

卓越品质、独特产地、限量供应等特质,能够赋予产品稀缺性,也意味着企业要付出更高的生产创新成本

土特产精品化能否帮助企业开辟新赛道?

本报记者 刘小燕

在上周落幕的服贸会上,子月苗族文化传播有限责任公司收获颇丰。这家来自重庆酉阳土家族苗族自治县的企业,带来了近30箱极具特色的苗绣产品,“不但吸引了众多客人围观,在展会第3天,我们就与两家外贸企业、3家国内文旅公司达成了初步合作意向,为酉阳苗绣高端化发展奠定了很好的基础!”该公司负责人、酉阳苗绣传承人陈国桃兴奋地向记者介绍道。

连日来,记者在调研采访中发现,不少来源于特定区域、品质优异的农林产品加工企业热衷于进军高端化赛道,以打破大众对土特产的固有印象,并在市场竞争中赢得优势。

高端土特产频繁亮相

服贸会期间,“中国好礼”产业促进计划2024~2025年度推荐产品名单发布,陈国桃公司的芳翠满园苗绣、福在眼前苗绣、墨兰花开团扇等3款产品成功入选。而早在2019年5月,陈国桃带领酉阳800非遗工坊制作的“绣出一片桃花源”苗绣团扇,就曾入选“一带一路”“上合峰会”国礼。

“酉阳苗绣是重庆市级非遗项目,在传承发展过程中曾因为产品过于传统、单价太高难以推广。”陈国桃说,在重庆市文旅、商务等部门支持下,她得以带着苗绣去往欧洲、新加坡等地,也开阔了视野和眼界,于是有了“绣出一片桃花源”苗绣团扇。该系列作品不仅获评“重庆好礼”金奖、“重庆外事礼品”等荣誉,还曾在市级领导出访时作为国礼赠予32个国家使节。

在她看来,多次入选国礼是苗绣品牌高端化的动作,大大提升了酉阳苗绣的美誉度和知名度,为产品的时尚化、规模化、产业化指明了方向。

为家乡土特产打开高端化市场,也是新

阅读提示

一些来源于特定区域、品质优异的农林产品加工企业,如今热衷于进军高端化赛道,以打破大众对土特产的固有印象,并在市场竞争中赢得优势。业内人士指出,并不是所有土特产都适合精品化路径,企业需要综合考虑市场环境、自身实力和自然资源等因素。

疆喀什果果农业科技有限公司今年的大胆尝试。“在8月中旬举行的第十四届‘喀交会’上,疆果果的新疆大坚果Plus礼盒首次面世,内含和田大玉枣、阿克苏大核桃、莎车大巴旦木仁、吐鲁番大葡萄干4款果干,售价1499元,在展会现场的反馈特别好。”疆果果公司企宣部总监冶丽向记者回忆道。

据冶丽介绍,“新疆大坚果”的概念实际上筹备许久。“首先从源头上限定四大核心产区,在品控环节以‘万里挑一’为要求,从核心产区到企业检测,去除坏果再到精挑尺寸,筛选率要达到0.5%,同时专门请广东设计师手工制作第一批礼盒包装运往展会现场。”记者注意到,在“喀交会”举办期间,疆果果的淘宝旗舰店发出公告,表示即日起该旗舰店只销售大坚果系列产品,原有产品全部迁移至另外的专卖店,显现出高端化发展的战略决心。

“现阶段,我国消费者对土特产的需求已经由品质和数量并重,过渡到高度重视产品品质的阶段,土特产的高端化发展可以通过满足消费者的高品质需求获得较强的竞争优势。”中国农业国家农业市场研究中心研究员高颖认为,科技进步带来的产品品质提升,品牌建设带来的品牌知名度美誉度提高,以及消费者对农产品高端化、多样化需求的增长,成为推动和拉动农产品高端化发展的重要因素,而高端化策略则凸显了产品特点,增强了市场辨识度,可以显著促进土特产在激烈的市场竞争中获得差异化优势。

土特产期待打破市场瓶颈

帮助土特产打开细分赛道的高端化策

略,并非部分企业的盲目试水,而是有着充分的市场认知基础。对此,参与过“新疆大坚果”系列前期市场调研的冶丽深有体会。

“新疆干果的品质可以说闻名全国,但长期是有品类、无品牌的状况。调研中,消费者对新疆干果的印象反馈普遍是大堆散货的销售形式,精致化品质化的消费预期难以得到满足。对新疆果品产品实现标准化、工业化生产加工是市场需求,也是新疆果品产品的发展需求。”冶丽说,为了突出产品地域特色,体现卓越品质,公司最终锁定“新疆大坚果”的概念,定位清晰、易于记忆,有助于塑造高品质坚果的品牌形象,从众多品牌中脱颖而出。

专注品牌农业十余年,郑州古舍文化传播有限公司策略部总监时果,经历过多家土特产企业产品的推广创意开发。根据策划经验,时果发现,土特产企业的产品推广存在一些显著的瓶颈,例如产品知名度相对较低、缺乏差异化定位、渠道拓展困难、包装和品牌形象设计缺乏专业度等。

“部分消费者会把土特产和特定区域的自然环境、历史文化联系在一起,使其获得较大的市场关注度,也增强了这部分消费者对土特产的认可度,但年轻消费群体对土特产的认知相对较少。”高颖分析指出,部分土特产不讲究品牌名称、产品包装和标识,不注重产品创新,自身实力和自然资源等因素,制定切实可行的品牌战略和市场策略,合理管理和控制成本费用,持续开展产品创新和品牌创新,确保高端化的顺利实施和盈利目标的实现。

口岸经济带贸易“加速跑”

9月19日,在新疆喀什综合保税区跨境电商进出口商品展示交易中心,来自中亚、欧美、日韩、东南亚等地区的3000余种跨境零关税商品琳琅满目。在这里,消费者可以直观接触到进出口商品,线下体验、线上下单,快递到家,获得与“海淘”“代购”不一样的购物体验。

据了解,新疆自贸试验区喀什片区集铁路口岸、公路口岸和航空口岸于一体,是我国通往中亚、南亚、西亚和欧洲等国的“黄金通道”。今年1~8月,喀什综合保税区实现进出口总值392.62亿元,在全国160个综保区中排名第29位,位于全国4个综保区的首位。

本报记者 吴凡 摄



国产游戏厂商发力探寻3A游戏“真经”

回归产品本质,专注提升内容和玩法体验,而非简单追求短期收益

本报记者 李国

近日,一款备受瞩目的国产游戏——《黑神话:悟空》引发强烈关注。作为国内首个3A大作,这款游戏不管是在游戏圈内外,都成为现象级的存在,同时也在资本市场掀起巨浪,相关概念股连续涨停。截至发稿前,这款游戏总销售额达到65亿元,开发商“游戏科学”的估值已达18亿美元。据悉,目前这款游戏实体版已基本售罄。

所谓3A游戏,一般是指花费大量资金、资源、时间开发出来的高质量顶级游戏。《黑神话:悟空》的火爆出圈让广大中国玩家惊喜,它火爆出圈的原因更值得中国游戏行业玩味、深思。

“国内游戏产业虽然经历了很多波折,但已经算得上迈入‘高质量发展’的阶段了。”网易文创重庆数字经济产业园负责人鞠小东说,一部现象级游戏作品的问世,可能改变一个区域游戏产业格局。

据游戏科学CEO冯骥此前透露,《黑神

话:悟空》每小时游戏时长开发成本超过2000万元。团队预估整体游戏时长20个小时以上,开发成本至少需要3~4亿元。

“这部作品意味着国内的人才、制作经验、研发水平完全有能力做出不逊色于海外大作的作品,我们已经触摸到了3A游戏的门槛,未来假以时日,国内游戏团队能够产出更多更优秀的产品。”中国传媒大学5G智能媒体传播与产业研究院院长王筱卉说,《黑神话:悟空》的爆火,似搅动市场的“鲶鱼”,鼓励了更多游戏开发商回归游戏本质,专注于提升游戏内容和玩法体验,而非仅仅追求短期收益。

长达6年的研发周期,数亿元的研发投入,1:1还原的名胜古迹……这在已经逐渐工业化、流水线生产的中国游戏厂商并不多见。这背后其实反映的是,游戏研发制作人对玩家和市场的尊重,以及打磨游戏精品内在逻辑的呈现。

“真正用心投入的作品,游戏的品质会说话。有趣的是,不少出于理性消费观念,已经好几年没有换手机的玩家,却为了这款游戏,

毫不犹豫地口袋里掏出三五千元更换一张新显卡。”冯骥说。

国内游戏产业起步较晚,虽然诞生过《大圣归来》《轩辕剑》等优秀作品,却一直未有3A游戏,这也成为众多国内玩家心中的“痛”。“之前我国游戏发展的重点,都是在网游、手游等领域。”重庆帕斯亚科技副总裁邓永进说,这些游戏产品研发综合成本低、吸金速度快。

事实上,电子游戏在国内的社会评价较低。“游戏行业不纯粹是娱乐行业,也是高科技行业,加上中国消费者对交互式的文化产品需求不断提升,监管对游戏行业整体的发展也要有更开放、更包容性的态度。”业内专家如是说。

重庆游戏玩家刘柳告诉记者,他之前并没有怎么接触过需要高频对战高难度Boss的游戏,但《黑神话:悟空》让他产生了“想要试试”的冲动。“一方面是游戏实在太火了,让人很好奇游戏究竟做得怎么样;另一方面也是被游戏发售前的宣传吸引,想切身体会一下扮演悟空、降妖除魔的感

高端化需要明确的差异化定位

“近期,我们为河北一家农业公司进行了水果非标品类的高端化、品牌化打造。”时果介绍道,经过对比品鉴,该公司的水果口感确实更鲜美,但优质的种植环境对消费者而言是模糊的、抽象的,如何把抽象的“好”具象化则是高端化打造的核心。“最终,我们聚焦该公司的拳头产品小番茄,为品牌创意出‘鲜果头等舱’的定位,将品牌价值与‘头等舱’所具有的隐性价值联结,让高端稀缺不言而喻。”时果说。

同时,时果也向记者表示,并不是所有土特产都适合高端化路径,成功的高端化需要明确的差异化定位。“独特的产地、限量供应、卓越品质以及文化或历史价值等特质,能够赋予产品稀缺性和独特性,使其更符合高端市场的需求。”时果认为,高端化不仅是一次性的包装升级,而是企业整体战略的一部分,企业需要在产品研发、供应链管理、营销策略上持续投入,才能确保高端化的长期可持续发展。

“从目前的市场反馈来看,旅游及礼品市场是疆果果大坚果系列产品的主要销售渠道,高端化品牌定位顺应并强化了消费者的高品质预期,未来我们还需要持续在宣传上发力,加深产品研发力度,形成闭环销售、服务链路。”结合近期的销售数据,冶丽认为,从长远来看,高端化是值得土特产开拓的一条赛道,品质化、精细化战略适合新疆各地区的土特产做出探索。

高颖提醒,高端化路径意味着品种培育、技术创新、营销推广、供应链管理、渠道拓展等成本较一般产品都要更高。因此,土特产企业在高端化发展过程中,需要综合考虑市场环境、自身实力和自然资源等因素,制定切实可行的品牌战略和市场策略,合理管理和控制成本费用,持续开展产品创新和品牌创新,确保高端化的顺利实施和盈利目标的实现。

市场观潮

本报记者 杨召奎

近日,《市场监管总局 财政部关于对食品生产经营企业内部举报人举报实施奖励的公告》(以下简称《公告》)发布。《公告》指出,经查证属实,负责调查处理的市场监督管理部门作出最终处理决定后,对符合奖励条件的内部举报人应当予以奖励。

为了保障食品安全,有关部门做了大量工作,取得了积极成效,食品安全总体形势稳定向好。然而,食品生产经营主体责任众多,违法行为隐蔽性强,单靠监管部门有限的执法队伍,恐怕难以及时发现违法行为。因此,必须调动各方面力量广泛参与,鼓励知情人举报违法线索,以便及时发现、查处问题。

早在2018年,上海就探索建立鼓励外卖小哥作为“吹哨人”的制度,让平台骑手成为整治网络餐饮无证照经营的生力军。最近,沈阳等多地也启动“随手拍”活动,鼓励外卖骑手在日常配送中反映餐饮店卫生等风险隐患问题。

如今,两部部门出台《公告》,在更大范围内推行“吹哨人”制度,明确对符合奖励条件的内部举报人予以奖励,并提出加强对内部举报人个人信息的保护。既鼓励又保护,这无疑为心存正义、想举报违法行为的“内部人”吃下了定心丸。这一制度可以将监督的触角延伸至企业内部,不仅能够大幅降低监管成本,还可以提高监管的效率和精准度,构筑起更加严密的食品安全防线。

事实上,不只在食品生产经营领域,在安全生产、资本市场等领域,也鼓励“吹哨人”制度。今年8月,应急管理部相关负责人在解读国务院安委会《关于推动建立完善生产经营单位事故隐患内部报告奖励机制的意见》时表示,2025年底前,生产经营单位将全面建立事故隐患内部报告奖励机制。在资本市场领域,今年6月,中国证监会相关负责人表示,证监会正在会同相关部门进一步构建综合防治体系,强化穿透式监管,鼓励“吹哨人”举报,压实投行审计等中介机构的“看门人”责任。

好制度要发挥作用,关键在落实。因此,有关部门既要内部举报人属实的举报及时兑现奖励,并保护好他们的隐私,又要防止个别举报人弄虚作假危害企业利益。为此,《公告》也提出,内部举报人对举报内容的真实性负责,不得提供虚假、伪造证据,谎报案情、干扰办案。对伪造材料、隐瞒事实等恶意举报或者弄虚作假骗取奖励资金的,将严肃处理。

内部举报人制度的实施,彰显了政府部门对规范企业生产经营行为的高度重视、对问题零容忍的决心,这是对不良企业的有力震慑。企业应敬畏法律红线、守牢诚信底线,切莫为了一时利益而做出违法违规之举,牺牲了未来的发展和长远的利益。

首个社会资本投建营国家中心渔港启用

本报讯(记者刘静)9月16日,由中国铁建投资集团牵头,中铁十六局、中国铁建港航局参建的全国首个社会资本投资、建设、运营的盐城黄沙港国家中心渔港码头正式启用,标志着我国渔业码头现代化进程迈出了坚实的一步。

盐城黄沙港国家中心渔港位于江苏省沿海中心点,是盐城唯一的国家中心渔港、江苏省第二大渔港。此次港池码头启用,将新增码头岸线2022米,宽30米作业带,港池航道水深4.5米~6米,可满足3000吨大型远洋渔船停泊作业;新增16座可同时停泊四艘渔船作业的现代化码头,成为国内首个同时实现加油加冰的码头,每座突堤码头平台长80米,宽20米,设有白色景观卸鱼棚,未来可实现渔船智能调度停靠、渔获智慧分类与数字计量、渔获质量溯源、渔港多元数字融合等功能;新增避风水域60万平方米,使整个渔港可用避风水域面积达到160万平方米,可满足500艘以上渔船日常停泊作业,以及3000艘以上渔船避风。

大藤峡船闸过闸核载量突破3亿吨

本报讯(记者蒋嵩)据来自大藤峡水利枢纽工程船闸运行一线的消息,自2020年3月试通航运行以来,大藤峡船闸过闸船舶累计12.3万艘次,过闸核载量突破3亿吨,带动近200亿元产业。

大藤峡船闸是滇黔桂内陆水运出海通道的咽喉要道,也是广西向东南融入粤港澳大湾区国家重大战略的有力支撑。大藤峡工程下闸蓄水后,高峡出平湖,通航等级由原来的300吨级提升到我国内河航运最高标准3000吨级,助力大藤峡船闸成为珠江黄金水道重要中核。大藤峡船闸运行以来,大藤峡公司坚持“标准化、专业化、精细化”管理,不断优化船闸运行方案,日均运行闸次由最初的4~6闸次提高到目前的16~18闸次,过闸效率达到国内同级别船闸领先水平。据统计,大藤峡船闸通航4年多来,已连续安全高效运行超1600天,实现零事故、零碍航。

中交一航局五公司发布三大项成果

本报讯(特约记者朱润涓 通讯员钟艺文 谢亚璐)近日,中交一航局第五工程有限公司举行成果发布会,庆祝成立50周年。会上,该企业发布了《企业发展史(第四部)》《航五力量》《技术成果集》三大项成果。其中,前两项通过生动的案例故事,回顾重塑了企业50年艰苦奋斗的精神力量;《技术成果集》收录了企业先后获得国家、省部级奖项的重点技术成果23项,包括超大型翻车机房工程施工新技术、大型跨海桥梁工程装配化施工成套关键技术与应用等行业内核心技术。发布会上还表彰了公司“十佳品管员工”“十佳优秀员工”。

据了解,50年来,中交一航局第五工程有限公司累计建成万吨级以上大型码头泊位270多个,船坞、船台10座,公路桥梁、铁路工程600余公里及各类水利水电、工民建、安装工程,施工区域涉及国内22个省、市、自治区、亚洲、非洲11个国家和地区。