

经济时评

小玩偶也能「玩」成大产业

黄金玉

流量变为销量，创意长成产业，还需要一份产业链快速响应、协同创新的深厚底气

近些年，每逢“六一”国际儿童节，过节的不仅有儿童，还有越来越多的“老小孩”。奖励自己一个泡泡玛特系列盲盒，带上一个玩偶包挂，追着买新出的动漫电影衍生玩偶……“不想长大”的消费在玩偶货架前体现得尤为明显。

除了过节，日常在玩偶货架前流连忘返的，很多也是成年人。曾经被视为儿童专属的玩偶，如今已突破年龄与功能的边界，进化为覆盖全年龄段人群的情感载体和消费选择。

小玩偶为何走俏市场？一方面，国漫国潮的集体崛起，为玩偶提供了可持续生产的内容源泉，打造出一款款吸睛的流量文化IP。另一方面，流量变为销量，创意长成产业，还需要一份产业链快速响应、协同创新的深厚底气。从一个形象到一组产品，由一次热销到持续运营，爆款背后，考验的是产业链能不能转得快、供得稳。

产业链的“快”，来自制造方式的“活”。爆款玩偶的涌现对制造端提出了新要求：订单更小、批次更多、更新更快。传统模式里，先花几万元开模，再大批量生产摊薄成本的路子，已经无法适应市场的变化。随着智能化技术的发展、数字化车间的普及，几十件起订、生产不再是难题，哪怕定做，也可以通过3D打印技术实现。玩偶生产通过柔性制造实现“小单快反”，更快捕捉市场信号、更快完成设计转化，即使是偶发的热点也能变成市场的红利。

产业链的“稳”，来自产业集群的“密”。一只玩偶的生产涉及十几种原材料，涵盖模具、注塑、喷涂等多道工序，分散在多个专业工厂。在广东东莞石排镇，生产园区周边涵盖了“IP设计+智能制造+包装物流”全产业链，从图纸到成品按小时计算。在陕西安康，通过建设文创设计、原辅料批发、产品发布展示、电商运营、物流配送等中心，小玩偶正成长为大集群。

小小玩偶，连接起文化创意、智能制造、产业集群、电商物流，折射出中国制造从能生产向会创造、从接单单向育品牌的跃升。把创意优势、制造优势、链群优势更好结合起来，小玩偶也能“玩”成大产业。

有问有答

对随身登机行李收费，有依据吗

本报记者 邱超奕

近日有旅客反映带20寸行李箱登机，被部分航空公司要求支付费用，且不同航空公司执行标准不一。航空公司对随身登机行李收取费用是否有依据？旅客该如何知晓哪些航空服务包含在票价内，哪些要额外收费？就此，记者采访了有关航空公司和业内专家。

根据中国民航局、国家发展改革委2017年印发的《民用航空国内运输市场价格行为规则》，以及交通运输部2021年公布的《公共航空运输旅客服务管理规定》等，随身行李规格、免费行李额及超限行李收费标准由航空公司依法自主制定并对外公布。祥鹏航空有关负责人解释，航空公司可按不同票价，为购票旅客提供差异化服务。此次反映行李收费的旅客，购买的是该航空公司的普通经济舱机票，随身行李限1件、7公斤，尺寸不超过20×30×40厘米。如旅客选购公务舱机票，可携带2件行李、单件7公斤，尺寸放宽至20×40×55厘米；购买悦享经济舱或尊享经济舱机票，可携带1件7公斤行李，尺寸同样为20×40×55厘米。旅客也可选择升舱，享受对应舱位的手提行李额度。

经咨询，不同商家售卖的20寸行李箱尺寸并不完全统一，行李尺寸在民航业内通常按厘米数来计算，如果以20×40×55厘米标准来衡量，大小相当于20寸行李箱。

有些旅客疑惑，为什么一些航空公司会对随身携带的行李收费？中国民航大学航空经济与发展研究所所长李晓津分析，近年来，民航票价总体稳中有降，叠加近期航油价格上涨，航空公司运营面临成本压力。国内航空公司主要划分为全服务航空公司与差异化航空公司，前者提供的机票除了包含旅客运输服务，还包含机上餐食、免费行李额度等；后者提供的机票不再包含全部服务，主要是“卖座位”，餐食、行李额度等由旅客根据需要另行购买。对差异化航空公司而言，降低票价后，部分轻装出行的旅客可借此享受更低票价，对部分超限行李收取费用，则有助于缓解航空公司成本压力。

基于市场发展态势与旅客多元出行需求，我国部分航空公司将机票里的行李额度、机上餐食等服务项目拆分后供旅客选购。旅客可依据自身行李携带情况和出行需求，选购对应客票产品与增值服务。祥鹏航空有关负责人建议，若旅客行李较少，可选择基础价位客票；若随身或托运行李超出对应舱位免费标准，也可在航班起飞前通过官方渠道购买行李额度。

有旅客疑惑，为何自己直到登机时才得知要收取行李费？李晓津认为，相关企业对旅客行李服务告知等细节上需要改进。比如，一些旅客通过在线旅游平台购买机票，如果平台没有将航空公司有关超限行李收费的信息告知旅客，就会导致旅客到机场后才知道部分超限行李收费。

去哪儿旅行大数据研究院研究员陈晓双介绍，旅客在预订机票时，航空公司APP和购票平台应按要求清晰展示托运行李额度及手提行李的重量、尺寸等要求，提醒广大旅客在出行前仔细阅读行李规定。

本版责编：吴燕 林子夜 韩文格

河北邯郸工业品销售新模式带动产业走上新路子——

上链接！重卡开进直播间

本报记者 马晨

经济聚焦

在网络直播间下单零食、服饰、家居好物，早已成为人们的消费日常。但在河北邯郸，直播间里售卖的商品有点特别：十几吨重的重型卡车、各种规格的紧固件、精准耐用的破碎锤……这些平日里出现在工厂车间、工程项目、线下展会的工业品，也纷纷走上云端，通过直播间闯出产业转型新路子。

摆脱线下依赖，借助电商直播拓展市场

下午4点，邯郸市成安县，河北伯昂汽车销售服务有限公司的展厅里，直播设备已经架好。镜头开启，主播武然熟练地介绍定制化重型卡车的车架材质、载重参数、内饰配置，她时不时走到车身旁，拉动挂帘，展示产品情况。直播间里，各地的“卡友”、物流企业采购商不断提问，武然细致解答，实时互动。

“两年前我可不敢想，几十万元的重卡能在直播间卖出去。”伯昂汽车销售服务有限公司董事长张英哲看着不断攀升的观看人数说。

这家主营定制货车的企业，曾非常依赖传统销售模式。“过去全靠业务员线下跑客户，一年到头奔波不停，销售范围也就在邯郸，年销量几百台，企业发展受限。”张英哲坦言，差旅费、人工成本居高不下，客户资源难以扩大，拓展市场难上加难。

在邯郸，这样的困境并非伯昂汽车独有。永年紧固件、成安装备、武安铸造、曲周童车、肥乡挂车等特色产业集群，产业链条完备，产品质量过硬，但企业数量多、产品同质化竞争激烈，线下市场趋于饱和。

宜邦机械科技(邯郸市)有限公司做紧固件生产，靠老客户介绍、线下展会接单，产品销往周边省市。“业务员跑断腿，不如展会转一圈，可展会一年就那么几场，订单转化效率低，大量优质产品被困在本地。”公司总经理李凯豹说。

“线下为主、线上空白”成为制约当地特色工业产业集群发展的瓶颈。“不是工业品不适合线上，是思想没有转变过来。”邯郸市工业和信息化局二级调研员任高说。电商直播飞速发展，农产品、日用品等早已通过直播打开市场。邯郸很多企业家经营者却觉得“工业品价格高、专业性强，客户不可能仅凭直播就下单”，固守线下营销，错失了数字化发展的先机。

如何突围？2025年，邯郸市尝试将“一品

一播”模式与工业品销售深度融合，“一品一播”工作专班主动对接工业企业，建议企业尝试直播带货。在政策鼓励下，越来越多的企业带着自家的工业品踏入直播电商赛道。

今年初，邯郸市出台《大力推动工业品直播实施方案》，分阶段、分步骤推动工业企业拥抱直播电商，今年计划推动2000家以上工业企业“触网”，直播工业品类实现5000种以上。同时围绕主播培训、场景搭建、物流配套等方面，出台一系列帮扶政策。

车间变直播间，精准收获大量客户群体

“多年来，我的销售额一直是公司第三名，想有所突破。”武然摩拳擦掌，在公司第一个试水直播。

“虽然我对每一款产品的规格、适用场景都了如指掌，但由于完全不熟悉直播流程，开播初期，直播间观众寥寥、氛围冷清。”武然一度陷入迷茫。

转机来自成安县“一品一播”工作专班的帮扶。电商专业人士深入企业开展直播技能培训，从直播脚本策划、镜头表达、现场互动答疑、平台规则讲解，到账号运营、订单转化，指导员手把手掌握直播技能。武然渐渐摸索出工业品直播垂直化、专业化的思路，坚定了探索的信心。

“直播间有起色后，我每天固定直播两三个小时，持之以恒才能做出成绩。”武然说，她将直播手机支架搬到销售展厅、生产车间，全方位实景展示车辆，用通俗易懂的话语解读专业车型知识，给每一位“卡友”算清买车账。

安徽合肥的“卡友”刘军，在直播间长期观看对比后，最终下单心仪的卡车。“主播结合我常年运输‘托盘货’的实际情况，综合考虑车辆油耗、高速通行费等多项成本，为我匹配最合适的车型。细细算下来，每年光是运营开销就能节省20余万元。”刘军满心欢喜。

2025年，伯昂汽车全年销售额达3.5亿元，其中85%的订单来自线上直播间，且70%的客户来自外省份，销售范围拓展至30余个省份。

从线下展会到云端直播间，从业务员跑市场到线上精准获客，邯郸工业品直播走出了一条“专业+实景+源头”的特色路径。没有夸张的话术、频繁的促销，直播立足产品本身，把生产车间、检测车间、仓储库房变成云端展厅，让客户通过屏幕，高效了解产品生产全过程、质量检测细节。

“我们懂产品、懂行业、懂客户需求。”李凯豹说，客户问的都是专业问题，比如，螺栓的抗拉强度、螺母的适配规格、定制产品的生



产周期，这些只有懂产品的人才能精准解答。今年一季度，企业线上渠道营收突破1500万元，形成“直播获客、线下成交”的良性循环。

“我们组织了272场工业品直播培训，累计培训2.7万人次，成功转化主播近3000人。懂产品、懂行业的人才，成为工业品直播的主力军。”任高发介绍。真实的生产场景、专业的产品讲解、源头工厂的品质保障，让邯郸工业品直播快速出圈，精准收获了大量客户群体。

截至目前，邯郸已有1892家工业企业、5477种工业品上线直播销售。去年邯郸市11个省重点县域特色产业集群实现利润197亿元，同比增长43.9%，高于全省平均水平27.9个百分点。今年1—4月，邯郸全市产业集群营收实现了8.4%的增长。

直面终端客户，从粗放生产转向精准研发

在布瑞克帕特(河北)机械科技有限公司，主播正在进行全英文直播，向东南亚、中东等海外客户推介破碎锤产品，实现跨境直播带货。

“过去企业生产啥就卖啥，现在我们在直播间收集客户需求，针对性研发定制化产品。”布瑞克帕特(河北)机械科技有限公司企业管理部部长沮海伦说，海外客户通过直播远程看产品、提需求、谈合作。进行英文直播以来，企业海外订单量持续上涨，产品海外市场占有率不断提升。

直播间订单不断，车间生产线全速运转，仓库货物有序打包……直播带来的不仅是订单量的增长、销售半径的扩大，更是企业在产

品研发、质量管控、品牌打造、服务升级上的全面提质。

“直播让我们直接面对终端客户，客户的需求反馈能第一时间传达到生产端，倒逼我们不断优化产品、提升品质。”邯郸市润田泵业有限公司董事长郝建利说。

润田泵业借助直播，2025年实现电商销售额2200万元，占年度总营业收入的近50%。订单的快速增长推动企业加快转型升级，2025年，企业推出8个系列新款水泵产品，原本计划2027年投产的永磁AI智能水泵，提前实现小批量上市。

“这款智能水泵，节能效率高、使用寿命长，一上线就成为爆款。”郝建利说，直播不仅打开了销售渠道，更推动企业从粗放生产向精准研发转型，核心竞争力不断增强，水泵均价也从2000元提升至4000元，企业效益大幅提升。

对于邯郸特色产业集群而言，工业品直播是实现抱团发展、整体升级的重要机遇。“很多小企业产品质量好，但没有能力做直播，我们搭建平台，帮他们线上销售，实现两颗螺丝钉也能散卖，带动整个集群企业发展。”李凯豹说，他们将直播间打造成为集群共享的销售平台，整合周边中小企业产品，8000余款紧固件产品中，3000多款来自中小微企业。

下一步，邯郸将持续深化工业品直播推广工作，打造一批直播典型示范案例，进一步扩大工业品直播覆盖面，以新业态新模式推动工业经济提质升级，让更多优质工业品通过云端走向国内外市场。

上图：河北伯昂汽车销售服务有限公司重型卡车直播现场。本报记者 马晨摄

昼保通行、夜保施工

独库公路6月1日起恢复通车

本报乌鲁木齐6月1日电 (记者李亚楠) G217独库公路于6月1日起开放通行，为兼顾G3033独库高速、伊阿铁路等国家重点项目施工与公众安全出行需要，该路段实行“昼保通行、夜保施工”的通行保障措施。

G217乌苏至库车段每日8时—19时通行，7座及以下小型客车、核载质量5吨及以下货车等社会车辆均可通行，其中G217库车至那拉提入口根据每日实际交通流量、天气变化等情况，弹性调整封闭时间至21时。为确保通行安全，坚决杜绝施工车辆与社会车辆混行，那拉提至乌苏入口、乔尔玛至G217入口19时后社会车辆不得进入。限行车辆可从G3012线库车至和静段、G218线和静段，或G30线奎屯至清水河段、G3016线清水河至伊宁段绕行。

纵贯天山南北的独库公路是地标性的景观道路，荒漠戈壁、雪山峡谷、湿地草原、森林河流，游客可感受“一天游四季，十里不同天”的美景。

右图：新疆库车市，独库公路通车仪式举行，房车、摩托车、越野车等排成长队，开启自驾旅程。

尚嵘峰 吐尔松·托胡提摄影报道



徽商银行探索科技金融服务新模式

深耕科技金融 赋能企业发展

本报记者 田先进

权价值自评估体系，推出线上质押贷款产品“知e贷”，实现申请、评估、登记、审批全流程线上服务。自2025年5月以来，已为超210户科技企业提供超6亿元融资支持。

安徽金源中药股份有限公司在产业升级和智能设备改造升级的关键期，曾因抵押物不足而发展受限。企业犯难之际，徽商银行通过“知e贷”与企业精准对接，仅用3个工作日便完成500万元贷款发放。

“从申请至资金到账仅72小时，全程线上操作，这在过去难以想象，真正解决了我们的困境。”企业相关负责人表示，有了银行的帮助，企业顺利完成7条自动化生产线上线。

为激发内生动力，徽商银行在体制机制上推陈出新。“我们率先在总行成立科创金融一级部，在21家分行设立科创金融中心，在20个省级园区创建20家‘科创之家’特色支行，打造园区科技金融特色服务体系。”徽商

银行科创金融部总经理丁勇表示，“在风险容忍方面，给予科技信贷业务不良容忍度，制定尽职免责负面清单，对未触发负面清单的人员实行‘应免尽免’，解决‘不敢贷’的问题。”

2023年成为人民银行安徽省分行“共同成长计划”首批试点金融机构；落地安徽省首笔科技创新“积分贷”批量业务；发行全国首单“双保函”高端制造知识产权证券化产品……创新是徽商银行的基因，也是其持续做好科技金融大文章的驱动力。

截至2025年末，徽商银行科技贷款余额近2100亿元，服务科技企业超2.3万户。

“下一步，我行将继续践行金融工作政治性、人民性，做好金融‘五篇文章’，着力健全科技金融服务体系，加快推动科技创新与产业创新深度融合，为安徽打造‘三地一区’提供强有力的金融支撑。”徽商银行行长孔庆龙表示。