第二三九期

2025年10月23日 星期四 责编:粟利 版式:王福蓉 监审校对:李宗艳 3版

推动首发经济发展新型消费

9月25日,市政协召开网络协商会议,邀请部分政协委员、企业家代表齐聚"云端",围绕"推动'首发经济'发展新型消费"主题议政建言、凝聚共识。会上,李应华委员介绍了墨江"节庆引流+农文旅融合"是实践经验;李其恒委员建议借鉴上海"首发经济"成熟经验,通过联名首发、季节限定、首店首展等方式,构建"首发品牌+普洱特色"双轨发展模式;刘钊委员倡导以"旅游护照"、民族音乐会、体育赛事等多维融合方式,打造普洱独特的文旅消费场景;易凯枫委员建议以融媒赋能助力"普洱非遗美食首发";刘珉源委员建议打造"普洱·首发茶周",设跨部门首发经济专班与"一窗受理";企业家代表阿朵故烈提出"非遗+茶咖"联名开发路径,推动彝族刺绣、傣族金水漏印非遗技艺融入文创首发。现将发言摘登如下:

以节庆增流量 用"村烤"引嘉宾 墨江推动文旅首发经济新实践

●市政协常委、墨江县政协主席 李应华

近年来,墨江哈尼族自治县 紧扣"烟火气"与"文化味",通过 特色IP的破圈传播和产业链的深 度延伸,成功探索出一条"流量变 留量、体验变消费"的文旅融合新 路径。

一是以节庆赋能破圈,将游 客"流量变留量"。墨江县紧紧 抓住"双胞"这一特色IP,用国际 眼光更新节庆理念,先后成功举 办19届国际双胞胎节。联动贵 州"村超",成功举办"云南双胞 秀"首秀活动。创新"村烤"新业 态,双龙烧烤城人流量激增,获 新华社点赞"烟火气与经济账同 频共振"。全国啦啦操锦标赛、 云南省青少年校园篮球四级联 赛、云南省"勤锻炼"校园武术比 赛、普洱墨江半程马拉松、2025 中国·云南体育文化艺术展等一 系列国家级、省级体育赛事相继 落地,引爆流量热点。

二是用"村烤"引爆卖点,节庆IP与常态活动"双出彩"。墨江双龙烧烤城距离县城12公里,总占地面积80亩,建筑面积达5200平方米,共有136家烧烤店面。紧连烧烤城的是一个露天集市,新鲜时蔬、水果、肉类、特色凉拌、小吃、汤锅等应有尽有。这里不仅是美食聚集地,更是文化体验场,游客可参与新鲜食材挑选、炭火烤制等环节,尽情品尝墨江特色风味美食。通过"云南双胞秀+云南村烤"的创意支点,以地域特色打造传播爆点。

三是探索农文旅融合新业态,推动文旅首发经济新实践。以"曼海经验"为突破口,盘活闲置农房资源,促使农民变旅游从业者、资源变经营产品。创新推出"研学游""两日休闲游""周末游""大江野钓游""红色游"等旅游产品,满足游客多元需求。打

造"一乡一品一节日"模式,通关 黄焖鸡美食节、孟弄火把节、新安 新米节、联珠丰收节、团田野生菌 节成为农文旅融合新途径,有效 拉动了乡村旅游发展。同时,爆 工县委、县政府高度重视新媒体和自媒体队伍建设,召开全县新 媒体自媒体大会,成立新媒体专 班,组建"全民推荐官"联盟,联动 "村超"团队策划制作短视频1.7 万条,"双胞节"话题全网曝光超 20亿次,跃居抖音同城榜第一名, 获央视报道6次,政务新媒体"文 旅墨江"粉丝量激增,"阿德局长" 等本地IP人物影响力逐步扩大。

墨江县在推动文旅新业态新实践中迈出了新步伐,但还存在不少短板和不足,我们将向普洱其他9县(区)学习,不断探索、不断完善,为县域经济高质量发展贡献墨江方案。

以首发经济推动普洱高质量发展

●市政协委员、市政府驻上海联络处副主任 李其恒

近年来,首发经济呈现加速 发展势头,不仅成为推动消费增 长的新路径,更成为促进技术创 新和产业创新的新动能。普洱市 作为国家绿色经济试验示范区, 拥有深厚的生态资源、特色产业 和民族文化基础,具备打造自自 经济的潜力。普洱市可结合自身 禀赋和特色,因地制宜选择适高质 量发展。

建议:一是打造"首发品牌+普洱特色"双轨模式。联名首发,吸引知名品牌将普洱作为新品的 发的试验田。普洱可引入国内知名服饰品牌与普洱本土民族服饰品牌联名,推出限量款民族特色服装、茶马古道主题旅行包更广南后发商品,将普洱品牌推向更云南后发,邀请公计等国际设计普洱农特产品、餐饮等的包装,通过茶马古道、景迈山等IP 包装,通过茶马古道、景迈山等IP 包装,通过茶马古道、景迈山等的自款包装设计作品。季节首发,将

具有普洱特色的产品采用"季度+编号"的形式,在春、夏、秋、冬四个季节分别推出一款特制茶咖饮品、特色民族服饰等产品,并进行限量编号,部分产品仅限普洱线下商店购买,推动消费增长,打造独属于普洱的知名特色品牌。

二是构建多业态首发经济 圈,助力市场消费。首店引流,培 育特色消费场景。立足茶咖、文 旅优势,打造一批具有民族特色 的首店业态,吸引流量带动消费 增长。例如在思茅区打造"民族 文创首发街区",吸引非遗制作、 民族服饰等品牌入驻开设民族文 创首店,同时对接小红书、哔哩哔 哩等平台,策划"短视频+直播"首 发营销活动。首展造势,构建产 业创新展示平台。结合普洱的资 源禀赋和产业特点,形成"会展+ 产业+旅游"的融合发展模式,提 升普洱知名度。将普洱景迈山古 茶林文化景观IP变现,挖掘古茶 树历史文化及传说故事,以摄影 图片、复刻建模和图文讲述等方 式,在上海博物馆落地"普洱千年 古茶树首展",并推出"茶灵"玩 偶、建模盲盒等产品。首秀提质, 打造民族音乐沉浸式品牌秀场。 结合民族艺术瑰宝等资源禀赋, 与相关品牌合作打造首个"听得 见的民族文化秀场"。

三是强化首发技术,推动科 技研发创新。培养首发技术人 员,加强科技人才储备。推动本 地院校与国内顶尖高校合作,在 普洱设立专注于人工智能、生物 技术、绿色能源等前沿领域的特 色学院,培养具备首发技术研发 能力的本土高端人才。联合云南 大学等高校合作建立普洱茶咖深 加工技术联合实验室、普洱特色 生物资源开发研究中心等,聚焦 茶叶、咖啡、生物医药等领域,开 发高附加值产品。建立全球首个 "AI+普洱茶、咖啡"全产业链智能 系统,利用生成式AI分析茶叶、 咖啡风味数据,自动优化生产工 艺,打造个性化茶咖产品,为消费 者提供"科技特制"体验感。

首发经济是推动文旅新消费的强大动力

●市政协委员、石头纪旅游管理(普洱)有限公司总裁 刘钊

在当前消费升级和产业转型的大背景下,如何通过创新发展模式激发文旅消费新动能,是我们面临的重要课题。当我们将首发经济的理念引入文旅产业,就能够打破传统消费场景的局限,创造出更具吸引力和可持续性的新消费模式。这种创新不仅体现在物质层面,更重要的是能够就足人民群众日益增长的精神文化需求,实现从基础消费到深度体验的跨越、从物质满足到精神享受的升华。

建议:一是打造独一无二的打卡载体。入境普洱后由官方为游客颁发"旅游护照",介绍普洱最值得体验的景区、非遗、美食和最值得了解的历史文化、民族文化,以及最值得带走的伴手礼和文创产品。这些消费项目或体验场景都由官方背书并为完成体验的游客加盖对应"签证"或"通关文牒",为打卡过程增加挑战性、趣味性和互动性。

二是推动文化艺术与旅游的 深度融合。依托普洱独特的自然 风光和民族文化资源,打造具有地域特色的实景演出、原创音乐

三是促进体育赛事与旅游的 有机结合。通过举办具有地方特 色的民族传统竞技、山地自行车、 雨林赛车、户外探险等体育赛事, 既能够吸引专业运动员参与,又 能够带动观光旅游消费。

四是发展康养旅居新业态。充分发挥普洱气候和生态优势,打造集健康管理、休闲度假、文化体验于一体的康养旅游产品。开发以茶疗、温泉、森林浴为特色的养生项目,为游客提供独特的、健康的、美味的、暖心的,只属于普洱的旅居体验。

五是推动会务会展旅游创新 发展。依托普洱的特色产业优势,举办各类专业会展、论坛、爆 款产品发布会等活动,配套设计 特色旅游线路,实现商务活动与 休闲旅游的有机结合。

六是深化研学旅游内涵。利 用普洱丰富的生物多样性和民族 文化资源,开发具有科普教育意 义的研学旅游产品,让游客在旅行中收获知识、提升素养。

在推进首发经济创新实践过 程中,还需要把握以下几个重点: 一是坚持特色化发展道路。要立 足普洱的茶咖文化、民族文化、生 态文化等独特资源,打造具有鲜 明地域特色的文旅产品体系。二 是创新营销推广方式。出台政 策,与具有专业背景的文化学者、 艺术评论家、探险家、动植物博 主、美食博主等合作,打造高质量 的宣传内容,提升文旅品牌的知 名度和美誉度。三是充分重视年 轻客群的需求。要深入研究客群 心态和消费习惯,结合普洱的本 土优势资源为其提供热点、爆点。 四是建立可持续发展机制。充分 认识到首发效应只是起点,关键 是要通过持续创新和优质服务, 将短期关注转化为长期吸引力。 要建立完善产品更新机制和服务 保障体系,不断优化游客体验,培 养新的消费习惯,培育稳定的消 费群体,实现文旅产业高质量可 持续发展。

融媒助力"非遗美食首发"解锁普洱新型消费密码

---关于通关黄焖鸡产业化路径的融媒赋能探索

●市政协委员、市融媒体中心影视节目部副主任 易凯枫

当前,我市非遗美食产业面临"品牌认知地域化、消费场景节庆化、产业链条碎片化"的现实挑战。以墨江哈尼族自治县通关黄焖鸡为例,其省级非遗工艺虽具有文化稀缺性,但市域外认知度不足,非节庆期间经营稳定性较弱。数据显示,节庆活动对餐饮消费拉动明显,节庆后消费动能却亟待延续。

建议:一是内容筑基,让非遗技艺"可感可触"。设计制作《寻味通关》等实景体验栏目或微纪录片,用特写镜头记录通关黄焖鸡柴火焖制的火候控制、秘酱发酵周期等细节,穿插马帮用土陶罐焖制黄焖鸡的历史场景,将通关黄焖鸡与马帮文化紧密联系起来,构建"味觉记忆即乡愁记忆"的情感锚点。

二是轻量化转化,让"流量变留量"。在节目画面中嵌入"风味体验券"扫码入口,方便消费者购

买的同时,推动媒体平台和商家 联动。推出"古道滋味礼盒"(黄 焖鸡零食装+茶马古道手绘文旅 笔记),将徒步记忆转化为特产 购动力。礼盒中的黄焖鸡采用真 空包装,方便携带和保存;手绘的 历史文化和通关镇的风土人情, 让消费者在品尝美食的同时,也 能感受到浓厚的文化氛围。在礼 盒上印刷二维码,消费者扫描可 观看《寻味通关》精彩片段,进一 步激发他们的购买欲望。

三是产品创新,以多元场景 拓展市场边界。针对办公、课间 等碎片化场景,开发藤椒味、五香 味独立小包装鸡丁,以及适配泡 面、米饭的迷你罐装黄焖鸡块,让 非遗美味融入日常饮食节奏。推 出家庭自制型预制包装,采用生 鸡肉块与秘制酱料分离设计,附 上烹饪指南,消费者在家只需简 单炒制,即可还原餐馆级口感。 四是建立非遗工坊认证机制。联合市场监管部门制定《通关 黄焖鸡食材指南》,对符合标准的餐馆和生产企业授予非遗工坊认证标牌,解决品控信任难题。同时,定期对这些认证企业进行检查和评估,确保其符合标准。

五是培育青年传播梯队。招募本土大学生志愿者,通过短视频创作、直播探店等Z世代话语体系,激活年轻群体的文化认同。在普洱学院、滇西应用技术大学等开展招募活动,邀请对非遗和新媒体传播感兴趣的大学生参与进来,让他们拍摄黄焖鸡的制作过程、当地的风土人情等内容,通过抖音、快手等短视频平台进行传播。

同时,建立"媒体、工坊、协会"数据共享机制,通过媒体平台收集消费者的需求,及时反馈给非遗工坊和行业协会,助力其根据市场需求调整生产经营策略,让一碗黄焖鸡,香飘富民路。

首发经济的新华实践:把"第一次"做成长久关系

---以香港新华集团·新华国茶为例

●市政协委员、香港新华集团西南区总经理、普洱新华国茶总经理 刘珉源

在注意力稀缺、供给同质化的 当下,首发不是一场热闹的启动 会,而是一套把"第一次体验"变成 "长期关系"的系统工程。新华国 茶的探索很清晰:用东方美学做内 容,用全产业链做底座,用数字工 具做留存,让新品、场景和叙事捆 绑出现,形成可复制的增长路径。

一是从"活动"到"路径",探 索三段式的首发方法。第一段, 在城市端以品牌体验店或商协会 为平台,筛选并激活高净值兴趣 人群;第二段,邀请目标客户群体 走进茶山,看云海、赴森林茶会、 徒步采茶、参与茶叶制作等,走进 现代化工厂参观精制流程,了解 标准化"大自然仓"与生物窖藏技 术,直观感受"时间与茶"的关系; 第三段,回到城市完成从名优茶 山头到新式潮饮的品鉴与权益转 化。用户在山野获得情绪记忆, 在工艺与仓储过程中获得理性信 任,在城市完成复购,这样的首发 是"一次体验、长期关系"的起点。

二是让美学与标准化同时在

线。把主题视觉、动线脚本、陈列与服务话术沉淀为物料包;把产地故事、工艺节点、仓储逻辑做成"可参观的背书";把风味与出杯参数标准化,确保在不同城市稳定呈现。

在实操过程中也有不少难点,与一线城市相比,普洱在市级IP打造、专班机制建设、一窗受理服务、指数发布等方面尚存短板;除了资金投入之外,审批绿色通道优化、合规指引完善、城市级传播体系搭建等方面还有一定提升空间。

建议:一是建IP、组专班。打造"普洱·首发茶周/景迈文化季",设立跨部门首发经济专班,探索并联审批、周例会协调模式,形成"一个市级启动、多个场景联动"的常态化机制。

二是设置绿色通道。对临时 搭建许可、食品销售许可、广告审查备案、知识产权保护等实行"一窗受理+并联审批+清单承诺制",为重点企业与重点活动设立"白名单",确保档期,把握机会。 三是打通国际化路径。设立"普洱友谊茶"路演计划,对接国内重点商圈、文旅节庆活动与境外城市文化季,形成"国内首发、国际路演、返场加推"的闭环,并提供展陈、通关、运输的便利化支持。

四是建立标准。发布《普洱首发活动组织与合规表达指引》 (含直播口径白名单、范本合同与流程清单),建立"首发活跃度指数"并按季发布,将其纳入绩效考核,表彰年度优秀案例,让经验可衡量、可传承。

五是分享经验。新华国茶愿意把"三段式体验"模式等进行开放共创,继续在景区、文博、商圈打造非标样本;推动"国际友谊茶"路演,把海外影响回流到普洱,联合政府、园区与场馆共建首发生态。

我们相信,首发经济的本质,是把"被看见"变成"被需要",再变成"被选择"。当城市与企业形成合力,"第一次"就会不断产生复利,成为产业高质量发展的长期动能。

非遗赋能首发经济 点亮普洱文化消费新坐标

●省级非遗项目大帮腔代表性传承人 阿朵故烈

首发经济的核心在于通过新产品、新服务、新场景、新体验的首次呈现,创造市场热点,激发消费欲望,引领消费潮流。其关键在于"新"与"特"——新颖的理念、独特的内容、差异化的体验。将非遗元素融入首发经济,不仅赋予首发活动深厚的的体验,仅赋予首发活动质化竞争,打造出真正不可复制的核心实力造出真正不可复制的核心以创新为翼,将文化资源优势转化为消费升级动能。

建议:一是打造"非遗+品牌" 联名首发矩阵,让"绝版文化"可 感知。以普洱景迈山古茶林文化 景观为IP,联合国际国内知名茶 咖品牌推出茶马古道限定款产品,融合普洱茶香与咖啡风味,配 套茶咖制作技艺体验包,实现"一杯茶咖读懂普洱"。邀请彝族刺绣、傣族金水漏印、佤族织锦等非遗代表性传承人携手国内设计师,将非遗纹样植入高端服饰、文旅伴手礼,打造民族时尚首发季活动。

"。 二是构建"非遗+业态"沉浸 式消费圈,让"香遇世界"可体验。在思茅区规划建设"非遗文创首发街区",引入非遗工坊等首店业态,形成"打卡即消费"的流量闭环。在北上广深杭等机市举办景迈山千年古茶林文化首展,通过复刻古茶树模型、全息投影等科技手段演绎茶马。太古树茶数字藏品等,实现"展览即营销"。发起征集全国乃至全世界原生态非遗音乐作品计划,打造"听得见的非遗秀场"。

三是推动"非遗+创新"转发化,让"文化遗产"可传承。发现非遗艺术家驻地首发计划,建设普洱非遗数字库,挖掘实族音乐、传统技艺等资源,对民观等传统文化即时交互";推走以为有高品质非遗原创音乐太从,将普洱独特的非遗艺术从,提高品质非遗向全国性专业剧场,提出为种种,以为自己的人。是一个人。是一个人。

掌握直播带货、IP运营等技能, 让古老技艺焕发新风采。

四是强化保障支撑,凝聚 "非遗首发"合力。参照上海首 发经济白名单制度,出台普洱专 项扶持政策,对非遗跨界首发项 目给予相应补贴,对非遗首店落 地给予相应租金减免等优惠;优 化活动审批流程,实施"首发活 动一次报备"制度,为企业提供 "一站式服务"。将"非遗首发" 纳入"绝版普洱·香遇世界"城市 品牌推广体系,在央视、抖音等 平台发起"普洱非遗首发季"话 题,开展"跟着非遗去旅行"直播 活动,打造"月月有新品、季季有 爆点"的城市创新形象。推动 "研发、展示、销售"全链条联动, 依托普洱市创业公共实训基地 建设非遗创新孵化基地,为中小 品牌提供样品研发、供应链对接 服务;依托"云上普洱""你好,普 洱"等平台、栏目,设立"非遗首 发专区",实现"线上种草、线下 体验、线上下单"无缝衔接。