

黄骅小伙儿刘特——

短视频引流 带火海上休闲游

本报记者 吴梦 本报通讯员 张玲

赶海体验 引来八方客

“大家好，欢迎来黄骅海堡玩，今天我们来挖花蛤、捡生蚝，这里赶海都是免费的，位置就在……”

5月27日11点，在渤海新区黄骅市南排河镇，26岁的刘特准时站到镜头前，绘声绘色地介绍起家乡的赶海生活。

“明天的落潮时间是中午1点，最低潮是74厘米，最佳赶海时间是上午11点至下午2点，潮位比较低，心动的朋友要赶快行动了。”

就在刘特用直播预报第二天潮汐时间变化时，几位来自包头、衡水的游客已闻“声”而至，兴致勃勃地加入赶海大军。

“我们看了视频介绍来的，果然没走错。”一位游客边挖花蛤边高兴地说。

刘特作为休闲旅游博主，同时还是一名海上游船船长。在视频直播中，他带领粉丝出海、赶海，让自己的游船有了充足客源。

“我们的游船主打海上休闲旅游，在带领游客领略渤海湾风景时，还能体验海堡风土人情，因此深受游客欢迎。现在我们每天出海1至3次，暑假时会更加忙碌。”刘特介绍说。

作为当地知名旅游达人，刘特带领周边渔民纷纷转型开拓海上休闲旅游市场。

短视频引流 游客多起来

说起开拓海上休闲旅游的初衷，刘特说是为了帮助父母摆脱辛苦的渔家生活。

刘特是当地渔家子弟，后进入钢厂工作。工作之余，他开始帮助家人推广渔家乐旅游活动。随着对旅游产业认识提升，他意识到开拓黄骅特色海上休闲旅游大有前景。

发现商机，刘特果断辞去工作，购买了一艘正规海上游船，高兴地加入到当地海上旅游大军中。

“当时，渔民发展海上休闲旅游主要是木质渔船兼职，渔船随机性很大，游客体验不足。我们是专业游船，设施齐全，游客在领略海上风光时，还可享受船上提供的多种娱乐服务，旅游体验明显好于传统渔船。”辞职创业，让刘特信心满满。

然而现实却为刘特当头浇了一瓢凉水。

“我们新船运营后停在码头，硬件明显高于周边渔船，但就是没有游客，有时周末一天也没有一位客人。”说起创业初

期的困境，刘特颇为无奈。

没办法，刘特只好主动出击。

通过分析，他发现来黄骅体验海上休闲旅游的客人多是石家庄、保定等地游客，大家较少接触海洋，来到黄骅就是为观看海上风光、体验渔家生活。

“随着移动端视频的兴起，大家了解异域风景和文化的平台，正从电视逐步转移到手机，因此手机直播或短视频介绍当地风光与人文生活，定能吸引广大游客。”刘特有了新想法。

很快，刘特介绍黄骅海堡的短视频登录快手平台，真实的海堡风光，很快吸引了众多粉丝，同时带动游船业务增加。

短视频引流，让刘特的新事业起死回生。

挖掘渔家文化 提升旅游体验

随着游客日益增多，刘特开始忙碌起来。但在繁忙的船长生活中，他还出人意料地做起了当地潮汐播报员，通过短视频传递潮汐信息，吸引更多粉丝前来。

“吸引更多游客来黄骅海堡游玩，我们就要不断提升服务质量和旅游体验，让大家玩好，下次再来。”刘特说出心得。

海上休闲旅游是利用海上风光、自然资源及环境，展示海堡生产、经营活动、渔村文化及渔家生活的旅游经营。可以说，海上休闲旅游的基础是渔业，目的是休闲，本质是体验。用体验来创新休闲渔业，设计和开发适当的体验项目，更能体现休闲渔业的本质特点，也可更好地满足游客的休闲消费需求。

“传统海上休闲游，大多是看海景吃海鲜，内容过于简单，常常让人感到体验不足。为此，我们主动挖掘渔家文化，丰富旅游内容，如增加赶海等海堡生活体验，让大家可以尽兴地玩。”

通过短视频，刘特展示海上风光，预报潮汐变化，介绍赶海滩涂，吸引越来越多游客来到黄骅海堡。

前不久，3家企业的团体游客慕名前来。大家在游览海上风光后，还在刘特的带领下赶海挖花蛤。

“来黄骅海堡旅游，体验太好了，上船看了大海，下船还能亲手挖小海鲜，每人都收获满满！”一位游客笑着提起一筐“战利品”。

“去年，保税仓库刚获批两周时间，还没有正式运营，就接到6家企业的入驻申请。”中东欧公司总经理吕鹏安高兴地说。

从保税仓库到保税区

保税仓库对相关产业拉动强劲，企业需求旺盛。为此，肃宁的公用型保税仓库升级为保税物流园，同时开始围绕物流园筹划建设加工出口贸易区。

前不久，河北箱变电器股份有限公司箱式变电站出口通关，青岛普嘉德公司的棉纱进口通关均在园区完成。

“公司之前专注国内市场，现在开始试水外贸业务，我们选择保税物流园就是看中它的便利性，产品进入保税仓库，由保税仓库向海关申请建立电子账



保税仓库不仅帮助进出口企业降本增效，数字化运营还提供在线查询、电子单证出具、电子支付等便利——

沧州多家保税仓库 吸引大宗商品纷至沓来

本报记者 吴梦 本报通讯员 刘诗启

■万吨棕榈仁粕进入保税仓库

日前，在黄骅港海关监管下，载有10049吨棕榈仁粕的船舶在黄骅港冀海港务码头靠泊，海关验放后通过短倒车运输至沧州黄骅港综保建设有限公司公用型保税仓库（简称综保保税仓库）。这是该保税仓库迎来的首单进仓业务，标志着黄骅港保税仓库正式投运。

保税仓库是经海关批准设立，专门用于存放保税货物以及其他未办结海关手续货物的场所，分为公用型和自用型两种，其中公用型保税仓由主营仓储业务的中国境内企业运营，为第三方进出口企业提供保税仓储服务，并接受海关监督管理。

在保障海关有效监管的前提下，入仓货物可以暂缓缴纳关税，并在仓内进

行包装、分级分类、分拆拼装等简单加工，可有效降低进出口企业运营成本，帮助企业实现降本增效，带动区域开放型经济发展并形成示范效应，有外贸“宝库”之称。

综保保税仓库位于渤海新区黄骅市港城产业园区，仓储面积5684平方米，于今年3月通过验收。

综保保税仓库运营负责人崔妍熙说：“综保保税仓库实现了数字化运营，提供在线查询、电子单证出具、电子支付等服务。这些服务不仅为企业提供更加便捷、高效的业务操作体验，还能够降低企业的运营成本和时间成本。”

目前，综保保税仓库还配备有智能管理和安防系统，系统能够实时监控货

物的进出库情况、库存状态以及温湿度等环境参数。通过数据分析和预测，系统能够为企业提供库存预警、需求预测等决策支持，帮助企业更好地管理库存和优化供应链。

保税仓库的安全是重中之重，智能安防系统通过高清视频监控、入侵检测、火灾报警等技术手段，对仓库进行全方位的安全监控。同时，系统还能够自动识别异常行为，及时发出警报并通知相关人员进行处理。

综保保税仓库数字化运营和智能管理，使得仓库在存储棕榈仁粕的同时，还吸引工业盐、棉花、白糖、玉米等大宗商品客户纷至沓来，综保公司正筹划继续扩大保税仓库的仓储面积。

配套企业入驻，进一步强化产业集聚效应，激发外向型经济发展动能。

保税仓库可以很好地帮助入驻企业降本增效，因此在吸引众多企业入驻同时，更多保税仓库也开始在沧州大地上不断出现，如沧州中铁临港物资公司在渤海新区黄骅市建设自用型保税仓库，肃宁县鹏宇裘革制品有限公司在肃宁建设公用型保税仓库等。

中铁物资保税仓库负责人韩冬对保税仓库推动企业业务快速发展深有体会。“我们开始建设保税仓库时主要目的是作为出口煤炭的仓储调运基地，随着仓储业务拉动，公司玉米、散货出口业务也纷纷做起来，目前已成为重要盈利点；同时，还拉来了进口业务，之前集团通过日照港进口非洲铁矿石，现在改由黄骅港和日照港两边都可进口，其中我们仓库每次要承担10万吨仓储任务。”

■两周时间6家企业入驻

大幅降本增效，吸引保税仓库在沧州各地快速落地。

走进位于渤海新区黄骅市中捷产业园区，由沧州中东欧仓储服务有限公司建设的公用型保税仓库（简称中东欧保税仓库），不断有货物通过视频验证进出仓库。

与此同时，在海关办公室内，关员视角的录像实时通过监控大屏直播。海关关员在线联络的同时，监管人员只要轻点鼠标，辅助摄像头立即将卡口的景象投影到屏幕上，货物通过智能验放审核。

中东欧保税仓库仓储面积2100平方米，内部恒温恒湿，能够满足高端设备、高品质食品等各项仓储需要。

“去年，保税仓库刚获批两周时间，还没有正式运营，就接到6家企业的入驻申请。”中东欧公司总经理吕鹏安高兴地说。

中东欧保税仓库处于中国—中东欧（沧州）中小企业合作区内，作为公用型保税仓库直接服务于合作区内企业，同时利用中国—中东欧中小企业合作机制直接覆盖中东欧14国，在将合作区企业产品推向欧洲市场的同时，各国名优产品也可直接引入国内，是目前中东欧国家商品进入国内市场的便捷渠道之一。

同时，中东欧保税仓库运营，延伸口岸功能，为周边进出口企业提供贸易、缓税、简单加工、物流配送等多项服务，帮助外向型企业在资金利用率、缩短生产周期、降低贸易风险、节减相关费用等方面获得提升，促进企业转型升级，改善投资营商环境，实现外向型经济的健康发展。

中东欧保税仓库的运营，成为合作区吸引中东欧国家企业入驻的重要“磁极”，并吸引清关、直播、物流等各类

■从保税仓库到保税区

保税仓库对相关产业拉动强劲，企业需求旺盛。为此，肃宁的公用型保税仓库升级为保税物流园，同时开始围绕物流园筹划建设加工出口贸易区。

前不久，河北箱变电器股份有限公司箱式变电站出口通关，青岛普嘉德公司的棉纱进口通关均在园区完成。

“公司之前专注国内市场，现在开始试水外贸业务，我们选择保税物流园就是看中它的便利性，产品进入保税仓库，由保税仓库向海关申请建立电子账

京津冀协同发展、雄安新区规划建设，都为沧州带来了重大的发展机遇。因此园区在帮助周边企业做好出口业务同时，已取得水貂、狐狸等生皮落地资质，可为经营皮毛的企业提供运输、清关和仓储服务。同时，还建立了进口纱线展示窗口，为针纺企业提供多渠道、多种类、高质量、低价格的进口纱线产品。

眼下，沧州黄骅港综保建设有限公司也在筹划保税仓库扩容升级。

“我们整个仓储区域共建有4座高标准仓库，运营初期，公司只将其中1座仓库作为保税仓库申报使用，但随着工业盐、棉花、白糖、玉米等大宗商品客户前来，让我们的仓储面积变得紧张，公司正准备快速扩大保税仓库仓储



打造品牌要占领消费者心智

不管是新品牌还是传统品牌，在做好线上的同时，要迅速开始往下扎根，就能大概率形成国民品牌。打造品牌，要占领消费者心智。

——新经销CEO 陈思廷

线上品牌，利用流量助推，抓住时间窗口，有了红利迅速飞起来，但如果

没有形成独特的竞争力，没有真正建立起心智流量，在流量增长出现瓶颈时，品牌就会黯然失色。

——新潮传媒董事长 张继学

如何从网红蜕变为长红，这是品牌改变命运的关键。很多新消费品牌一开始的优势，就是流量打法，这违背了差异化竞争。流量打法

——人民大学教授 吴春波

当互联网的红利结束之后，流量成本居高不下，品牌没有占领消费者的心智，渠道没有扎进广袤的市场。网红品牌的基础就不够坚实，与国民品牌相比也是风光不再。

——字节跳动创始人 张一鸣

现在的年轻人被数字化了，他们线上的需求就能够通过数据标签显现出来。于是聪明的年轻人，根据这些消费者的需求标签，生产出了适合他们兴趣爱好的产品，通过买流量直接推到面前，这就形成网红品牌。

——顾家家居董事长 顾江生

创业成功是把常识做到极致

什么样的人能快速创业呢？有一双“能看见关键问题”的眼睛，有一双“敢想敢干，说做就做”的手，有一颗“相信自己永远有得选”的心。

——老乡鸡创始人 束从轩

众多创业者能够成功，他们就是把一些最基本的常识做到极致。坚持常识、探索常识、遵守常识。放在餐饮业，做生意的常识，就是好吃、干净、卫生。

——塔斯汀品牌联合创始人 杨克盈

创业中怎么打好你的牌呢？一，先认清自己的优势。二，结合自己的优势，去找到用户需求在不断增长的趋势行业。三，在这个趋势行业里，去找到用户有需求，但同行还没有满足的价值，高效地去满足。

——蒙牛创始人 牛根生

企业管理的起点是保护强者

公司一定要对员工好。但是，这并不意味着，要一视同仁地“好”。因为，对弱者的仁慈，就是对强者的打击。把强者挑出来，给他们超出期待的奖励，保护好他们，才是公司和管理者要做到的“好”。

——极兔快递创始人 李杰

基层员工只是企业执行层面，他们只需要对过程负责而不是结果负责。对企业起决定作用的不是员工而是核心管理人员，这就是西方企业高管工资极高的原因，可惜我们一些企业只学会了高工资刺激高管，没有学会如何让高管承担责任。

——蘑菇物联CEO 沈国辉

想做好企业，我们必须时时洞察藏在每一个员工内心深处的欲望，善加利用，予以约束，才可以“上下同欲者胜”。

——西贝集团董事长 贾国龙

能让大家朝一个方向拼命努力，这就是卓越的领导力的表现。领导除了远见卓识，还需要让企业人员形成“内驱力”，朝着一个方向努力与奋斗。

——中国上市公司协会会长 宋志平

个人观点仅供参考



刘特展示赶海收获