

# 一季度台州府城文化旅游区客流量超360万人次,是去年同期两倍 “糯叽叽”的临海古城,何以出圈

本报记者 金晨 通讯员 卢靖愉 朱胜男

## 浙报观察

“糯米油条、乌饭麻糍……宝藏古城简直是糯叽叽(形容食品口感软糯)的天堂。”近日,来自杭州的王妹洁带着被网友“种草”的旅游攻略,走进台州府城文化旅游区逛吃。百年老店九九海苔饼排队队长以“小时”为单位,18R咖啡馆因太过火爆导致大门被挤坏……吃饭排不上队的她竟被当地居民热情地邀请到家中,“假日不怕多双筷子。”人情味十足的古城刷新了她的旅行体验。

作为国家5A级景区的最新加入者,今年一季度,临海古城——台州府城文化旅游区爆红,客流量超360万人次,是去年同期的两倍。特别是今年春节,国家文旅部监测数据显示,台州府城文化旅游区共接待游客71.26万人次,在全国古城古镇类5A级景区中排名第二,仅次于丽江。人气狂飙,也带动了消费增长。“销冠王”白塔桥饭店一天营业额达到8万元,能不能尝到招牌菜得“随缘”;民宿“余丰里”客流量、入住率、营业额都同比增长3倍……

消费,作为畅通国内大循环的关键环节,对经济具有持久拉动力。今年,临海创新“三字诀”打法,“让”出C位空间、“暖”心营造“古城下生活”、“引”育新业态推动良性发展,让台州府城文化旅游区跳出景区发展景区,避免过度商业化带来的堵心、闹心。一季度,没有消费券“添把火”的优惠放送,游客却“以脚投票”,推动景区“出圈”。

一个“让”字,带来不期而遇的美好。兴善门,是游客进入景区的主大门,古城让出这个C位空间,给广东小伙朱志清追逐音乐梦想。抱着吉他、架起直播设备,28岁的他坐在兴善门的长椅上自发弹唱已有2年多,“不仅没被驱赶,甚至收到了景区发来的入驻邀请函,助力我的音乐梦。”如今,一夜,守着听



市民游客在台州府城文化旅游区游玩。(资料照片)

拍友 王华斌 摄

朱志清街头演唱的市民游客不计其数,他也成了景区的“流量密码”,吸引大家自发前来“打卡”。一个“暖”字,带游客感受古城墙根下的

生活。从最初的观光游“卖景点”,临海古城旅游业不断升级迭代,一季度景区门票全免,开始卖“生活”。秉承着“主客共享”的发展理念,本地居民的麻将摊、坐着竹椅喝茶聊天的场景都成了特别的风景。如今,主客之间的联系也从共享家园逐步走向共融。依托智慧旅游平台,选择本地居民当导游已不再新鲜;现在,每当发现家附近的景区厕所排起长队,居民顾雪芬总是邀请游客来家方便;有的居民和游客互留微信,成了朋友,还以“主人家”的身份告诉他们哪家小吃正宗、哪里的饭店好吃不贵。而本地居民,也收到了意外的温暖。最近,在路边摆摊的“泥人阿婆”罗素英发了个“寻人启事”,说有好心游客将五颜六色的黏土原料放在她家门口,“你们能帮我找找是谁吗,要谢谢你们!”

一个“引”字,推动景区良性发展、迸发竞争活力。热闹的紫阳街,“新生代”店铺也在这个春天迎来了集体“发芽”,拿捏着人气热词、新晋荣誉,一个个“糯叽叽”美食店、白水洋豆腐店等很快便崭露头角。仅紫阳街商圈,目前已有店铺1100多家,入驻品牌110个。“我们也在有针对性地推动‘老字号’回归,并引育新业态,梳理并限制部分业态进驻,防范过度同质化竞争。”临海市社发集团副总经理陈健也看到了创业投资者的担忧,“春节后,紫阳街房租迎来大涨”。他们正部署以国有房产租赁进行合理限价,引导居民房屋租赁价格,避免无序增长。

台州府城正在琢磨更宏伟的计划。“今年,我们将打造点状业态布局,让游客不再只集中在一条紫阳街,而是分散到景区3.14平方公里的各个角落,扩大府城‘生活圈’,还会开拓东湖夜游、状元楼沉浸式体验项目,开展老字号复兴计划。另外,有800多年历史的中津浮桥也将于今年底重新临海复建。”陈健说。

本报绍兴4月5日电(记者金汉青 通讯员 沈钰莹)5日,在越南胡志明市举行的绍兴名品纺织品及机械展(越南)上,新昌县锦兴机械有限公司的展位前人头攒动,多位越南当地买家对该公司生产的倍捻机系列产品表达了浓厚兴趣。

“展会第一天客流量就很多,上午接洽了10余位专业买家,一天下来收获了约180万美元的意向成交额。”该公司总经理王永卫告诉记者,本次去越南参展,主要是为了开拓东南亚的市场。据统计,展会首日,绍兴市企业意向成交金额已超3500万美元。

绍兴名品纺织品及机械展(越南)作为今年绍兴首场境外自办展,以独立展区形式与2023年越南西贡纺织及制衣工业展览会同期同地举办,还以“主人家”的身份告诉他们哪家小吃正宗、哪里的饭店好吃不贵。而本地居民,也收到了意外的温暖。最近,在路边摆摊的“泥人阿婆”罗素英发了个“寻人启事”,说有好心游客将五颜六色的黏土原料放在她家门口,“你们能帮我找找是谁吗,要谢谢你们!”

根据绍兴产业特色,本次展区划分为越城时尚展区、丝路柯桥展区、新昌智造展区三大区块,对应纺织面料、纺织机械等产品类型,形成纺织产业链抱团办展,打响“绍兴织造 品销天下”“绍兴智造 品销全球”品牌特色。

据了解,越南是全球最大纺织服装出口产地之一。数据显示,2022年1至11月,中国对越纺织品出口总额达144亿元,越南已超越美国成为我国最大的纺织品出口市场。而越南作为RCEP成员国之一,是东盟成员国当中国家的主要贸易伙伴,也是绍兴发展对外贸易的重要市场。绍兴市商务局相关负责人表示,越南是绍兴“地瓜经济”藤蔓外延的重要节点,尤其值得关注。

自2022年12月以来,绍兴市商务部门已累计组织53个团组、471家企业赴境外参展,达成意向成交额约1.6亿美元。绍兴市商务局有关负责人表示,接下来,将深入开展“十业百展千企”拓市场攻坚行动,力争全年推动150个团组赴境外参展抢单。同时,加大展会、出口信保等方面政策支持力度,加快政策兑现速度。

(上接第一版)

“领克在欧洲有11家线下体验店,其中德国4家。柏林店于2021年9月开业,目前是德国面积最大的一家。”工作人员被丽娜告诉记者,走遍欧洲都找不到像领克这样特别的体验店,突破传统汽车经销商单纯看车、试车模式,吸引了许多年轻人的目光。

独树一帜的风格,根植于中国品牌“出海”的创新探索。2016年10月,作为吉利集团与沃尔沃汽车协同合作的“结晶”——领克在柏林首发。吉利希望,这一带着全球气质、浙江基因的品牌,能撕开中国汽车“入欧”的口子。

“领克01是品牌开山之作,也是欧洲主力推广车型,由哥德堡的中欧汽车技术中心研发,保持中欧同一生产工厂、同一生产线,具有全球品质和安全标准。”采访中,领克欧洲区总裁魏思澜自豪地说。

改变中国汽车“出海”从低端产品到高端产品、从“低势能”市场向“高势能”市场的传统方向,“楔”入欧洲的这子成功打开局面:2022年,领克汽车全年海外出口量为35588辆,其中新能源车占97%。

构建新发展格局的时代浪潮中,像吉利一样,越来越多浙江企业意识到,只有在产业链条和消费市场寻找增长点、掌握主动权,才能融入、畅通国内国际双循环,成为对外开放的生力军。他们凭借技术创新和市场洞察,不断壮大着地瓜藤蔓,引领浙江外向型经济跨越。

技术端,三花控股集团有限公司通过并购设立三花斯图加特技术中心,为欧洲市场开拓承担更多客户的供货产品测试、技术交流等功能。市场端,正泰集团抢抓绿色低碳风口,在欧洲落地了一个又一个优质项目,成为当地可持续发展的地标。

德国文成商会副会长赵小锋将这种发展路径理解为“四千”精神新内涵:“今天,浙商在传承吃苦耐劳精神的同时,日益注重创新。”

虽是欧洲金融中心之一,但法兰克福的消费业态颇为单调。2019年,赵小锋团队引入中国模式,在法兰克福市中心的商贸综合体中,开出了德国第一家室内儿童游乐场,填补了市场空白,周末日均客流500余人。

“这几年,极端天气增多,通货膨胀又增加了当地人的育儿成本,对室内亲子空间需求很大。”看到这些的赵小锋,决定将这一模式复制到全德国,眼下第三家连锁门店装修完成,占地5000余平方米,是目前规模最大的门店。

格局与气势不及跨国企业,但如赵小锋这般,跳出“餐饮舒适区”,跨越到文娱新业态,融入甚至引领当地经济消费潮流,浙商个体的创新精神同样让人振奋。

他们的努力,让“藤蔓”蔓延至欧洲经济社会发展的每一个角落,与浙江企业、浙江品牌的创新一起,成为“地瓜经济”提能升级的最大资本。

## 互补中成长

中国开放的大门只会越开越大,浙江的机遇扑面而来。4月5日,法国总统马克龙抵达北京,开启对中国的国事访问。与他同行的,除了政府人员,还有一众企业高管。

就在前一周,西班牙首相桑切斯到访中国,传达互利共赢美好意愿。几个月前,德国总理朔尔茨已率欧洲各国之先访华,从西门子、宝马等巨头组成的“豪华”企业团,到签订140架客空大单,无不释放中德深化经贸合作的信号。

“各国政要密集访华,表明欧洲合作在国际事务上表达独立于美国的一种态度。”旅居法国35年的中国社科院特邀研究员刘学伟说,这是浙江的机会,也是浙企的机遇,中国企业与欧洲企业的合作越多,中欧之间的纽带就系得越紧。

不确定的阴霾一度笼罩。复杂的国际关系,带来更高的贸易壁垒;严峻的经济形势下,欧洲通货膨胀超预期,浙企跨国并购难度、运营成本持续上升。但市场的能量,穿越风浪,依然活力涌动。德国是浙江第三大贸易伙伴,且在高端制造、数字经济等领域与浙江互动密切——2022年,双方贸易额实现71.2亿美元,比上年增长2.9%;至2022年底,德国累计在浙投资1058家企业,合同外资49.2亿美元,浙江在德累计投资447

# 亚欧大陆上的“金色跨越”



本报记者(左一至左三)探访卧龙ATB韦尔茨海姆工厂。

家企业(机构),对外直接投资案约10.4亿美元。浙欧双向互动,热度不断升温。去年底,疫情防控措施优化调整以来,浙江省商务厅等省级部门相关负责人及企业代表组成的团队开启为期6天的德国、法国之行,开展“千团万企拓市场抢订单行动”。此后,短短三四个月间,浙江各地兵分多路赴欧寻找商机。

几乎与记者同步,来自杭州萧山区、滨江区和上城区的3个招商团也来到欧洲,并由区委书记带队。3月19日至26日,海盐县商务局带队,组织48家紧固件企业,到斯图加特参展,拜访意大利大客户,该行程累计达成意向订单1.2亿美元。接下来,绍兴、温岭等地,也将先后组团赴欧……

萧山招商团用8天时间,去了法国和瑞士,考察、座谈、签约。“国外很多企业希望继续深化对华投资,尤其是对中国庞大的市场很有信心。”萧山一位随团考察的干部说。在考察中,洛桑生命科学产业园与杭州临空经济示范区管理委员会签订协议,共建中欧(洛桑)离岸创新中心,这将让更多欧洲企业找到与中国市场“结合点”。

“未来的合作,互补是关键。”同样关注马克龙访华动向的《欧洲时报》社长张晓贝说,当前,欧洲正面临创新转化能力下降困境,中国在国际竞争合作中的身份正从“世界工厂”转型为“创新策源地”,浙江企业若能在前沿领域和产业,以及基础创新上取得突破,就有机会在新一轮的中欧合作中抢占先机。

抓住机遇,更好利用国内国际两个市场、两种资源,加快实现中欧之间的资源要素双向流动。这也是世界经济发展新形势下,浙江“地瓜经济”提能升级的要义所在——藤蔓生长之时,汲取阳光雨露,不断壮大根基。

新的故事,已经发生。吉利“牵手”沃尔沃汽车11年后的2021年,沃尔沃汽车集团接管台州工厂所有权。今天,这里已经成为全球汽车制造业的标杆,约八成产能为纯电车,在此生产的动力电池还出口欧洲、北美等全球市场。沃尔沃汽车台州工厂总经理米凯尔·维森表示:“沃尔沃汽车致力于在2030年成为纯电豪华车企。要实现这一目标,先进的制造能力将发挥关键作用,沃尔沃汽车台州工厂无疑就是其中的典范,是沃尔沃汽车深耕全球市场的重要拼图。”

3月27日,卧龙与德国Enapter公司的签署备忘录,将在中国共同开展氢电槽及相关业务。卧龙与世界500强德

国采埃孚股份公司的合作也结出硕果——他们合资成立卧龙采埃孚汽车电机有限公司,仅用3年就将中国市场份额做到前三。在海外,产品应用于奔驰新能源汽车;今年规划建设欧洲、

## 专家点评

# “地瓜经济”提能升级要紧扣产业链主线

浙江大学经济学院教授、博士生导师 叶建亮

欧洲是浙江海外华人华侨的主要聚集地。海外华人华侨通过资金回流、海外市场开拓、回乡办厂等方式,极大支援了浙江经济的发展,形成极富特色的“地瓜经济”。特别是近年来,一些企业通过跨国并购、组建合资公司等途径“走出去”,学习先进技术、深耕海外市场、挖掘发达国家资源,并将优质资源引回国内,促进了内外对流的优质循环格局构建,成为“地瓜经济”提能升级的有效路径。

面对当下复杂的国际政经形势,企业要打破新的壁垒和封锁,更好地“走出去”,关键还是要紧扣产业链主线。如果说本土企业“走出去”,根基在国内,枝叶在海外,那么产业链就是藤蔓。枝叶和根茎的营养交换需要通过藤蔓进行——藤蔓是否粗壮,直接决定了内外资源交互是否顺畅。过去,一些企业通过“掐尖式”和纯资源并购“走出去”。这些并购标的与企业

## 记者手记

# 浙欧“双向奔赴”的脚步不会停

本报记者 沈晶晶 王世琪 王建龙

3月底到4月初,我们一路从法国到德国,行经巴黎、法兰克福、斯图加特、柏林等4座城市,遇到形形色色的人——有上世纪八九十年代来到欧洲、逐步扎根的第一代浙商,有从浙江大学、中国政法大学等毕业后到欧洲深造,在各自领域干出一番名堂的业界精英,也有卧龙ATB工厂总经理、领克汽车欧洲区总裁、领克柏林体验中心负责人等浙商。最令我们印象深刻的是一群新浙商,他们大多出生、成长在欧洲,既融入了当地社会,又接受了中国文化的熏陶,也熟悉双

美洲工厂。

“浙江企业通过跨国并购、组建合资公司等途径‘走出去’,并将优质资源引回国内,促进了内外对流的优质循环格局构建,并更加有机地嵌入全球产业链当中,形成了新比较优势。”浙江大学经济学院教授叶建亮评价。

采访中,张志远讲了一个生动的比喻。在他看来,在百年未有的大变局中,不少欧洲先进企业就像“阳光下的冰淇淋”,看着美好但正在融化,“浙企要抓住时机,与这些欧洲企业以多种形式进行紧密合作,形成自己的核心竞争力,用真正不可替代的技术和能力,不断突破限制和封锁,成为当之无愧的行业龙头。”

从淘金欧洲到影响世界,用好“地瓜经济”这一密码,浙江将在亚欧大陆上实现更加耀眼的“金色跨越”。

## 我眼中的“地瓜经济”

作为不少浙江企业在德国的法律顾问,20多年来,我接触了许许多多浙商和浙江企业,见证了“地瓜经济”提能升级的过程。

早期,在欧洲的浙商基本从事餐饮、服装鞋帽贸易等初级产业。10多年前,一大批浙江企业开始走进欧洲,包括吉利、卧龙等通过并购、设立研发中心、建设制造基地等方式扎根欧洲。到如今,更有光伏、新能源汽车等企业来这里布局 and 开拓市场,这些新兴领域技术,欧洲很少有企业掌握。

眼下,尽管国际形势不确定因素增加,“走出去”的客观难度越来越大,但欧洲市场和商界合作意愿依然强烈。一方面,很多企业因为疫情、能源涨价等原因发展陷入瓶颈,亟待注入活力;另一方面,一些隐形冠军企业创始人缺少接班人,希望有人接手。这些都是浙江企业的机会,期待浙江企业能够危中寻机,进一步实现“地瓜经济”提能升级。

(德国豪埃森律师事务所全球合伙人律师 张志远)

并无产业链层面的合作关系,不仅难以对国内产业形成有效的提质增效作用,而且增加了标的所在国对资企业不必要的负面观感,从而给中欧深化合作设置了障碍。

中欧在机电产品、汽车、装备制造、新能源等领域有良好的产业合作基础。依托国内完善的产业配套体系和超大规模市场优势,浙江的企业应聚焦欧洲相关产业的需求和期待,以深化产业链协同为核心,充分发挥企业自身的产业配套和基础优势,精准对接国际企业的全球产业调整布局动态和趋势,增强内外产业合作的耦合度,为深化合作架设更多的渠道和桥梁,对冲政治因素对中欧经贸关系带来的负面影响。同时,通过产业链合作深化,加快内外产业在生产资源要素上的交互对流,以更有效地促进本土产业转型升级和竞争力提升。

方市场和需求,有的基于中国产品打造国际品牌,有的采用中国模式打入欧洲市场,开创了与父辈截然不同的新事业、新天地。这一过程中,他们自身也成为浙欧“双向奔赴”的新桥梁、新注脚。出发前,我们本有担忧,在贸易保护主义、俄乌冲突等外部力量冲击下,浙商和浙企在欧洲的发展会不会遇到新问题?但采访中,从中国人到欧洲人,从专家学者到经营主体,无一不看好全球化的韧劲和生命力,“只要‘地瓜经济’的故事一直在写,浙欧‘双向奔赴’的脚步就不会停”。