

企事录

旅游民宿有了首个国家标准



东方IC 供图

事件:近日,国家旅游局发布了《旅游民宿基本要求与评价》,明确规定了民宿行业标准,规定了旅游民宿的定义、评价原则、基本要求、管理规范和等级划分条件。《旅游民宿基本要求与评价》将于2017年10月1日起实施。按照该要求,旅游民宿被定义为“利用当地闲置资源,民宿主人参与接待,为旅客提供体验当地自然、文化与生产生活方式的小型住宿设施”。《旅游民宿基本要求与评价》对民宿的安全、环境与设施、卫生与服务等方面作出了总体规定,并将旅游民宿分为金宿级和银宿级。

点评:长久以来,风格各异的民宿已成为越来越多旅游者的住宿选择,但也暴露出诸多令人担心的问题。可喜的是,民宿终于被纳入管理范围之内了。可以预见的是,未来,市场这只看不见的手自然会发挥作用,不合格的民宿或将被淘汰出局,但在适当的时机进行政策上的规范和引导,也是必不可少的。

此次《旅游民宿基本要求与评价》的发布就是一个良好开端。未来,在相关各方的充分沟通下,更详细的规范细则定会出台。到时,对于游客来说,选择民宿将不再是有些“冒险”的行为。

五粮液两月内清退155款产品

事件:近日,五粮液宣布,由成都吉源商贸有限责任公司全国总经销的“梦小二”品牌因绩效考核不达标被清退,2017年年初至今,五粮液系列酒品牌营销公司累计梳理、清退了44家经销商。其中,7月、8月两月,共清理了155款低销售额产品,且产品清理工作在9月份仍将继续。五粮液方面表示,清退的一些品牌和产品主要依靠粗放式批发实现产品分销,运营商渠道开发管理能力较弱。部分经销商在品牌宣传中存在违规行为,对五粮液品牌形象造成了一定的不良影响。

点评:随着经济快速发展和消费结构的不断升级,传统贴牌时代已难以为继,消费者对酒企的要求不仅局限于生产层面,对品牌价值、品牌形象和品牌传播也提出了更高的要求,越来越多的白酒企业开始转战大单品战略以提升品牌形象,拔高品牌价值。

在此背景下,要实现更大的发展,五粮液必须在品牌价值做大文章,对此前过度开发形成的低价销售产品进行清退也是必要的。值得关注的是,每一款包销产品的背后往往牵涉到整个经销商体系和厂商内部博弈的问题,清退阻力较大,五粮液能否承受清退品牌所造成的阵痛还有待观察。

恒大欲建15个大型乐园

事件:8月27日,恒大布局文化旅游的拳头产品“恒大童世界”正式亮相。据介绍,恒大童世界是全球唯一的“全室内、全天候、全季节”大型主题乐园,面向2岁~15岁的少年儿童。资料显示,恒大未来将在全国布局15个童世界项目,2年至5年后陆续竣工开业。据测算,每个恒大童世界辐射半径500公里,8000万人群,落成后预计每个项目年游客量超2000万人次,年消费总额超200亿元。

点评:在行业进入新的发展阶段后,各大房企除了继续深耕传统住宅业务外,也纷纷开始布局新的产业。例如万科,除了有序推进物业服务、商业地产、物流地产等业务外,还多方位探索冰雪度假、养老、教育等衍生业务。

恒大此举,颇有接棒万达挑战迪士尼的味道。事实上,恒大此番动作底气更多来自于政策支持,同时也来自于全面二孩时代的到来。2016年年底,国务院《“十三五”旅游业发展规划》提出,要把旅游业建设成国民经济战略性支柱产业和人民群众更加满意的现代服务业。另外,由于未来数年里新生儿数量将大幅增加,目标定位15岁以下少年儿童的恒大童世界,或将会是这些家庭亲子游很好的选择。相对于迪士尼、环球影城这些国际老牌游乐园,新生的恒大童世界,能否在同质化严重的市场中拥有新的竞争砝码,让越来越挑剔的消费者满意,将真正决定其未来能否获得成功。

(本报记者 罗筱晓)

长虹海思战略合作推动物联网产业发展

本报讯 8月22日,长虹与华为全资控股子公司深圳市海思半导体有限公司在绵阳签署战略合作协议,双方将在国内就物联网领域技术和产品应用层面展开合作。

根据协议内容,长虹与海思将围绕着窄带蜂窝物联网及无线通信产品、多媒体产品、数字电视及宽带接入终端产品等领域形成长期战略合作关系。签约仪式上,长虹公司首席技术官丹表示,海思在各类家电控制主芯片、物联网芯片技术及应用方面具备行业领先水平。长虹和海思形成战略合作,将共享物联网领域的资源、技术和人才,推动物联网产业发展。

根据权威机构预测,2020年,物联网将实现数百亿的连接量和万亿美元的产业规模。2016年,长虹在绵阳正式发布首个开放的物联网支撑平台(UP平台),迈开由运营产品到运营用户的转型大幕,基于平台上的大数据可以更精准地获知家电用户需求,率先完成“基于互联网面向物联网”跨时代转型的一次蜕变。

在长虹控股公司总经理李进看来,与海思就物联网领域技术和产品应用展开实质性战略合作,将推动长虹从传统家电制造商向物联网时代的“物+联”生态服务商转型,同时将有效增强企业创新发展活力。据悉,2016年长虹与华为技术有限公司就智慧城市领域签订了战略合作协议,双方在智慧城市顶层设计、行业解决方案和关键技术方面的合作已保持至今。今年1月初,长虹与海思在美国联合推出全球首款搭载A73芯片智能电视,同时解决了智能电视响应速度慢、色彩画质不清晰这两大痛点。(东升)

随着工业化进程的加速和市场形态的不断变迁,手工竹制品市场日渐萎缩,相关传统制作技艺该如何体面走向市场

再续竹缘

本报记者 罗筱晓 方大丰

68岁的李元跃眯着眼睛,仔细琢磨着手里那张印着二维码的纸张。

在他面前的大桌子上,数条黑、黄两色的篾条交织在一起。尽管还是半成品,但稍加留意就能看出,篾条交织出的图案与纸上的二维码很是相似。

“我的参赛作品就是用竹子编出一个二维码,并且能用手机扫描出长沙市雨花非遗馆的公众号。”李元跃告诉记者。

这是8月上旬湖南省“湘字号”传统技艺工匠竞赛湘竹技能竞赛决赛的现场。李元跃的周围,还有70多位跟他一样埋头“弄竹”的选手,分别进行着竹编、竹雕和竹艺作品的创作。

无论在湖南还是在全国,竹器行业都有悠久的历史。从过去普通家庭夏日必备的竹席,到文人墨客收藏的竹雕,竹器产品数量丰富,用途广泛。但是,近年来,随着工业化进程的加速和市场形态的不断变迁,手工竹器市场日渐萎缩,相关制作技艺更是面临后继无人的困境。

小众而边缘的竹产业,正在寻求突围,而许多与之类似的传统技艺产业,也在走着相似的道路,传统手工艺该如何体面走向市场。

厂里生产的凉席根本不愁销路

如果不是因为这次比赛,68岁的杨共可能不会再碰竹子。毕竟她已经40多年没有做过竹编产品了。

40多年前,杨共和妹妹杨六纯所在的长沙市青

山铺镇元华村,几乎家家都编竹席。“最多的时候,来村里做学徒的有2000多人。”

杨共13岁起跟家里人学竹编,很快便进了当地的凉席厂,“厂里生产的凉席根本不愁销路,都被当时的浏阳市进出口公司包了。”上世纪70年代初,她就拿上了“每月近50元的高工资”。

然而,就如同现在已无迹可寻的浏阳市进出口公司一样,杨共当年的经历也不可复制了。在比赛现场,记者注意到,参赛选手中40岁以下的年轻人屈指可数,更多的是像李元跃和杨共这样年满60岁甚至年龄更大的手艺人。

竹郁(郁),是将竹材构件加热弯曲,使之符合造型需要的一种工艺(选手危禄绵告诉记者,在益阳从事竹郁生产的手艺人中,54岁的自己“算是年龄较小的”。

比赛主办单位、湖南省总工会的相关负责人向记者透露,在报名阶段,当地好几个市州都反映,很难找到从事竹器行业的手艺人。最后,要么邀请像杨共这样“隐退多年”的老人,要么让略有雕刻基础的工艺美术出身的手艺人参赛。

危禄绵笑言,自己从来没有一个“稳定”的徒弟,“现在的年轻人不愿意学这个。”李元跃的儿子更是从自幼学习竹编的情况下,最终离开了这一行业,“他还曾经在全国比赛上拿过奖。”李元跃有些惋惜地说。

“变现”缓慢让年轻人避而远之

尽管相隔一个时代,杨共与李元跃的儿子放弃制竹手艺的原因却如出一辙:赚不了钱。

从上世纪80年代起,随着凉席制作工艺的进



视觉中国 供图

步,尤其是空调的出现,竹编凉席的需求量急剧下降。元华村的家庭竹编作坊纷纷关张,凉席厂也未能幸免。20多岁的杨共不得不外出打工。“到最后,整个村子一家做竹编的都没有了。”

而老家在湘州的李元跃,直到两年前被长沙市雨花非遗馆的董事长郭存勇请来,才算完全靠竹编养活自己。在这次比赛之前,他已经先后给好几个公司制作了这样的产品。每个二维码编制时间约为3天,售价在700元左右。

“这是个特例。”李元跃对记者坦言,自己的作品之所以卖得出去,是借助了非遗馆的平台。“否则,标价较高的竹编制品很少有人问津。”

李元跃的话同时道出了传统技艺不赚钱的原因,在机器生产的时代,手工制品耗时的时间、精力与最后呈现出的产品价格并不对等。

杨共举了个例子,要用竹子编出一个较大的人物像,从选择竹子,到抽篾、打篾,再到编制过程都有许多讲究,前前后后需要近1个月的时间。“1个月的时间精力花费,定价两三千元似乎并不为过,但在很多人看来,这个作品的成本不过就是几根竹子。”

与诸多传统技艺一样,制作竹制品也要经历漫长的学习过程。“要想制作出一个像样的竹郁产品,通常需要学个两年时间。”危禄绵说,如此缓慢的“变现”,更是让年轻人对这门手艺避而远之。他告诉记者,现在有不少学习工艺美术或美术设计的大学生,会到自己的手工作坊来完成毕业设计。“他们都对竹郁技艺赞叹不已,但没有人愿意留下来一心从事这个行业。”

“迄今接手的最大订单”

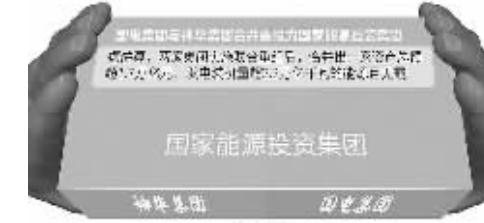
尽管困难重重,但“以竹为生”的人却仍然存在,并且生活得还不错。

众多选手中,参加竹雕比赛的李胜得显得有些打眼,今年36岁的他是赛场上难得的几个年轻面孔之一。



传统制竹手艺人正用篾条编织二维码。

本报记者 罗筱晓 摄



国家能源投资集团

国家能源投资集团</