

# 齐鲁壹点获颁《信息网络传播视听节目许可证》

## 山东数字文化集团文化科技融合取得新突破

记者 赵艳 济南报道

近日,山东数字文化集团齐鲁壹点获得国家广播电视总局颁发的《信息网络传播视听节目许可证》,网络视听业务范围可涵盖移动端和PC端。该证的成功获颁,得到了山东省广播电视局的大力支持。

《信息网络传播视听节目许可证》由国家广播电视总局依据《互联网视听节目服务管理规定》等核发,该证的规范管理是国家广播电视总局推动媒体融合、壮大主流舆论、加强网络视听内容建设,丰富优质网络文化产品供给的重要举措。

获颁此证后,齐鲁壹点客户端、齐鲁晚报网可依法开展时政类视听新闻节目首发、主持访谈评论、重大活动实况视音频直播服务等多项业务,突破原有局限,显著拓宽内容服务边界,为用户提供更全面、多元的视听产品与服务。

作为文化和科技融合的重要内容,山东数字文化集团在网络视听领域持续发力,先后获评山东省网络视听(短视频)基地、山东省首批网络视听行业领军企业等,多次被评为“美好山东”等短视频大赛优秀组织单位。

多部网络视听作品获得广泛认可,其中,网络纪录片《红色

齐鲁百年记忆》获评国家广电总局季度优秀网络视听作品,入选山东省网络视听节目精品工程。网络纪录片《拾光记》被评为2022年度山东省网络视听精品工程项目,入选国家广播电视总局“喜迎二十大 奋进新征程”优秀网络视听作品展播片单。

系列短视频《走在前——沿着总书记的足迹看山东》被评为2023年山东省网络视听精品项目。网络音频作品《故事里的沂蒙》被评为2024年山东省网络视听节目精品工程,入选庆祝新中国成立75周年全省展播片单。

2026年1月15日,AIGC微短剧《尼山岩岩》在优酷、优酷短剧

频道双首页首屏首发上线,该剧是山东省实施国家广电总局“跟着微短剧学经典”创作计划打造的一部重点剧目,也是山东省广电局重点扶持的精品项目。

作为省管国有大型文化企业,山东数字文化集团围绕“1246”融合发展战略布局,以科技创新为引领,统筹传媒和文化两条主线,以省新型智慧媒体重点实验室、省数字文化创新实验室、省文化和旅游重点实验室、省数据开放创新应用实验室为支撑,全面探索“传媒+文化+科技”的发展模式,重点布局智慧媒体、数字文化、数字经济、数字政务、数字科技、文化交易与投

资六大业务板块,全力打造全国领先的智慧媒体平台和数字文化产业平台。

集团及权属企业先后入选中国品牌500强、亚洲品牌500强、世界媒体500强、国家高新技术企业、全国宣传系统先进集体、省“工人先锋号”等省级以上荣誉或资质40余项,申请国家专利70余项,获得软件著作权170余项。集团重点项目齐鲁文化大模型获国家网信办“双备案”,写入2025、2026年省政府工作报告,入选省重大科技创新工程;山东文化数据中心写入2026年省政府工作报告。

# 小小假睫毛,“翘”动全球七成市场

## 探访平度假睫毛产业,看1毫米纤毛如何重塑世界审美



记者 张如意 王赞 青岛报道

2020年6月的一个深夜,胶东半岛的一间厂房里,撕扯胶带的刺啦声彻夜不停。

屋内堆满快递盒,一片忙碌。张丽颖和母亲席地而坐,飞速打包、封箱。那一晚,她们毫无倦意,只感到一阵前所未有的振奋——家里的货架,竟在一夜之间被“搬”空。

此前,张丽颖一直靠线下展会推销假睫毛,一天能谈几十个客户已属不易;而这一晚,仅凭一条不到10秒的短视频,成千上万陌生顾客蜂拥而至。这是青岛平度假睫毛厂厂长张丽颖做抖音电商以来的首次“爆单”。

那一刻她隐约感觉到,这根纤细的假睫毛,即将掀起一场远超想象的“蝴蝶效应”。

### 一条短视频拯救一家小工厂

把时钟拨回2020年6月之前,张丽颖还在为线下的生意发愁。她是学纹绣出身,开过美容院,后来听了亲戚的建议,一头扎进了假睫毛行业。那时的生意逻辑很简单:市场上流行什么,就做什么;客户要什么,就给什么。直到2020年疫情突袭,线下展会停摆,美容院关门,由于上游原材料中断,订单压着却生产不出来,生意按下了暂停键。

为了活下去,张丽颖把目光投向了抖音电商。起初,她像个懵懂的新手,直播只是讲解一下卖点、示范下佩戴,不仅没流量,甚至有些手足无措。

转机往往藏在最朴素的细节里。那是账号发布的第五条视频,没有炫酷的剪辑、没有复杂的脚本。镜头对准了一款普通的“三叶草”假睫毛,张丽颖手里拿着镊子,一根一根地用力把假睫毛从卡纸上夹下来。



张丽颖的工厂里,几乎都是女员工。

一下,两下,三下,“看,每一根都不散根……”

视频只有短短10秒,却击中了无数美睫师和消费者的痛点——不散根,意味着品质,意味着好用。

“其实真的是大道至简:产品即内容。”张丽颖后来复盘时感慨,“当产品力足够强,能解决用户的痛点,不需要任何花哨的包装。把产品最真实的一面摆在镜头前,就是最好的流量密码。”

这条视频获得1.7万次播放。数字看似不大,但在精准算法推荐下,它像一颗火星掉进了干草堆。那天晚上的爆单,直接卖出了200多单,拯救了这座小工厂。

“以前做线下展会,就是跑断腿,去敲1000家门,可能有100家让进去聊,最后可能只有10家买我的单。”张丽颖回忆起那个夜晚,语气依然激动,“但在直播间,几万、几十万人瞬间就看见了我,接受了,还真的下单了。”

### 直播间“零距离”反馈启发出来的“一毫米”

销量爆发了,但张丽颖并没有止步于“卖货”。在电商平台,张丽颖发现了一个过去做传统批发时从未有过的优势——“听劝”。

在传统的线下批发模式里,厂家和终端用户隔着层层经销商,厂家很难听到消费者的真实声音。但在直播间,反馈是即时、滚烫的。

张丽颖开始高频地刷抖音,盯着直播间的每一条弹幕,翻看每一

条评论。她发现,假睫毛的生意技术门槛不高,要想卖得好,用户痛点才是最关键的一环,而抖音就是洞察趋势最直接的渠道。

那款后来卖爆全网的“1mm短根山茶花”,最初灵感就来自直播间的一条弹幕。

以往把货卖给代理商,线下美容院,信息经过层层过滤,到了厂家手里早已失真。但在直播间和评论区,客户的声音是滚烫且直观的。正是这种“零距离”反馈,让她捕捉到一个被行业忽视已久的痛点。美睫师们操作时,会惯性地吧假睫毛根部切掉一刀,戴上更服帖——她灵光一闪:“为什么不在出厂前就切好?”

于是,张丽颖打破了行业惯用的2mm根部标准,“1mm”的假睫毛诞生。不出意外,上市即爆单。“听劝”的反馈来得如此直接,假睫毛的行业天花板或许并不高,但张丽颖相信,只要“听消费者的劝”,一定还能做点什么。比如,有消费者说,“我想要更翘的假睫毛”。

张丽颖敏锐地感知到,“国潮”正在各行各业崛起,但在假睫毛领域,大家还在盲目照搬欧美的标准。“欧美的妆容讲究‘卷’,因为西方人天生毛发卷曲;但东方人的面部线条是柔美、舒缓的。”张丽颖在反复研究妆容后悟出了门道,“中国女孩需要的不是夸张的‘卷’,而是灵动的‘翘’。”

基于这个洞察,张丽颖做了一次大胆的融合创新:将“1mm短根”与“国风翘度”结合,“1mm短根山茶花”由此诞生。这款新研发的“国风山茶

花”假睫毛,既去掉了多余的根部负担,又摒弃了死板的卷度,上眼后呈现出流畅的线条感,能自然拉长眼型,完美契合了东方审美。

效果立竿见影。借助抖音的一场活动,这款产品迅速引爆,从最初的尝试期直接进入“大爆”状态,累计卖出了两百万盒。

“这一毫米的改变,不仅仅是工艺的调整,更是对用户审美的理解。”张丽颖感慨,那一刻她觉得自己的团队是在做一件有创造力、能引领潮流的事,“我们从井底跳了出来,看到更大的天空。”

### 销量指数级增长倒逼供应链脱胎换骨

销量的指数级增长,倒逼着后端的供应链必须脱胎换骨。

2021年双十一,桃花优品迎来大爆单。然而,巨大的流量还没来得及转化成喜悦,就变成了惊吓。因为大量环节还依赖人工记忆和手写单据,仓库里乱成一锅粥,错发、漏发的问题频出。

那次“翻车”对张丽颖刺激很大。痛定思痛,她决定新建工厂,彻底推行数字化改造。“每一次爆单,既是压力,也是推动整个工厂甚至当地相关企业一起升级的一次机会。”

如今的桃花优品,不再是当年的家庭作坊。从2020年到2023年,工厂连续三年扩建,占地面积每年都翻一番。为了配合电商的快节奏,仓储、打包环节全部实现了数字化管理。这股力量甚至带动了整条产业链——周边的包装厂、原材料供应商,都跟着桃花优品的节奏,完成了一次从“作坊”到“正规军”的产业升级。

张丽颖的突围,并不是孤岛上的胜利,而是整个青岛平度假睫毛产业带,在电商时代的一次集体爆发。

作为行业“领头羊”之一,桃花优品就像一个缩影,映照出产业带的蓬勃生机。数据显示,过去一年,青岛平度假睫毛产业带GMV超过10亿,产业带商家总数超过2300个,撬动全球七成市场。其中有24个像

张丽颖初创时那样的小商家,实现了从0到百万级的跃升。

### 心灵手巧的“娘子军”扮靓全球女孩妆容

在张丽颖的工厂里,有一道独特的风景线——这里几乎是一个“全女班”。

假睫毛的生产,看似简单,实则是极度考验耐心的精细活。一排细若游丝的睫毛,既要保证翘度、长度、整齐度完全一致,还要在无数个半成品中,挑出哪怕只有针尖大小的灰点。

胜任这份工作的,大多是当地女性。“其实我们车间的女性,更多都是宝妈。因为她们要接送孩子,需要时间自由。”张丽颖自己也是一位母亲,她深知女性在家庭与工作之间平衡的艰难,“尤其是车间的小主管,生完孩子回来后,同理心强了很多。”

为了留住这些“娘子军”,张丽颖制定了非常人性化的管理制度:工作时间灵活,方便接送孩子;工作氛围包容,不搞刻板的打卡。

在这个原本就业机会并不算多的小城,桃花优品提供了一份体面的收入和尊严。

“看着她们靠这份工作改善了生活,有了更足的底气,这是比任何爆品都让我感到温暖的成就。”张丽颖感慨道。

那些曾经围着灶台转的双手,如今正在生产线上灵巧地飞舞,制造着销往全球的“美丽产品”。她们生产的每一盒假睫毛,不仅扮靓了远方女孩的妆容,也点亮了自己家里的灯火。

从一条10秒的短视频,到一家现代化的工厂;从一根被算法选中的假睫毛,到一个带动地方就业的产业标杆,张丽颖和桃花优品们的故事,正是无数中国中小商家在数字时代突围的缩影。

兴趣不仅是消费的契机,更是连接人与物、传统与现代、供给与需求的强大纽带。它让一根不起眼的假睫毛,变成了很多人的日常自信,也变成了一个地方的就业机会和产业升级的动力。