

平台经济让“舟山好物”走向更远

海客谈 | 月湖

近日,“潮涌浙里·乐活岛城”2026舟山市消费促进月活动在海岛古城广场启幕,以全域联动、商文旅体农深度融合之势,激发消费市场活力。同一天,作为舟山“平台+产业+消费”融合共创大会的主体活动,“渔韵非遗·普陀领鲜”品质消费专场活动在普陀举行。同日举行的两场活动释放出强烈信号:舟山正以平台经济为支点,撬动产业升级与消费提质同频共振。

《政府工作报告》连续两年将扩大内需放在工作任务的第一条,特别是把“实施提振消费专项行动”摆在突出位置。扩大内需,消费是“主引擎”;提振消费,平台是“牛鼻子”。舟山拥有独特的海洋资源、深厚的非遗文化和丰富的旅游场景,通过平台经济赋能将有力促进“好物”“好景”转化为消费增量。

“平台+产业”:让土特产长出品牌翅膀

舟山从不缺好物:透骨新鲜的海鲜、独具风味的非遗文创、绿色生态的农副产品。但长期以来,“养在深闺人未识”是不少优质产品的尴尬处境。传统销售渠道窄,走不出岛城;品牌辨识度低,卖不出好价钱。平台经济的介入,恰恰补上了这块短板。

此次“渔韵非遗·普陀领鲜”活动,邀请头部电商平台、MCN机构、渠道采购商及本地企业代表150余人,现场推介佛茶、观音饼、大黄鱼及非遗文创产品,并聘请“普陀山小帅”为好物推荐官,采取走播形式,让产品通过镜头直抵消费者。这种“网红+

直播+电商”的模式,使舟山好物一夜之间触达百万粉丝,订单从全国各地涌来。

平台不仅是销售渠道,更是产业升级的“催化剂”。头部平台的选品标准、用户评价、数据反馈,能够倒逼企业优化品质、改进包装、提升供应链。平台直播打通了“从海到桌”的直通车,让消费者愿意为“现捕现发”“全程冷链”支付溢价,从而使“优质”与“优价”真正画上了等号。活动现场发布的《电商品质自律倡议》,由行业协会和龙头企业共同签署,强调“品质是根基,合规是底线”,这正是舟山企业从被动适应到主动引领的信号——只有共同维护行业公信力,才能让“舟山好物”走得更远。

今年一季度,全市社会消费品零售总额同比增长5.5%,增速居全省第3位。这背后,离不开平台经济对传统产业的赋能。下一步,应继续深化“平台+产业”对接,引导更多水产加工、非遗文创、农产品企业入驻电商平台,利用消费大数据引导生产研发,打造一批“网红爆款”,让“舟山制造”走向“舟山品牌”。

“平台+消费”:让品质生活“触手可及”

平台经济通过透明评价、在线比价、便捷支付、极速配送等机制,大幅降低了消费决策成本,提升了购物体验。我市此次消费促进月活动,构建了“1场主题嘉年华+6大特色消费场景+N场全域联动活动”体系,覆盖定海古城、路下市集、仙岛岱山、嵎泗列岛、小干潮湾、朱家尖六大区域,配套发放消费券、满减优惠、购车补贴等真金白银的福利。市民通过手机领券,线下核

销,即时享受优惠,这种“线上领、线下用”的模式,正是平台与消费深度融合的典型场景。

同时,平台激活了夜经济和假日消费。4月24日晚,潮购嘉年华主题市集同步开市,设置千岛风物集、潮车焕新展销集、好物换新服务集、舟山趣玩站四大板块,涵盖美食、文创、农产品、新能源汽车等多元业态。消费者在市集里扫码支付、打卡互动,商家通过平台进行客流分析和精准营销。据统计,一季度全市已举办各类促消费活动近100场,接下来还将有30余场活动。这些活动无一不依托平台进行宣传引流、券码核销、数据沉淀。

值得注意的是,平台消费的便利性不应以牺牲品质为代价。“平台+消费”,最终必须落脚到让消费者“买得放心、吃得安心、玩得开心”。此次活动中,相关部门特别强调“品质与合规”。邀请专家围绕产品质量管控、直播合规运营、跨境出海规范等议题研讨,就是要构建“放心消费”环境。舟山特产的溯源信息、非遗产品的认证证书在平台上一目了然,消费者的购买信心就会倍增。

“平台+融合”:让消费新场景活力四射

消费促进月不仅仅是“买买买”,更是商文旅体农的深度融合。六大消费场景通过平台串联成线,形成“一区域一主题、一场景一特色”的消费地图。消费者可以在平台上一键查询各场景活动,规划“微度假”行程,实现“吃喝玩乐购”一站式体验。今年端午、618等重要节点,舟山还将举办音乐节、沙滩艺术嘉年华、乡村戏剧嘉年华、咖啡师竞技赛、体育赛事、

杨梅文化节等系列活动,消费场景渐次展开。

舟山已成功举办马拉松、篮球联赛等体育赛事,赛事期间的住宿、餐饮、旅游消费通过平台集中释放。同样,此次消费促进月也是“以节兴市”的典范。政府搭台、平台唱戏,企业参与、民众受益,“以赛促消”“以展促消”这种多方共赢的模式值得长期坚持。

此外,“平台+融合”还应注重数字化创新。比如,利用VR/AR技术打造线上“云游古城”“云赏非遗”体验,让外地消费者即使不能亲临,也能通过直播下单;开发“舟山消费地图”小程序,整合商家优惠、停车指引、排队叫号等功能,提升消费便利度。平台不仅是交易工具,更是城市服务的“数字底座”。

当前,舟山已将发展平台经济纳入“七大攻坚”行动,出台了一系列扶持政策。下一步,应继续深化“平台+产业+消费”融合共创,在合规前提下鼓励模式创新,培育一批本土电商企业和直播基地,吸引头部平台设立区域运营中心。同时,完善物流配送体系,特别是海岛配送的“最后一公里”,让平台经济的红利惠及偏远小岛。

从一季度5.5%的消费增速,到4月24日的两场活动,再到全年130余场促消费活动排期,舟山正以平台经济为引擎,跑出消费提质加速度。当佛茶的清香、观音饼的酥甜、大黄鱼的鲜美通过屏幕传递给世界,当古城的灯火、列岛的晚风、赛场的呐喊成为消费者心中难忘的记忆,平台赋能带来的就不仅是数据的增长,更是城市品牌价值的跃升。期待“平台+产业+消费”的融合共创,为舟山高质量发展注入更强劲的动能。

不种寻常瓜

点滴录 | 小小

朱家尖头茬西瓜比往年提早20天左右上市,每公斤10元左右,价格俏得很(据《舟山晚报》4月29日报道)。种植户方加省笑着说:“想抢个鲜,卖个好价钱。”这一抢,就抢出了门道——不种寻常瓜,才能不愁卖。

曾几何时,本地瓜“皇帝女儿不愁嫁”。交通不便,外地瓜进不来,种什么都能卖掉。如今不同了,国内大循环打通,外地西瓜通过发达的物流网络随时可进入舟山市场。本地瓜农的竞争对手,从隔壁村变成了全国同行。市场竞争激烈了,消费者选择多了,“卖难”就成了常态。要想突围,就得扬长避短。

朱家尖的盐碱沙地、昼夜温差大,是老天爷赏的饭。但不能光靠“天生丽质”,还得会“卡位”。提前20天上市,抢到了一个“空档期”。物以稀为贵,价格自然好看。这种“时间差”的打法,就是“不种寻常瓜”的套路。

当然,朱家尖西瓜今年提前上市有暖冬的运气。如果碰上冷春怎么办?能不能用大棚增温、小拱棚育苗等科技手段,把栽培期再往前推?能不能通过品种改良,培育更早熟、更耐寒的新品种?办法总比困难多。朱家尖农户试种“301”新品种,就是一种探索。寻常瓜随大流,不寻常得靠科技。善于将“靠天吃饭”转变为“靠技夺市”,是市场竞争中的重要一招。

不种寻常瓜,要有差异化思维。全国名优瓜果多的是,硬拼不行。利用海岛土壤、气候的独特性,有所种有所不种,才能凸显比较优势。在此基础上,做优品牌,抢准节点,就不但能在家门口俏卖,还有望走出岛门进入全国大市场。

市场竞争是残酷的,但也是公平的。谁动脑筋,谁就占先机。愿更多瓜农学会不种寻常瓜,在田野里种出“时间差”的瓜果。如此,丰收的喜悦才能从枝头甜到心头。

防溺水教育要“进校园”更要“进心里”

海客谈 | 李海州

近日,我市红十字会启动“大手拉小手、防溺水不放手”青少年水上安全宣传活动,志愿者走进校园,通过互动问答、情景模拟等方式讲解防溺水知识,并演示气球、空塑料瓶、伸缩杆、抛绳包等物品的正确用法。我市每年开展此类活动,“进校园”已经实现了常态化和广覆盖,这样的坚持和成效值得肯定。

然而,我们也要清醒地看到:“进校园”不等于“进心里”。学生听过讲解、看过演示,是否真的记住了?一旦遇到真实险情,能否从“知道”迅速转化为“做到”?这些问题,仅靠每年一次的校园宣讲,恐怕还难以让人真正放心。防溺水

教育,不能止步于“进校园”的形式完成,更要追求“进心里”的实效落地。

防溺水教育“进校园”容易、“进心里”难,根源在于三重错位。一是形式与实效错位,从“听”到“做”存在天然鸿沟。不少活动以完成任务为目标,重宣讲、轻体验,重口号、轻实操,学生被动听讲、机械记忆,难以形成深刻认知。二是认知与行为错位,从“知”到“行”存在不一致。青少年好奇心强、自控力弱,明知野外水域危险,却可能因贪玩、逞强而心存侥幸,把课堂知识抛到脑后。三是责任与覆盖错位,家庭环节的参与明显不足。教育多集中在校园,家庭监护、社会警示未能同步跟上,假期、周末等校外时段容易成为安全盲区,教育效果难以持续。只走流程

不走心、只讲知识不触及内心,安全教育就会沦为“耳边风”,无法真正守护生命。

要让防溺水教育真正“进心里”,必须从“听过”走向“会做”,从“一年一次”走向“多节点重复”,从“学校单打独斗”走向“家校社联动”。首先,教育方式要场景化、体验化,摒弃单向说教,多用真实案例剖析、溺水情景模拟、自救技能实操,最好每场宣讲配套实操环节,确保每个学生都有机会亲手操作,让身体形成肌肉记忆,危急关头才可能做出正确反应。

其次,教育内容要常态化、生活化,建立“春季入校宣讲+班会队会复训+暑期前强化+家长会联动”的多节点机制。特别是暑假前一周,应当安排一次强化教

育,让学生在踏入高风险期前做好“安全提醒”。

最后,责任链条要家校社一体化,变“学校独奏”为“家校社合奏”,织密防护网络。学校压实教育责任,家长履行监护的第一责任,重点关注留守儿童、临近水域学生等群体;社区、水域管理部门完善警示标识、救生设施,加强重点时段巡查,形成校内有人教、家中有入管、校外有人防的闭环。

生命至上,安全第一。防溺水教育没有完成时,只有进行时。舟山每年坚持开展进校园活动,这份努力值得肯定。但教育的终极目标,不是让学生“听过”,而是让他们在危急时刻“会做”。让防溺水知识真正“住”进心里,才是对每条生命最大的敬畏。



本版署名文章不代表本报立场
每个人都应有话筒,欢迎争鸣

文明健康 有你有我 公益广告

全民阅读 书香社会