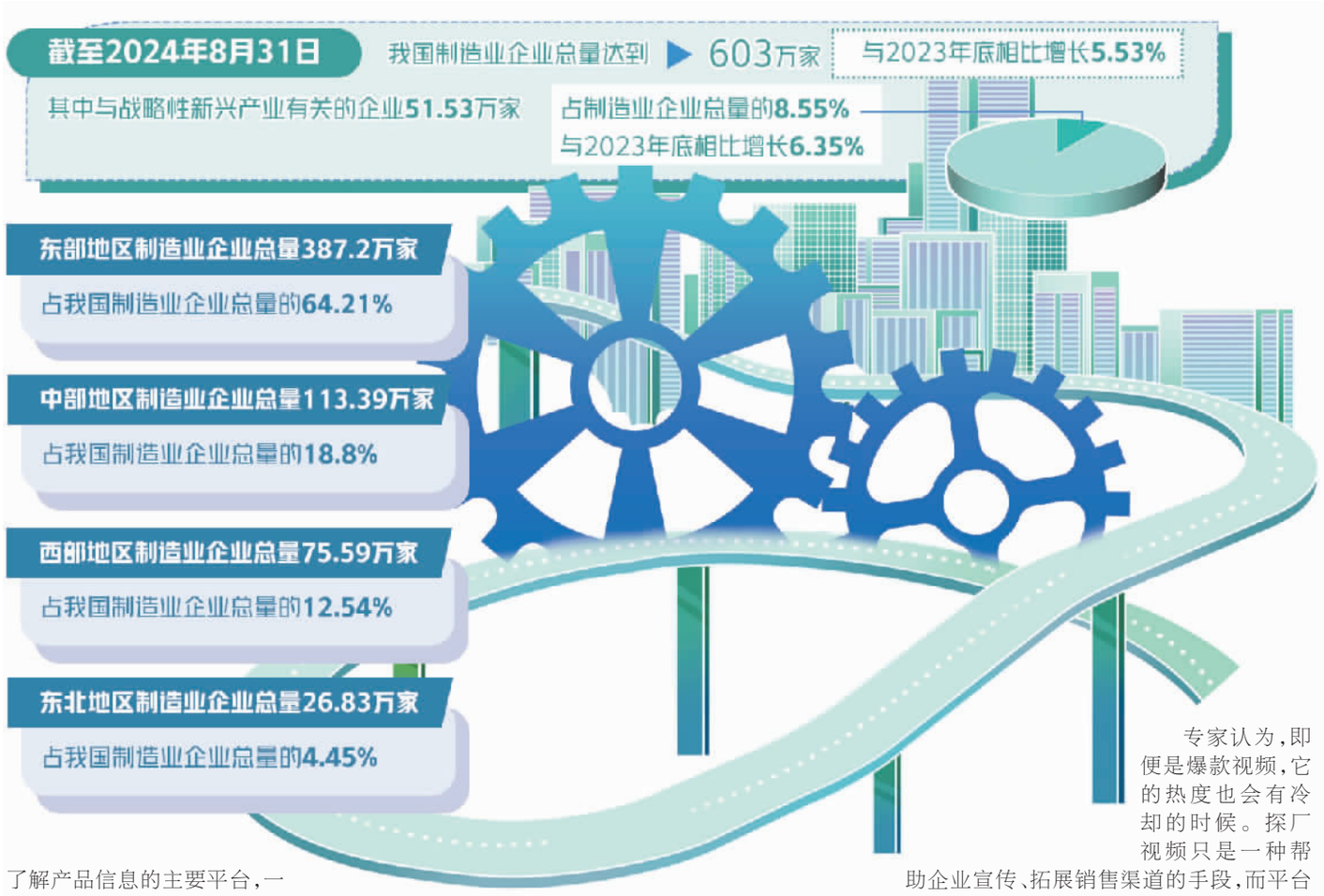
视点

探厂视频成展示中国制造新窗口

□ 本报记者 王明昊

社交媒体上，一些博主把镜头瞄准工厂，开辟出一个新的内容赛道——探厂。探厂视频让更多人看到了中国制造的“幕后”故事，为中国制造的品牌做了别样注脚。探厂视频不仅能为制造企业带来财务价值，也将为中国制造品牌的塑造带来更多启发。



视频新赛道

通过探厂视频，人们可以观察一家企业的生产环境、了解一件产品的生产流程、聆听企业负责人的创业故事，全方位感受中国制造的魅力。

与“全民探店”不同，进入探厂赛道需要跨过一些门槛。记者采访发现，探厂博主往往具备几个特征：一是有工厂资源的积累，博主以往的职业或所在的圈子，比如电商运营或协会组织，往往能让他们在接触工厂方面具有一定优势；二是通常长期工作和生活在一些制造业聚集的地区，比如广东中山、浙江义乌等，便利的地缘条件和丰富的工厂资源为他们持续创作提供了保障；三是具有多业并营的特征，由于探厂视频盈利模式尚不成熟，一些博主并不以探厂为主业，而是将探厂视频作为积累粉丝、扩大影响力，辅助主业发展的一种手段和方法。

“这款智能马桶盖，不仅能监测人的血压、血氧，还能即时生成人体健康状况检验报告。”在一期介绍智能马桶盖的视频中，巨大的自动机械臂有条不紊地完成马桶盖的修边、组装等工序，博主冯飞穿行在各条生产线间，介绍着工厂的生产工艺和产能等情况。这条发布在他抖音账号上的视频收获了3000余点赞和2000多条评论。

冯飞长期在广东中山生活和工作。2020年，中山市成立了直播电商协会，冯飞被推选为协会会长。“我们协会会员中有约70%是制造业企业，一开始我们成立这个协会是为了服务会员，帮助他们打通直播电商销售渠道。”冯飞介绍，协会成立之初，他们逐个走访会员企业，了解企业需求，在这个过程中萌生了帮助企业拍摄视频进行宣传的想法。

“没想到我们做了几条之后，反响还不错，于是打算继续做下去，探厂的对象也不再局限于协会会员。”冯飞介绍，他在拍摄一家工厂前，会先到工厂看一看，与企业负责人沟通交流，了解大概的生产流程。在正式拍摄时，除了基本情况介绍外，还会扮演一个提问者的角色，问一些普通用户感兴趣的问题，有时还会对一些产品进行测评、挖掘一些企业故事。

据了解，探厂博主探访对象涉及制造业的各个领域，既有家居装饰、服装制造等消费品门类，也有电子设备、工业装备等高技术产业和装备制造门类，不同博主在探访领域上会有所侧重。赵雪丽的探厂账号目前的探访对象主要集中在浙江义乌地区的消费品制造工厂。赵雪丽曾任职于某电商平台，负责为义乌的源头工厂对接客户，这段经历让她积累了一些工厂资源，为后来做探厂视频奠定了基础。“我们现在主要做两方面业务，一是通过探厂视频帮助企业宣传展示。二是为企业做咨询、搭建新媒体团队，增强企业的线上销售能力。”赵雪丽说。

为企业创造价值

移动互联网时代，社交媒体成为消费者了解产品信息的主要平台，一些企业探索用新方式展示产品、拓宽销路。在此背景下，契合当下人们信息阅读习惯和偏好的探厂视频，让制造企业被更多人看见。

彭海波在义乌经营着一家服装加工厂，不久前，他接受了一位博主的探访。彭海波表示，“短视频已经成为一种重要的信息传播方式，许多短视频平台的用户黏性很高，企业要顺应这种趋势，通过短视频来宣传产品，进一步扩大公司影响力”。

博主李俊杰曾为一家摩托车企业拍摄过一条探厂视频，这条视频在他的探厂账号上取得了不错的传播量，得到了工厂认可。“每当有活动或者展会时，企业就会把这条视频拿出来播放，他们认为这条视频已经对整个生产流程和代表性产品进行了详细介绍，可以当做宣传片来用。”李俊杰说。

探厂视频的影响力还延伸到了线下交易。“我们曾经探访过一家礼盒包装厂，有一次他们参加一个线下展会，几个客户因为之前看过我们的探厂视频，对产品比较了解，对接效率很高。”赵雪丽说。

对于制造企业来说，探厂视频的作用除了帮其增加曝光、宣传品牌，还能实实在在地促成一些交易。“有一次我们拍摄了一家透明胶带厂，这种胶带具有静音等功能。视频发出后，很多人在后台私信寻求合作，我们把这些信息转给工厂后也促成了一些订单。”冯飞说。

探厂视频能够为制造业带来什么样的机遇，可从探厂博主的粉丝构成中窥见一二。一些博主反映，他们的粉丝群体主要分为几类：一类是源头工厂的下游客户，比如一些经销商、电商主播等，这也是粉丝中数量占比最高的群体；另一类是制造业的服务商，比如仓储物流、咨询服务、金融保险等；还有一类是工厂上游的原材料企业。当这几类群体有合作需求时，一些探厂博主会充当产业链上下游之间的纽带，为企业牵线搭桥。除此之外，探厂博主的粉丝中还包括了一些希望得到探厂机会的源头工厂、个体消费者和对制造业感兴趣的爱好者。

业内专家表示，中国有很多优秀的制造企业，他们往往在一个领域深耕多年，积极研发设计、打磨产品质量、做优产品价格，但因为渠道不畅，许多人无法看到他们。有些企业只能给国际大牌做代工，探厂视频让这些优秀的企业和产品被更多人看见。

对于探厂视频如何帮助一些专心做好产品的企业在竞争激烈的市场环境中突围，冯飞有过一番思考：“当品牌没有竞争力的时候，一些企业只能选择在价格上做出妥协。我们希望通过探厂视频的形式，把一些工厂的选材用料、生产工艺呈现给消费者，告诉消费者产品的真实价值，这既有利于企业的品牌塑造，也有利于提振消费者对中国制造的信心。”

理性看待传播效果

制造业是立国之本、强国之基。推动制造业高质量发展，不断增强竞争能力，品牌塑造是不可忽视的一环。从这个角度看，探厂视频对制造业品牌宣传塑造发挥积极作用。

尽管探厂视频在社交媒体上引发了一定的关注，但与其他更加贴近大众日常消费的内容相比，它的吸引力和影响力仍十分有限。探厂博主的账号粉丝量多数在几万到几十万不等，传播量平平的探厂视频也有许多，并非所有内容都能取得理想传播效果。

专家认为，即便是爆款视频，它的热度也会有冷却的时候。探厂视频只是一种帮助企业宣传、拓展销售渠道的手段，而平台和渠道在不断更迭，从最初的平台电商到后来的直播电商，总会有新的平台和渠道诞生，对企业来说，更加重要的是把握变化背后不变的东西。

探厂视频更重要的作用或许在于改变一些企业家的认知，使他们积极地拥抱新渠道，并把主动权掌握在自己手中。“一条视频想持续地火是不可能的，探厂视频更像一个改变企业负责人认知的契机，让他们明白互联网时代的营销该如何做，从而建立起自己的新媒体营销团队。”冯飞说。

一些企业负责人对待探厂视频的态度也比较理性。他们并不寄希望于探厂视频能带来多少实际的订单量，而是把其当做一个展示企业的窗口，通过宣传生产环境、生产工艺、规范管理等方面的情况，为塑造企业形象、提升品牌影响力提供助力。许多企业认识到在产品同质化竞争、渠道变革的大环境下，传统的代工模式和线下营销方式难以持久，只有积极拥抱变化，做大做强自己的品牌才是可持续发展之路。为此，有企业组建起自己的新媒体营销团队，在塑造自有品牌上开始一系列积极尝试。

魏晨是深圳一家机床三色灯生产企业的负责人。据他介绍，公司目前已经在各社交媒体平台建立起官方账号，未来公司的网络宣传部门会在短视频制作上重点发力，用精心制作的内容让更多人认识公司。“我们的产品并不像快消品一样有广泛的消费群体，只有比较固定的客户圈子，所以我们与探厂博主合作，并不追求能引起多么轰动的效果，而是一方面宣传自己，提升品牌美誉度；另一方面借助博主的影响力为公司的官方账号引流。只有不断增加曝光、扩大影响力，有需求的客户才能想到我们、找到我们。”魏晨说。

平台热评

平台的互联互通对于数字经济的持续健康发展至关重要，也是构建开放、包容、公正的数字经济发展环境的必然要求。近年来，我国平台互联互通水平显著提升，但在数据互通、规则互认、技术互操等方面仍存在不足，需在制度、技术和市场层面持续发力。

雷震文

推动网络平台业务与数据的深度互联互通，促进平台生态的有序开放，是现代网络社会和数字经济发展的基本需求。日前，淘宝宣布支持微信支付，京东物流全面接入淘宝天猫平台等事件，标志着我国网络平台互联互通取得了显著进展。

数字经济是以数据资源为关键要素，以现代信息网络为主要载体，以信息通信技术融合应用、全要素数字化转型为重要推动力的新经济形态。平台的互联互通和生态开放不仅是维护公平竞争市场秩序、保障消费者合法权益的基础，更是促进数据要素市场化配置、加速数字经济与实体经济融合、提升市场创新活力的重要途径。这对于数字经济的持续健康发展至关重要，也是构建开放、包容、公平、公正、非歧视的数字经济发展环境的必然要求。

近年来，得益于监管制度的完善、政策指导的强化和市场认识的深化，我国平台互联互通水平显著提升，屏蔽软件功能、禁止外部链接等行为得到有效遏制。然而，互联互通在数据互通、规则互认、技术互操等方面仍存在不足，范围和层次有待提升，尚不能满足数字经济发展需求。因此，深化互联互通需在制度、技术和市场层面持续发力。

首先，应坚持监管与支持并重，加强平台互联互通配套制度建设。一方面，遵循数字经济发展规律与实际，在尊重企业经营利益和自主权的基础上，完善反垄断、禁止不正当竞争和平台治理等法律制度建设，明确相关概念内涵和判断标准，合理界定平台互联互通义务范围；另一方面，针对业界普遍存在的就互联互通可能带来的数据、隐私保护以及搭便车、流量劫持等问题的担忧，加快完善相关配套制度，减少平台风险负担，充分释放互联互通的内在动力。

其次，完善技术标准和鼓励技术创新，为互联互通不断深化提供技术支撑。结合数字技术发展与其应用实际，以提升平台生态开放和互操作性为基本目标，充分发挥行业组织和科研单位的技术优势，侧重从技术架构情况、互联互通服务功能和平台运行性能等维度，凝聚技术共识，完善互联互通技术标准体系建设。同时，充分尊重和夯实科技企业的创新主体地位，推动隐私计算、协同交互等方面的技术创新，以高水平的技术创新赋能互联互通和数字生态治理高质量发展。

最后，突出平台主体地位，运用市场化手段推动互联互通。加强政策宣导和政企沟通，引导平台企业提升认识，转变竞争观念，增强深化互联互通的主动性和履行社会责任的主动性。同时，通过示范性项目评选、政府采购等方式，对关键领域和环节给予政策激励，提升经营主体参与互联互通的积极性。

（作者系北京航空航天大学工信部工业和信息化法治战略与管理重点实验室研究员）

本版编辑 孟 飞 辛自强 美 编 王子萱
来稿邮箱 jjrbgzb@163.com

山东理工大学交通与车辆工程学院

构建“四协同”工作机制 赋能绿色低碳发展

山东理工大学交通与车辆工程学院紧紧围绕“双碳”重大战略和经济发展需求，抢抓汽车电动化与交通智能化发展机遇，构建“四个协同”工作机制，推动汽车与交通行业转型升级，赋能地方绿色低碳高质量发展。

构建协同发展格局，推进党建业务双融双促

学院着力发挥党建引领事业高质量发展的引擎作用，积极坚持“四为”方针，紧盯汽车与交通行业电气化、智能化、网联化、绿色化发展等国家战略需求，加强有组织的科研队伍建设和科研条件建设，聚力打造绿色低碳行业的人才集聚地、科技研创发源地和高素质人才培养地，有效实现了党建业务工作融合发展。近3年来，学院党委先后被授予山东省先进基层党组织；1个支部入选全国党建工作样板支部创建单位；获批省级思政改革示范课程3门、校级以上课程思政改革项目13项；3名教师入选山东省泰山学者青年专家、3名教师获得山东省优青项目；1支团队获评“山东省十佳研究生导学团队”；教师教学创新团队建设与实践项目获得国家教学成果二等奖。

搭建协同创新平台，服务国家地方发展战略

学院围绕国家战略和地方发展需求，与国内外高校、研究机构和知名企业深度合作，搭建多元协同创新平台，提升对绿色低碳产业高质量发展支撑力和贡献力，不断培育壮大新质生产力。与德国、俄罗斯、韩国等5个国家的9所高校院所建立友好合作关系；与德国工程院院士联合建立山东省高校中德分散灵活能源系统国际合作联合实验室，共同研究灵活能源与可再生能源；与中国重汽等企业开展产学研深度融合，建立山东省新能源汽车示范协同创新中心；与潍柴集团共建产业学院，申报建成新能源汽车能源与动力系统集成技术山东省工程研究中心，打造支撑绿色低碳新能源汽车产业集群发展的科技综合服务平台。深入参与校城融合，助力淄博市建设国家智慧城市基础设施与智能网联汽车协同发展试点城市建设，加快突破智能网联汽车关键技术，构建低时延、大带宽、高算力的车路协同环境；助力国家燃料电池汽车示范城市群建设，研发氢能源汽车核心零部件，构建清洁低碳、安全高效交通体系，推动区域生态保护与高质量发展。

深化校企协同攻关，凝聚力量突破共性技术

学院积极推动落实山东省“百校万企万师双进”行动方案，3年来，有53人次教师通过产业教授、博士后、科技挂职、研究生工作站等方式入驻企业，获批中小企业创新能力提升项目7项、博士后基金14项。积极探索建立高端人才共引共用模式，先后聘任18名企业高工担任企业导师，1名企业导师被评为山东省行业产业导师。校企共同聚焦绿色低碳转型升级亟需解决的技术课题，联合组建团队，协同研发急需技术或实现成果转化，将产业优势和人才优势转化为科技优势。与中国重汽等行业领军企业构建急需技术攻关机制，推动了节能高效新能源商用汽车的技术进步；与海信公司联合研发多模态大数据交通拥堵态势预测与诊断技术，在北京、济南、青岛、福州等83个大中型城市的1.4万余个交叉口应用，近2年累计直接经济效益26.42亿元，高峰拥堵时间缩短9.7%。学院鼓励跨学科交叉融合，围绕智能网联汽车、高温固体物料余热利用、煤矿瓦斯与煤泥耦合清洁利用、智能交通管控等重点与前瞻性绿色低碳技术，学院凝练研究团队，协同研发共性技术，提升科技创新能力，研究成果获评山东省重大科技创新工程立项等。

打造产教协同模式，加快绿色低碳人才培养

学院坚持“四个面向”，主动服务交通强国、新能源汽车、碳达峰与碳中和、智能网联等国家重大发展战略人才需求，构建了本科、硕士、博士、博士后完整的低碳新能源行业创新型人才培养体系。近年来，4个本科专业先后获批国家一流本科专业建设点、2个专业获批国家特色专业和山东省品牌专业、1个专业获批山东省卓越工程师教育培养计划专业；学院一流专业群建设成果获评山东省教学成果二等奖，为地方高校专业发展建设提供重要借鉴参考。2022年，山东省内率先开设新能源汽车工程本科特设专业；2023年，增设新能源汽车工程（职教师范类）专业；2024年，获批山东省交通运输工程一级学科博士点。与江苏大学等单位发起成立新能源汽车专业建设联盟；与吉利集团、省交通科学研究院等成立研究生工作站；与潍柴动力集团等成立智能车辆产业学院；与雷沃重工等成立卓越工程师学院。校企双方共同制定人才培养方案、建设师资队伍、组织专业教学、实施双创教育、开展科技创新与社会服务，满足了新能源汽车等新兴产业对新工科人才的紧迫需求。近年来，学院考研录取率维持在40%左右、本科生就业落实率达到93%、研究生就业落实率达到96%以上，毕业生质量获得社会和行业的高度认可，人才培养质量显著提升。

（杨 雨 史立伟 李 波）

·广告