

凭石材产业冲进全国城市传播百强 “中国石都”广东云浮的“点石成金”术

■中国城市报记者 巩静

近日,2025全国城市传播热度指数发布,广东省云浮市首次跻身全国地级及以上城市百强。这座广东最年轻的地级市,经济发展虽然起步较晚,如今却凭着石材产业成功“出圈”。

云浮市曾因地理位置等因素,知名度不高。近年来,云浮市立足自身优势,围绕“中国石都”深耕城市品牌建设。凭借石头故事,云浮市实现了从“养在深闺人未识”到“声名远播天下知”的华丽蜕变。

年出口9.1亿元登国际舞台
欲借数字化转型提升产业韧性

“纸飞机”竟能以石头为材?在“中国石都”云浮,一件名为《纸飞机》(又名《童年》)的石艺作品,给出了肯定的答案。

作为云浮石艺的代表性作品,《纸飞机》由广东省非物质文化遗产(云浮石艺)代表性传承人梁建坤创作,以精湛的工艺实现了材质的“跨界伪装”。该作品远观是一架即将腾空的纸飞机,细看才发现是由黑色大理石精心雕琢而成。更令人惊叹的是,构成“机身”的“报纸”细节被还原得惟妙惟肖,其上每一个文字都经手工一笔一划雕刻,通过石材本色与刻痕的明暗对比形成“反白效果”,连报头字样都清晰可辨,褶皱处的肌理更是自然逼真,达到了“以石仿纸”的传神境界。2023年,《纸飞机》被国家版本馆广州分馆纳入永久收藏,成为首个进入国家级版本馆的云浮石艺作品。

云浮石材产业有着超400年的历史,最初,他们只是用简单的工具,手工雕琢一些生活

用品和小型工艺品。上世纪八九十年代,改革开放的春风吹遍大江南北,云浮的石材产业也迎来了快速发展的黄金期。经政府积极引导,大量石材企业如雨后春笋般涌现,从家庭作坊式生产逐步向规模化、产业化迈进。此后,石材加工设备不断更新换代,先进的切割、打磨、雕刻机械使生产效率大幅提高,产品种类日益丰富。

“巴西的幻彩绿、印度的黑金沙、意大利的卡拉拉白……全世界的石头都在这里碰头,堪称‘石头的联合国’。”云浮市百佳石材有限公司总经理李明洋指着堆场里五颜六色的石坯说。

走进百佳石材有限公司的生产车间,现代化的生产线有序运转,一块块普通的石头在工人和机器的共同作用下,被加工成精美的板材和工艺品。李明洋向中国城市报记者介绍:“在专注做好基础石材产品加工的基础上,我们始终将技术提升与产品研发放在重要位置。考虑到出口产品对品质、工艺的高要求,团队持续攻关改进生产技术,成功开发并加工出多款符合国际标准的出口型产品,远销东南亚、美国等国家和地区。”

在云浮,众多同类型石材企业并肩发力,共同推动云浮石材走向国际舞台,持续提升“中国石都”的国际影响力。如今,云浮已成为全国闻名的石材生产和交易中心,全市石材产业经营主体已超过7000家,从业人员超过20万人,产品涵盖建筑装饰石材、工艺石材、人造石等多个领域,畅销全国并出口到100多个国家和地区。2024年,云浮市出口石材制品9.1亿元,同比增长17.6%。

近年来,数字经济加速渗

透实体经济,各类网络平台为云浮石材产业注入强劲新活力。当地不少石材企业积极布局线上渠道,在阿里巴巴、抖音等平台开设店铺,通过直播带货、短视频展示等形式,直观呈现石材产品的纹理、质感与应用场景,精准触达消费群体,显著提升产品曝光率与转化率。

云浮市石材行业协会相关负责人表示,网络平台已成为驱动云浮石材产业增长的核心引擎。未来,协会将进一步引导和支持更多石材企业主动拥抱数字化转型,深化线上线下融合发展,持续增强云浮石材在全国乃至全球市场的核心竞争力,巩固“中国石都”的产业地位。

链式传播激活产业新生态
文旅融合凸显石文化特色

近年来,随着“中国石都”品牌影响力的持续扩大,云浮石材企业纷纷从“埋头生产”转向“品牌化运营”,形成了“企业品牌提升—产业活力增强—城市传播升温”的链式反应。

“没想到一块小小的石材,能让云浮在全国火起来。身为石材从业者,我挺自豪的。”李明洋笑着说,“随着‘中国石都’品牌的打造,云浮研发的创新产品被多家中央媒体关注报道,产品订单量明显增长,还吸引了多家外地企业前来考察合作,品牌建设带来了显著的传播效应。”

产业的链式传播效应还带动了云浮相关产业的发展。“以前云浮的传播主要集中在石材生产环节,现在延伸到了设计、文创、旅游等多个领域,传播内容更丰富,城市形象也更立体。”云浮市工业和信息化局相关负责人说道。

“我是专门来云浮购买石材的,因为之前在短视频平台还刷到过云浮的‘石文化’旅游视频,这次顺带游玩了几天,感觉很不错,还购买了不少石材文创产品,不虚此行。”来自湖南的游客周女士告诉中国城市报记者。

为了丰富旅游体验,云浮市每年会举办石文化节,围绕石艺展演、石材文创展销、石文化主题论坛等内容开展活动,吸引周边省市及珠三角地区游客参与。活动期间,游客常通过抖音、小红书等平台分享旅游见闻,相关话题多次登上区域热搜,不少网友留言表示“想亲自去云浮看石头艺术”,间接推动“中国石都”品牌走进更多人的视野。

“石材+旅游”的融合发展,不仅为云浮市旅游业注入新活力,更带动了周边餐饮、住宿、文创等关联产业发展,创造了更多就业机会。越来越多像周女士这样的游客,在深入了解云浮的石文化特色后,自发成为城市“宣传员”,让云浮的石文化故事传播得更远,进一步提升了城市的知名度与美誉度。

产业符号变身城市名片
城市声量持续向海外渗透

此前,云浮石材产业虽已形成规模,但“中国石都”的品牌影响力仅局限于行业内部,普通大众对这座城市的认知度依然较低。近年来,云浮市委、市政府着力打造“中国石都”城市品牌,一场从产业品牌到城市品牌的升级战役正式打响。

云浮市通过节会IP化、传播矩阵化、城市景观IP化等多项举措,全方位提升石材产业影响力与城市形象。

每年一届的云浮国际石材科技展览会,吸引了来自全球的石材行业精英和采购商,更是成为展示云浮石材产业实力和城市形象的重要窗口。在“石材+文创”领域,展览会通过打造文化长廊、举办工艺展陈等方式,展示云浮石材文化的深厚底蕴,讲述产业故事。

不仅如此,云浮市还升级节会规格,连续举办多届中国(广东云浮)—RCEP产业合作大会,吸引来自日本、韩国、马来西亚、泰国等多个RCEP成员国政府机构、商协会和企业参与。大会不仅成为云浮市展示产业优势、推介投资环境的重要窗口,更成为RCEP区域内产业对接、项目签约、政策解读的高端平台。

此外,云浮市构建了多元化传播矩阵,全方位展示城市形象。由云浮市委宣传部与广东省文物考古研究院等单位联合出品的纪录片《穿越磨刀山》,运用人工智能数字人技术还原远古文明,在B站播放量超700万,成为展现地方文化的重要载体。在中国(广东云浮)—RCEP产业合作大会等节会期间,云浮市还依托国内外视频平台开展电商直播,现场展示石材切割技术、雕刻工艺等产业核心优势。借助多元网络传播渠道的深度赋能,云浮的城市声量持续向海外渗透,实现国际知名度与影响力显著跃升,让“中国石都”的品牌魅力在全球范围内得到更广泛的认知与认可。

如今,324国道沿线形成的“石材长廊”已成为特色产业景观IP,沿途分布的石材工艺展示与环保创意装置,既体现工艺魅力又践行绿色发展理念。在云浮市城区,城市景观IP随处可见,九星岩与笔架山错落相映,宛如天工雕琢的立体盆景;蟠龙天湖被各色石景环绕,水光与石色交融,尽显自然之奇、山水之秀;南山森林公园内,形态各异的石艺作品散落其间,“石都”的气质扑面而来;城中心路口的“开拓者”雕像,以沉稳的姿态默默讲述着城市砥砺前行故事……

云浮城市品牌影响力的不断提升,直接带动了城市传播热度指数的上涨。中国城市品牌评价项目组数据显示,2024年至2025年,“云浮”“中国石都”相关关键词在百度、微博、抖音等平台的搜索量增长速度在广东省内名列前茅,城市的曝光度和美誉度显著提升。

江西婺源： 制伞老技艺变身新国潮

9月24日,马来西亚游客在江西省上饶市婺源县思口镇茅文女非遗体验馆,沉浸式体验制作工艺伞。江西省上饶市婺源县是江南工艺伞传统生产地,伞制作技艺是该县传统手工技艺,于2021年5月24日入选第五批国家级非物质文化遗产代表性项目名录。

人民图片

