珍 摄)

## 内卷本质是没把注意力放在客户身上

主持人:新常态下,消费有哪些新趋势?消费者又有哪些新需求?

殷杰:一个城市要“破圈”,离不开时代背景。在不同时代背景下,泉州“破圈”的路径存在差异。我们经常提到,在百年未有之大变局背景下,全世界正在发生显著的改变,包括科技突破和技术创新。这个时代的本质是什么?我们变化中的不变是什么?昨晚睡前大家放下的最后一个东西和今天早上拿起的第一个东西是手机,很多人会关注手机。在工作生活中,手机已成为时代主流。它的本质结构是什么?我认为可能代表了移动互联网的结构,移动互联网是一个围观的结构。我们如何在移动互联网上吸引消费者和游客的注意?简单总结,移动互联网时代第一个拼的是颜值,也就是注意力经济。互联网内容太多,我们需要思考如何吸引消费者的注意。只有引起消费者的注意,才能在后续消费和行动中产生影响。第二,在拥

有颜值之后,还需实现平台化。这个时代,颜值高的人和城市非常多。如果没有才华,也就是体验经济,也无法引起消费者的注意。第三,颜值、才华之外,拼的是内容,也就是能表达情怀。情怀需要讲故事,赵丽颖簪花之于泉州、丁真之于甘孜等,这些年相关IP、人带动了相应的文化产业。

张彬:回顾我国改革开放初期,外国人来中国旅游,并非看文字找卫生间,而是闻到味道就去了。如今情况完全不同,卫生间已经成为可体现中国人生活水平提高的典型产物。高盛集团在过去两年的预测中,将中国智能马桶作为中国经济发展韧性的关键因素。因此大家不应该简单地将卫生间和马桶视为传统产业。在南安,卫生陶瓷已成为一个响当当的中国名片、财富名片。在大环境不确定情况下,一个非常确定的情况就是有非常多的新市场、新客户、新技术诞生。我们行业正处于高速增长

阶段,也遇到了许多困难。为了应对挑战,今年大规模的“以旧换新”等新政策推出,这是国家对产业非常好的肯定和支持。现在许多行业在打“价格战”,我们的行业也不例外。我个人认为,内卷的本质是没有把注意力放在客户身上。过去一年,网络上10个关键词中有3个是数字化等科技方面的表述。

王文礼:泉州茶园面积占全国茶园面积的1.2%,但是茶叶产量占到全国的2%,更重要的是,泉州茶叶交易量占全国茶叶交易量10%以上,特色产业非常突出,这说明茶产业盈利能力特别高。安溪铁观音既是全球重要农业文化遗产,也是人类非物质文化遗产,品牌价值达1400多亿元。我们是站在巨人肩膀上,从泉州到全国、从铁观音到中国茶,我们一步步走出来。茶产业如何“破圈”?我认为可以从产品、品类、人群、科技、数字、文化等六个方面入手。

## 颜值、才华、内容、服务缺一不可

主持人:面对新趋势、新需求,城市、产业要如何“破圈”?

殷杰:对于泉州,一直有着“此地古称佛国,满街皆是圣人”的美誉。如今,又有“半城烟火半城仙,人来神往趣泉州”的美誉。如何诠释“半城烟火半城仙”呢?你需要用故事讲述出来。以泉州文旅集团为例,我们的微信公众号有30万粉丝,依靠的是把泉州的街巷、泉州的文旅、清源山的传说逐步讲给大家听。我们总结在移动互联网时代,颜值不高无法吸引消费者的注意,要用才华提升他们的兴趣。当消费者对城市有兴趣后,就会进行搜索。如果搜索时没有内容,你也无法成为他们的目的地。当消费者认为城市有内容,来了以后,城市需要提供相应服务。给予好的服务、

品牌的享受,消费者才会分享。因此,我认为移动互联网时代需要关注这几个问题。

张彬:我们认为自己是科技家电产业,我们在产品中融入许多数字化和智能化技术。关于医疗价值,卫生间是一个健康的私人诊所。我们能否将健康生活与每天结合在一起?目前我们生产的智能马桶能显示13个指标,明年上市的产品有几个指标可以商业化,例如血糖、血脂等常见病。卫生间是需要非常注重安全健康的场所。我们下一步将做康养医疗、健康监测等。我们还尝试在太空领域研发马桶,发展太空经济,这方面的做法都在推进中。

王文礼:目前,我们从传统茶向现代茶突破。在传统的原叶茶基础上,我

们适应市场发展新趋势,推出了茶饮料,以迎合年轻人的新需求。品类上,大家印象中安溪出铁观音,事实上,我们从铁观音做到了中国十大名茶品类。在人群“破圈”上,在原有消费对象基础上,向年轻群体突破。对于科技“破圈”,我认为一定要落在产品上,不能飘在空中。我们与华为合作,在茶叶上植入华为的功能系统,能够识别茶的品类,并显示泡茶时长。在数字构建上,通过线上线下全渠道运用,目前大概拥有4000万粉丝。对于文化“破圈”,茶叶是中国特色名片。我们连续三年进入联合国总部,宣传、弘扬茶文化。这些年,我们已经走过了31个国家和地区,81座城市,款待了192个国家和地区的贵宾。

## 未来重心在移动互联网和人工智能

主持人:在城市文旅、产业“破圈”方面有哪些总结和思考?接下来,又会朝着哪些方向迈进?

殷杰:纵观整个移动互联网时代的发展,我们通过梳理发现,“网红”城市大概有4个阶段。第一个阶段是颜值的阶段,靠优美风景才能在网络爆红。第二个阶段的关键词是文艺,例如厦门、大连,这些城市用才华吸引游客。第三个阶段是短视频的第一波流量阶段,靠的是内容,例如搜索西安,可以获得很多故事。在“网红”城市的第四个阶段,不仅需要内容、颜值,还要提供好的

体验、服务和品牌。泉州从颜值、才华、内容、服务和品牌的视角来看,我们为提高城市颜值做了大量工作,修缮古城,以提高古城颜值。不只是邀请明星为泉州赋能,而是许多明星以来泉州为荣。如今,已经从“请明星来”向“明星自己来开发朋友圈”转变,明星成为这座城市的自己人。同时,通过举办大量活动提高城市吸引力。从内容角度来看,我们实现持续的内容生成、引流和分流过程,产品也在不断迭代。未来我们将从保持人气、激发人气、聚集人气、体现烟火气以及聚集人气等5个方面持续

助力泉州从“网红”走向长红。

张彬:下一步,我们要发展机器人AI(人工智能)技术。第五次工业革命的前端是AI,比如ChatGPT等方向。我们正在建立一个机器人产业园,比如洗澡机器人、机械臂清洁等都在推进研发中。当然,科技进步也要做到环境友好,我们持续推进节能减排等方面工作。节能减排和智能化非常重要,我们在科技方面的努力获得了行业内的认可。我们正在打造国际品牌,希望未来各种酒店都能使用国货国潮品牌。

体验与创意融合  
已成新趋势

这些年,城市间的竞争愈加激烈。如何在城市间的激烈比拼中脱颖而出,抢占注意力经济高地,成为消费者心驰神往的目的地?

在这场思维碰撞中,记者发现不论是城市还是产业,其“破圈”的底层密码在于:聚焦新需求、迎合新趋势,借力科技突破和技术创新,在内容输出、产品供给等方面持续沉淀、不断推陈出新,才能牢牢抓住消费者的目光,推动城市、产业从“网红”走向长红。

如今,体验经济与创意经济深度融合已成为新需求、新趋势。这些年,泉州文旅由簪花围引爆,一路持续升温,文旅产业成为泉州又一块金字招牌。从爆红到长红,泉州迎合新需求、新趋势,在城市形象增颜、文化内容输出、旅游服务供给等方面持续发力、不断精进。

万千城市因不同的地理位置、各异的文化习俗,形成各自的鲜明气质和个性。这些年,泉州持续挖掘城市的独特印记,并凝练成一个鲜活的城市IP,经由一场场文旅活动的全面铺开,赋予了城市新的生命力,透过全媒体延伸、新场景构建,让人们在创意的碰撞中沉浸式体验,触摸这座城市传统与现代交汇的鲜活肌理。

眼下春节将至,泉州文旅、工业旅游的“大戏”已经鸣锣开演。这个春节又将迎来什么样的盛况呢?我们期待与您相聚在泉州相遇。(文珍)

人形机器人  
概念股大涨

本报讯 A股三大股指21日集体高开。盘初急挫导致三大股指集体转跌,但消费电子产业链午前爆发带动股指重返升势。午后窄幅震荡,成交额小幅放大。

截至昨日收盘,沪指跌0.05%,收报3242.62点;深证成指涨0.48%,收报10305.69点;创业板指涨0.36%,收报2112.39点。沪深两市成交额超1.2万亿元,较周一小幅放量223亿元。

从盘面上看,机器人产业链再度大涨,长盛轴承等多股迭创历史新高,消费电子板块持续活跃,地产、芯片股盘中走强。光伏、教育、多元金融板块表现低迷。

## 机构观点

东吴证券:市场从低位小幅反弹后,活跃度逐级提升,但对于特朗普上台后的政策变化预期和A股业绩预期仍在制约市场风险偏好,叠加市场增量资金暂时不足,场内开始风格切换,市场在窄幅区间内震荡。

平安证券:去年四季度经济增长有诸多结构性亮点,近日市场情绪有所缓和;不过,特朗普上任后释放的政策信号可能带来外部扰动增加,或将加剧市场波动。中期来看,国内扩内需政策持续发力下,居民需求复苏的基础持续巩固,业绩回暖将继续支撑市场中长期震荡向上的空间。此外,科技产业逻辑仍然稳固。(澎湃 晚综)

截至去年底  
境内公募基金  
资产净值逾32万亿元

本报讯 据中国证券投资基金业协会(下称“中基协”)20日披露的数据,截至2024年12月底,我国境内公募基金管理机构共163家,其中基金管理公司148家,取得公募资格的资产管理机构15家。以上机构管理的公募基金资产净值合计32.83万亿元,较同年11月底的31.99万亿元有所增长。

其中,截至去年12月底,封闭式基金资产净值约3.8万亿元,开放式基金资产净值约29.03万亿元。开放式基金中,股票基金资产净值约4.45万亿元,债券基金资产净值约6.84万亿元,货币基金资产净值约13.61万亿元。

当天中基协还披露了资产支持专项计划(下称ABS)备案运行情况简报。统计显示,2024年12月,ABS新增备案172只,新增备案规模合计1850.77亿元。新增备案规模前三的ABS基础资产分别为:应收账款、不动产持有型ABS、融资租赁债权,备案规模分别为514.48亿元、438.61亿元、269.02亿元。

统计还显示,截至2024年12月底,ABS存续2393只、20734.14亿元。其中,基础资产为应收账款、商业不动产抵押贷款(CMBS)、不动产持有型ABS、融资租赁债权、小额贷款债权的ABS存续规模合计16499.46亿元,占总存续规模的79.58%。(中新)

我国十种有色金属  
去年产量超7900万吨

据新华社电 记者21日从中国有色金属工业协会获悉,2024年我国规模以上有色金属工业企业工业增加值同比增长8.9%,十种有色金属产量7919万吨,比上年增长4.3%。其中,精炼铜、电解铝产量分别达1364万吨、4400万吨,同比增长4.1%、4.6%。

中国有色金属工业协会副会长陈学森在当日召开的2024年有色金属工业经济运行情况新闻发布会上说,2024年我国有色金属工业生产经营保持稳健增长,主要产品产量、投资均比上年增长,实现利润总额同比增长明显。

数据显示,2024年,我国有色金属工业完成固定资产投资比上年增长24.7%,对外贸易保持逐年增长,贸易结构继续优化,有色金属进出口贸易总额3687.9亿美元,同比增长11.4%,预计全年规模以上有色金属工业企业实现利润总额达到4200亿元左右,同比增长超过10%。

“新三样”依然是拉动有色金属消费需求增长的主要动力,电解铝产业成为有色金属行业经济效益增长的主要产业领域。”陈学森说,协会将继续推动有色金属各产业品种供给侧改革,引导企业加快转型升级,提高产业高端化、智能化、绿色化水平,引导产业链延伸升级,提升产品附加值与国际竞争力。

泉州晚报

广告热线

22503333 22500203 22500205