

克服陌生感 接受新变化

“预见2025 吴晓波年终秀”在厦门举办,吴晓波表示唯有创新才能破局

晨报讯(记者 叶子申)“我做过10场年终秀,其中3场是在厦门举办的,感谢厦门。”舞台上,吴晓波面朝现场近9000名观众,深深鞠躬。2024年12月30日晚,“预见2025 吴晓波年终秀”在厦门海峡大剧院成功举办。这是吴晓波的第十场年终秀,也是他的最后一场年终秀。他希望通过这次“讲述”,为更多人带来思考和灵感,帮助人们在迷茫中坚定自我、在困境中重燃勇气。

谈市场变化

吴晓波说,面对快速变化的世界,克服陌生感是重建信心的第一个前提。他回顾了自己过去十年的年终秀历程,感慨时代变迁带来的种种不确定性。“正是这

种不确定性,激发了人们对于未来的探索与期待。”吴晓波表示,无论是企业家还是普通人,都需要学会接受并适应变化,用专业能力和新工具来应对陌生感,从而在新的经济周期中站稳脚跟。

为此,吴晓波提出克服陌生感、重建信心的方法,包括要有信心,深入了解经济周期;用好新工具,长出新能力;勇于创新,摒弃对标思维等。他认为,当前,模仿全球标杆快速成长的打法,已不再适应当下环境,领航者唯有创新才能破局。

吴晓波还将视野拓展至全球,深入剖析中国企业出海的现状、特征、面临的挑战以及应对策略。他指出,2004年-2024年,中国对外直接投资规模激增35

倍,近十年的增幅更是高达81%,同时A股上市公司海外建厂数量呈稳步上升态势。吴晓波也提及了多个厦门企业出海案例:如金牌家居致力于将中国家居的智能制造与定制化服务推向全球家庭;建发集团的LIFT供应链服务模式,为出海企业提供一站式解决方案。

面对出海之路上的“荆棘”,吴晓波提出理性、建设性、避险性三原则:在机遇面前保持冷静头脑,制定合理战略;遇到问题积极解决,为当地创造价值;提前防范风险,确保出海行稳致远。

谈新年展望

对于2025年,吴晓波认为,这将是新经济、地缘政治、技术变

革三周期叠加的关键之年。“我们唯一能做的是在确定性和不确定性之间,回到产业的现场,去找到那个新周期的引擎。”

吴晓波说,新的一年,新的商业模式将会创造更多工作岗位,大量新职业将兴起。此外,随着人工智能技术的快速发展,“AI原住民”将迅速崛起,越来越多AI产品将诞生,持续推动智能产业发展。

厦门马拉松撬动经济效益、小剧场再造商业空间……吴晓波通过案例分享提及,2025年,体验经济将继续助力文旅发展,小城文旅潜力巨大。



吴晓波最后一场年终秀在厦门举行。 记者 陈理杰 摄

演唱会火爆 为城市吸粉

厦门演出市场爆发式增长,去年各类营业性演出超3.5万场次

晨报记者 叶子申 实习生 叶桑宇

何以厦门?当城市的灯火与星辰交相辉映,当海浪的轻吟与心跳共鸣,厦门正以一场场盛大的演出活动,邀请来自天南地北的观众,共赴音乐和梦想的美好之旅。在厦门大学视觉传达设计专业就读的女孩庄东乔无疑是一名“演唱会达人”,2024年她一共看了21场演唱会,最近的就在“家门口”,最远的飞去了澳大利亚。

年轻人爱“追”演唱会

听到喜欢的歌手要开演唱会的消息,庄东乔就会打开手机或电脑“抢票”。“我从小学一年级就开始看演唱会了,只要喜爱的歌手在我所在的城市或者附近城市开演唱会,我都会尽量去。”庄东

乔说,2024年,她听了张杰、周杰伦、邓紫棋、张艺兴、李荣浩、薛之谦等热门歌手的演唱会。开销方面,她说,有些演唱会就买看台票,如果遇到特别喜欢和熟悉的歌手的演唱会,就会买内场票,平均下来,每场花费不到1000元。

去年10月19日,林俊杰在厦门奥林匹克体育中心白鹭体育场举行演唱会,庄东乔靠着“手速”抢到一张票,当晚就打车前往现场看演唱会。

“这些年,在厦门看演唱会越来越方便了。”庄东乔说,厦门新建启用了一批新设施,如白鹭体育场和凤凰体育馆等,场馆规模不断扩大,可以容纳更多歌迷;同时,厦门的交通出行越来越便利,可以满足更多人前来看演出。

和庄东乔一样,厦门女孩谢

欣欣也喜欢看演唱会。2024年,她一共看了7场演唱会,其中有5场都是在厦门,包括陶喆、ALIN、张学友、林俊杰、邓紫棋等歌手的演唱会。谢欣欣说,厦门的演出活动类型丰富,从温柔的情歌到激昂的摇滚,从复古的经典到前卫的电子音乐,多样化的音乐风格在这里碰撞交融,可以满足每位音乐爱好者的挑剔味蕾。

外地观众跨城来厦

除了厦门人爱看演出,外地人也喜欢来厦门看演出。

去年12月在厦门举办的刀郎演唱会,就吸引了大批外地歌迷前来厦门。来自西安的小吴带着父母飞抵厦门,三人一起听刀郎唱歌。“爸妈年轻时在新疆工作,能从刀郎的歌中找到共鸣。”

小吴说,借着来厦门看演唱会,他带着父母好好地玩了一圈。

歌迷“贾大哥”则从河北自驾来厦门,带着1000件印着“山歌唱起的地方”字样的T恤,给现场的歌迷们送衣服。

因为一场演出而奔赴一座城,正是当前厦门演出市场的真实写照。近年来,厦门大力打造“文化中心、艺术之城、音乐之岛”。数据显示,2024年以来,我市演艺市场爆发式增长,各类营业性演出超3.5万场次,平均每天近百场。其中,5000人以上的大型演唱会56场、音乐节4场,观众人数超过90万,其中87%以上来自其他省市。全年大型演出活动达60场次,预计票房收入将达8.5亿元,带来综合经济效益近100亿元。

记者手记

于细微处体现城市温度

厦门的演出市场为何越来越热门?一方面,厦门不断更新服务政策,推出一系列积极措施,以“真金白银”支持企业举办大型营业性演出;同时,厦门还积极张开怀抱,着力引进不同品类的演唱会和演出——在这里,你不仅能看到新锐艺人大胆的跨界共创,还能看到国际巨星经典的致敬和重现。

一场演出的完美呈现,也离不开相关部门的筹备与支持。演出前后,厦门地铁站增加安检机,延长运营时间和停车时间;公交集团开

通接驳车,免费将观众从岛外送往岛内;厦门一些酒店推出免费大巴接驳、追星礼包等服务,让“演唱会之旅”开心又便捷。

何以厦门?于细微处体现一座城市的温度,这或许正是这座城市吸引越来越多观众“打飞的”来看演出的重要原因。

当然,厦门也紧紧抓住演出这把“金钥匙”,化“粉丝热”为“城市热”,积极探索“演唱会+文旅”模式的更多可能性,推动文旅产业融合发展。(记者 叶子申)



2024年,张学友在厦门凤凰体育馆举办演唱会,现场座无虚席。 记者 陈理杰 摄

