潍坊鄌郚:中国吉他小镇里的"世界音符"

调整吉他下方拉弦板位置,再对着音响 精细调整拾音器高度,接着依次调整琴头、弦 枕……在山东省潍坊市昌乐县鄌郚镇,一间 电吉他生产车间里,农民李庆生动作娴熟,行

作为一名调音师,李庆生已经"入行"22 年,如今他一天能给近300把吉他调音。

李庆生所在的鄌郚镇聚集了乐器生产和 配套企业 100 多家, 是远近闻名的"吉他小 镇"。这里年产约 200 万把吉他、500 万套配 件,占全球电吉他产量的30%,远销130多个 国家和地区。

昌乐县乐器行业协会负责人回忆,1972 年,昌乐县开始建厂生产月琴、京胡等民间乐 器,后来在一次经贸展销会上遇见了一家韩 国乐器经销商。1993年,中韩合资的山东缪斯

防滑地板清洁剂、发酵乳酸除菌喷雾、宠

《2024 小红书家清行业趋势洞察》数据显

当前,在消费升级、技术革新与品牌创

据淘天集团与研究咨询服务机构智篆GI

"2024年,我国家清领域是日化行业各细

如今, 日化家清的消费者的需求差异显著,

"近几年,针对消费者的多重需求,立白

蓝月亮也推出了速干面料专用洗衣液、

在家居清洁剂赛道,针对特定家居环境或

特殊污渍的专业化清洁用品备受青睐。据魔镜

家庭清洁场景更加细分。各大品牌纷纷深挖使用

场景,根据消费者的不同需求推出多元化产品,

从衣物洗护到家居清洁再到个人护理,产品功能

成立子品牌'小白白',推出了针对内衣、小白

鞋、衣领、羽绒服、羊绒羊毛等清洁产品。"立

多样化趋势明显,呈现出"专品专用"的特点。

物专用消毒剂、洗碗机专用凝珠……随着国

内日化家清市场的快速发展,丰富多样、专业

精细的产品逐渐涌现。而消费者对于日化家

示,"家用清洁"这一关键词在小红书平台的

搜索量同比增长65%,新增笔记数同比增长

新、消费心理转变的"共振"下,我国日化家清

联合发布的《2024家清产业带趋势洞察》,中

国家清产业市场规模保持稳定增长态势,具

分领域中发展最好的板块之一, 行业内出现

了许多新的变化。"中国日用化工协会理事

清行业的关注度也逐渐"升温"。

117%,阅读量同比增长 70%。

市场展现出良好的发展势头。

备较强增长潜力,前景可期。

长、国务院特贴专家王万绪介绍。

清洁场景细分趋势明显

白科技集团副总裁许晓东介绍。

衣领净等产品。

乐器公司在鄌郚成立,主要生产电吉他。

从"土乐器"转型到"洋乐器", 鄌郚镇先 后派出数十人到韩国学习,这些人大多成了 技术骨干,一些人出来办厂,电吉他产业在这 个小镇遍地开花。

曾在缪斯公司跑运输的张建军就是其中 一员。2012年,他决定自主创业,组建了第一 条吉他生产线。四年后,昌乐昌韵达乐器有限 公司注册成立, 目前已成为鄌郚最大的电吉 他企业,年产吉他20多万把。

"我们的吉他不愁卖。老厂区产能不够,我 们 2021 年建设了第二个厂区,去年又建设了第 三个厂区,仍然是供不应求。"张建军说。几天 前,在美国洛杉矶的一个国际乐器展上,公司又 收获了来自美国、巴西等地客户的数万把吉他 订单,现在订单工期已经排到了今年6月。

在鄌郚镇,有5000余人从事乐器及相关 产业。他们大多是周边村庄的农民,在农闲时

来上班,年人均工资收入8万元左右。

调音师刘师国告诉记者, 吉他已然成为 当地人生活的一部分,"我们工友聚会时,喜 欢在田间地头唱老歌弹吉他。"

现在,这个"吉他小镇"也正将音乐的快 乐传递给世界更多地方。85%的鄌郚电吉他销 往国际市场,个性化定制满足更多国家音乐 爱好者的需求。

走进51岁的手工制琴匠人张清军家里, 一进门就是三台打磨机,再往里走几步,农家 小院里摆满了各式雕刻机械。几间小屋被有 序划分为雕刻室、打磨室、组装室等。其中一 间里,电子雕刻机正在有序工作,旁边摆放着 要用到的30多种刻刀。

"雕刻、打磨、喷漆、组装、调音,全是我自 己完成。订单实在太多,纯手工忙不过来,我 也在学习一些新技术,提高制琴效率。"张清 军说。

记者在张清军的工作室看到,一把天使 造型的吉他惟妙惟肖,十分精美。"这把吉他 从设计到制作大概一个月,售价近6000元。" 令张清军高兴的是,这几年国外客户对中国 风元素更感兴趣, 他设计的中国龙系列吉他 成为订单量最大的产品之一。

"音乐是人类共同的语言。我整天忙着赶 工几乎不出门, 但我希望我的吉他在全世界 更多地方被奏响,给更多国际友人带去我的 祝福和问候。"张清军说。

等措施,降低耗材使用,进一步实现低碳减排。

未来竞争落点:"谁更懂用户"

随着消费者需求日益多元,家清行业的 竞争将继续围绕"谁更懂用户"展开。

据淘天集团与研究咨询服务机构智第GI 联合发布的《2024家清产业带趋势洞察》,家 清产品的销售渠道开始突破传统线下货架, 线上渠道销售占比逐步提升,成为家清产业 消费者的主流购买渠道。

当前,线上线下双渠道并行的零售策略已 在业内形成一种常态化趋势。如何打造全方位、 多触点的销售网络, 触达全链路消费者或将成 为打造品牌"护城河"的关键。"随着技术发展, 线上渠道在家清产品销售中的占比将进一步提 高,品牌需加强数字化营销与渠道建设,利用大 数据实现精准营销。"王万绪说。

"立白会积极利用短视频、直播等渠道做 好广告传播与知识科普,活用社交平台挑战 赛、种草等玩法塑造品牌口碑。"许晓东说。

滴露品牌负责人认为,消费者的需求会 更加多元化,这一变化正驱动着香氛家清、除 味、抗菌、除螨等领域进一步细分。比如在去 味、抗菌方面,宠物家庭对于消毒产品的需求 就会与普通家庭有很大差异。"我们今年年初 也创新推出了宠物家庭专用的消毒产品,以 满足宠物家庭的独特需求。"

家清市场竞争维度的多元化势必对企业 的创新能力有着更高的要求。

当前,日化家清行业将继续向精细化、绿 色化、服务化发展。不断推出的产品凭借功能 细分、便捷高效等特点,正在逐步改变人们的 家庭清洁方式。

中国日化家清行业已然迈入精耕细作的 时代,面对日益激烈的竞争,各大企业只有敏 锐"捕捉"消费者的真实需求,持续探索新技 术、新产品、新模式,才能脱颖而出。

我国海洋经济总量 首次突破 10 万亿元

统计数据显示,2024年我国海洋经济强 劲发展,经济总量首次突破10万亿元。

自然资源部海洋战略规划与经济司 24 日发布《2024年中国海洋经济统计公报》显 示,初步核算,2024年全国海洋生产总值达 105438亿元,较上年增长5.9%,呈现强劲发 展势头。

数据显示,海洋制造业增加值占海洋生 产总值比重超三成。海洋船舶工业方面,以修 正总吨计的新承接海船订单量、海船完工量 和手持海船订单量国际市场份额首次全部超 过50%。

海洋服务业对海洋经济带动作用显著。 2024年,海洋服务业增加值占海洋生产总值 比重为59.6%。海洋旅游市场持续升温,邮轮 旅游热度高涨。

海上风电逐步进入规模化、集群化发展 新阶段,全年海上风电发电量同比增长近 30%。亚洲首个工业级海上风电制氢示范项 目在广东珠海实现稳定产氢,我国首台超 100千瓦气动式海浪发电装备"华清号"成功 下水,兆瓦级潮流能发电机组"奋进号"累计 并网发电量超 450 万千瓦时。

根据自然资源部、国家发展改革委、工业 和信息化部、财政部、中国科学院、国家能源 局六部门近日出台的《关于推动海洋能规模 化利用的指导意见》,力争到 2030年,海洋能 装机规模达到 40 万千瓦。

数据显示,2024年,全国新增审批用海 用岛项目 4123 个、面积 26.3 万公顷,项目涉 及投资额 10726 亿元,同比分别增长 70.0%、 6.9%和12.3%,有效保障了海上油气、风电等 重大项目用海用岛需求。



民营企业生产忙

近年来,四川省乐山市把激发民营经济活 力作为释放经济发展新动能的重要抓手,通 过搭建融资平台、推进科技创新、用活扶持政 策等方式,积极优化民营经济发展环境。目 前,该市已形成了机械汽配、农产品加工、数 字产业、新能源等多个产业集群。图为2月 23日,在四川省乐山市九峰精宇机械加工厂 生产车间,工人正在赶订单。

李华时 摄影报道

家庭清洁新趋势

提供的数据,2024全年,家居环境清洁这一品类 在淘宝、天猫、京东、抖音平台上的销售额同比 增长约 34.57%,销量同比提升 46.14%。

据艾媒咨询发布的《2024年中国家清产 品消费趋势洞察报告》,在家庭清洁产品的购 买偏好调查中,厨房清洁用品以73.1%的高比 例位居首位,卫浴清洁用品和客卧清洁用品 各占 56.3%和 43.7%。

基于用户在不同场景的除菌需求,除消 毒液外,滴露还拥有洗衣机清洁除菌液、地板 清洁除菌液等产品线。

朝云集团旗下品牌威王推出玻璃清洁、 油污清洁等产品。

根据细分化场景推出针对性产品,通过 技术创新解决消费者真实痛点, 用看得见的 效果建立消费者对产品的信任, 是品牌与用 户建立深厚连结的关键。"针对厨房重油污场 景,立白旗下专业洗碗机清洁剂品牌'立白植 物源'推出了洗碗机专用洗碗粉、洗碗机体洗 涤剂等。"许晓东补充道。

在社交平台上"安利"相关产品也成为一 种"潮流"。在小红书平台,不少网友发帖推荐 日化家清产品,信息十分详尽。还有网友留言 称:"这些产品打开了我的清洁思路。

安全、高效、绿色、环保成主流

在环保与健康意识日益增强的今天,日 化家清行业的绿色消费趋势愈发明显,绿色 配方、可回收包装类产品受到关注。

据艾媒咨询发布的数据显示,消费者在 选购家清产品时最关注因素是成分安全性 (57.4%)、气味(47.4%)和环保性(46.4%)。 52.8%的消费者希望家清产品能加强杀菌和 消毒能力,51.8%的受访者期望提升家清产品 清洁效果。"高效清洁+健康安全+环保便捷" 成为家清产品创新趋势。

"随着消费者绿色环保家清意识近年来 不断提升,企业在产品研发、生产、包装等环 节都加强投入,纷纷推出含有'植物提取'成 分的'绿色'产品。"王万绪说。

巨量引擎联合 TT 观潮 (Business TrendTalk)、超能发布的《2024年家清行业绿 色消费新趋势白皮书》中提到,中国日化家清 行业市场规模持续增长,其中安全健康、绿色 环保成为消费者最为关注的要素, 占比分别 高达 69%和 67%。

一些行业头部企业正通过深入研究天然 原料,加强生物基技术,使用低碳产品设计以 及减少塑料填充等举措,推动行业向绿色、健 康方向转型。

"洗护领域中,集团的科研团队在天然原 料开发与创新方面都取得一定突破。以超能 自天然洗衣液为例,其中天然成分占比 91.9%,水循环利用率达98%。"纳爱斯集团相 关负责人表示。

"2024年推出的产品均采用了低碳产品 设计和生物基技术。"联合利华北亚区研发中 心副总裁、北亚区家庭护理品类研发负责人 沈俊在第 44 届中国洗涤用品行业年会上表 示。自2020年发布"洁净未来"战略以来,联 合利华一直积极推动绿色低碳产品的研发与 推广,通过技术革新推动绿色转型。

此外,滴露品牌负责人表示,滴露持续探索 更绿色天然的配方,推出了"家居清洁除菌喷雾" 等产品,以减少对环境的影响。还通过采用减量 化包装、优化封箱方式、减少塑料填充、原厂直发

电影衍生品蕴含的大生意

新华网记者 万万 闫雨盺

最近,多个售卖哪吒官方授权周边产品的 线上平台被粉丝"挤爆",商品迅速售罄。

随着国产动画电影《哪吒之魔童闹海》(以 下简称《哪吒 2》)票房不断破纪录,其衍生品 的热度也一路上升。泡泡玛特的联名商品天生 羁绊系列手办盲盒,天猫官方旗舰店上线仅8 天销售额便破千万元。

潮玩源头企业也因此火了一把。一家位于 湖南省湘潭综保区的潮玩生产商,正针对一款 哪吒印章款手办紧急安排调度,全力赶制订 单。目前,该企业日产哪吒周边达40万个,预 计市场规模可达 4 亿元。

一"吒"难求,让人们看到电影衍生品中蕴 含的"大生意"。

电影周边五花八门

320502199203020526, 朱

_{明。} 遗失身份证,于 2025 [24 日不慎丢失身份

2月24下午遗失,身份证码 330726******* 23 特此声印

孝霖于 2025 年 1 月 **4** 日

50。 全遗失身份证.身份证

码 350802198208167057

3.25%。 日树江遗失身份证,身份证号

522226200701143237,特此声明。

"哪吒上映第一天我就冲进泡泡玛特买盲 盒,店员都还没来得及上架。"来自北京的国漫 爱好者小南告诉记者。这是他人生第一次"端 盒"(一次性购买一整套盲盒),共消费552元。

记者走访发现,电影上映以来,与之同步 上线的联名盲盒开始大面积断货,许多线下门

此声明。
● 外辉珺于 2025 年 2 月 23 ●李永权遗失身份证,身份证 日不慎遗失身份证件,证号: 号码 44122420030723601X,500103**********3526 现 声明作废,本人不承担被人冒用引发的法律责任。
●张力文遗失身份证,身份证,身份证 号码 30503200507052567,特此声明。

。 尧娟遗失身份证,于2025 ●许恺虹遗失身份证,身份证

· 甸佳琪遗矢身份业,身份业 · 码 220702199607164427,

此声明。 ●姜春苗遗失教师资格证,证 号 20173700072003945,声

码 630104200401242014,

码:610323198704130948,

码 452122200208155438.

码 371327199201143019,

| 占均巳售罄。北京一潮坑| | | 占销售人员对记者 说:"只能线上下单,预计发货时间已排到6月

湖南桑尼森迪玩具制造有限公司董事长 助理杨振麟告诉记者,公司去年10月就拿下 了《哪吒 2》版权,大年初一与电影同步上市, 预售150万套盲盒,实现营业收入2亿元,利 润预计可达到500万元。公司已紧急调度加开 模具,加紧生产。

记者发现,《哪吒 2》与多个品牌联动,包 括泡泡玛特、万代、Fun Crazy、灵动创想等。粉 丝们对二次元周边产品的热情高涨,这不仅是 对电影角色的支持,也将电影 IP 的影响力从 大银幕延伸到了日用快消、家居杂货等日常生 活领域。

"盲盒等衍生品融合电影元素,精准击中 粉丝情感需求,让他们通过商品获得情绪价值 和社交归属感。"艾媒咨询首席执行官张毅表

除年轻人热衷的盲盒、手办外,哪吒主题 的儿童书籍和早教产品也受到家长青睐。某电 商平台数据显示,哪吒系列图书春节期间销量 同比增长300%,早教玩具成为许多家庭的"新 年礼物"。此外,电影典藏卡、系列徽章等也成

●川 A2435W 网络预约出租汽

证号 106171201205003601)

腾跃遗失身份证,身份证 5 321284*******0218,

川顺泰源机械设备租赁有司持有的营业从照副本,社会信用代码:91512081

プロスロース。 可客猫串串香店持有

编号: JY25101851554351) ●杨洪江川 AAN8784 运输证

· 元丰幼儿园普安分园 ●遗失声明:四川省武胜县永

特此声明。 注销公告 金堂县三星众志社区服务中心,民办非企业单位登记证书

为抢购对象,县全连5年前《哪吒之魔童降世》 联名的乾坤圈手镯,也被网友喊话复刻。据不 完全统计,《哪吒2》上映首月,相关衍生品销 售额突破 10 亿元。

张毅表示,《哪吒 2》这类国产电影 IP 对传 统文化内核有着独特的诠释,电影里哪吒的形 象、神话元素被融入手办、衣服等商品,引发消 费者的购买热情。

国产 IP 衍生品开发冷热不均

影视 IP 带火周边产业并非新鲜事。近年 来随着国内影视、游戏等产业的发展,一些优 秀 IP 也开始重视衍生品的开发。

2023年,《流浪地球 2》采用众筹模式开发 衍生品,上线1分钟就达成10万元众筹目标; 去年大火出圈的国产 3A 游戏《黑神话:悟空》, 不久前与名创优品联合打造的主题店也掀起 抢购热潮。

不过 IP 也并非"万能药",一些作品尽管 票房不俗,周边产品却表现平淡。

"国内影视行业长期以票房收入为主,较 为单一。一旦票房不佳,影片就面临巨大经济 压力,缺乏主题乐园、衍生品等多元收入渠道 来分摊风险。"一位资深影视业者表示。

"并非所有电影都具备长线开发衍生品 的潜力。"清华大学新闻与传播学院长聘教 授司若认为,动画电影因其形象化、符号化 特征及品牌延展性,成为最具开发价值的类 型之一。

"优质电影 IP 需具备三重竞争力:首先是

过硬的内容品质,形成市场号召力与社会口碑; 其次是强大的品牌辐射力,能触达核心粉丝与 泛文化消费群体;最后是元素的可延展性,包括 标志性角色形象、经典场景、声音符号等可视化 资产。只有当这些要素形成共振,才能支撑起衍 生品的市场转化能力。"司若说。

"有些衍生品在设计上缺乏创意,制作水 平上也良莠不齐。现在我下单前总会先搜一搜 '避雷贴'防止被商家割韭菜。"国漫爱好者豆 子认为,市场上不少周边之间互相抄袭,品控 也不过关,这多少有些打击消费热情。

业内人士指出,当前与传统文化、国潮元 素相关的 IP 虽然备受追捧,但部分衍生品开 发却流于表面,只是简单地将文化元素"硬贴" 在产品上,有的甚至偏离其文化内核。由于缺 乏对文化内涵的深度挖掘和创新表达,这些产 品难以真正吸引消费者。

档期之后,如何延长 IP 生命线?

随着《哪吒 2》等重量级 IP 的火爆,观众展 现出为电影之外内容买单的强烈意愿。对于电 影制作方而言,衍生品更是品牌拓展的重要手 段,通过推出周边产品,可以丰富 IP 内涵,构 建可持续的电影生态。

不少受访人士认为,一个成功的电影 IP,其 生命周期常常长达数十年。在欧美,为人熟知的 莫过于迪士尼,2013年其旗下《冰雪奇缘》电影 上映后,艾莎公主裙在北美范围内卖出300万 条,创造超4亿美元的收入,成为迪士尼财报中 的亮眼一笔。《星球大战》系列自1977年诞生以

来,40余年间衍生品收入超过420亿美元,超过 其票房收入。在动漫产业高度发达的日本,动漫 IP的衍生品同样占据了重要地位,《海贼王》《龙 珠》等经典动漫衍生品不仅在国内畅销,还在全 球范围内拥有大量粉丝。

不少受访专家认为,中国影视 IP 周边产 品的表现呈现出逐步提升态势,不过整体而 言, 我国与海外影视 IP 市场相比仍有一定差 距。据媒体报道,目前国内影视衍生品收入占 比不到 10%,90%以上的收入仍来自票房和植 入式广告,而美国和日本电影票房收入与电影 衍生品产值相比约为 4:6 至 3:7。

影视 IP 的生命力不能只看短期票房数 字,也可通过手办、服装等衍生品,主题公园、 线下体验活动等多元化手段丰富收入来源,以 此构建可持续的商业生态,持续吸引粉丝关 注,让商业价值得到更长久的延续。

国产影视 IP 应如何拓展其生命力,提升 衍生品市场的竞争力?

北京大学文化产业研究院学术委员会主 任陈少峰曾撰文指出,从 IP 设计初期就要转 变思路,考虑如何"变现"。以动画电影 IP 设计 为例,要思考如何实现全年龄"通吃",吸引有 消费能力和意愿的群体,为后续衍生品、文旅

项目培育潜在消费者。 张毅认为,在影视 IP 产业发展过程中,整 合能力极为关键,要融合资本、创作、IP形象塑 造和衍生品开发等环节,促进产业协同。标准 化不容忽视,在IP开发和衍生品产销全程实 施标准化,可保障品质、维护 IP 价值,规范产

记者还发现,尽管国内衍生品市场的版权 意识有所提升,但侵权现象依然存在。张毅认 为,版权保护十分重要,它和法律、商业道德及 相关保护体系密切相关。创作者要有版权保护 意识,做好价值布局;市场层面需完善规范,靠 商家和消费者共同遵守,以此推动产业发展, 形成市场规模。

《哪吒 2》衍生品市场的火爆,为国产影视 IP 发展提供了成功范例。司若表示,其开发策 略呈现两大特征:一是授权品类逐步向生活场 景渗透, 二是产品线开始构建梯度化价格体 系。这种多维度开发模式为后续电影 IP 商业 化提供了可参照的模板。



山东淄川:进出口额首次突破百亿 2024年,山东省淄博市淄川

区实现外贸进出口额 101.8 亿 元,首次突破百亿元大关,同比增 长 26.1%, 增幅位居全市第一位。 图为2月10日,位于山东省淄博 市淄川区的山东镭泽智能科技有 限公司员工, 正在调试出口澳大 利亚的高精度金刚网专用激光切

闫盛霆 摄影报道