

山东潍坊：风筝产业一飞冲天

□ 本报记者 王诗培

近日，山东省潍坊市人民政府新闻办公室、第37届潍坊国际风筝会筹委会办公室宣布，第37届潍坊国际风筝会将于9月26日开幕。今年的风筝会将举办31个省市区的风筝精英比赛、万人风筝放飞活动、全国传统风筝扎制大赛等活动，一系列风筝主题文创产品也将在风筝会上亮相。

近年来，在风筝会的带动下，潍坊市风筝产业快速发展，风筝企业和经营户达到300多家，风筝产业链从业人员10多万人，风筝及相关产业年产值超20亿元。

节俭助推产业发展

潍坊是风筝的故乡，风筝文化源远流长。明清时期，风筝在潍坊民间开始普及，潍坊民间精湛的风筝扎制工艺和高超的放飞技巧被世人称道。新中国成立以后，潍坊风筝民俗文化得到进一步弘扬和发展。

1984年，潍坊市委、市政府鉴于风筝民俗文化在当地的独特优势，创办了首届潍坊国际风筝会，并邀请了11个国家和地区的18支风筝代表队进行风筝放飞表演，从此，潍坊国际风筝会每年举办一届。1988年4月1日，在第五届潍坊国际风筝会期间，经各国风筝协会代表会议竞选，潍坊市被一致推举为“世界风筝之都”。1989年4月1日，经国务院批准，国际风筝联合会也在潍坊成立，标志着潍坊成为世界风筝文化交流传播中心。

潍坊国际风筝会综合服务中心主任张建伟表示，风筝会的举办直接促进了风筝产业的发展。“风筝会举办之初，潍坊市仅有20家风筝企业，规模小、效益低，多是手工作坊。随着风筝会的举办，潍坊风筝的知名度不断提高，国内外销量不断增长，风筝企业数量也迅速增多。”张建伟介绍，目前，潍坊每年生产风筝约1.2亿只，产品主要销往温州、义乌、广东、以及欧美等地区。坊子区的王家庄子村和寒亭区的杨家埠村已成为主要的风筝生产加工基地，寒亭区杨家埠大观园成为主要的风筝旅游展示销售地，奎文、潍城两

区除了有70多家风筝厂家外，还有风筝零售实体店300余家。风筝衍生产品涵盖服装类、饰品类、文具类、玩具类、茶具类、餐具类、工艺类等多个领域。

另外，每届风筝会期间，各种展会、推介会、洽谈会吸引着大批中外客商参与，风筝会作为招商引资平台的作用更加突出。

政府加大扶持力度

随着风筝产业朝着规模化、集团化、高端化发展，潍坊市也加大了扶持力度。

潍坊市委宣传部副部长李传江表示，为了扩大高端优质风筝如精品传统风筝、现代风筝、动力风筝和冲浪风筝的生产规模，潍坊建立了风筝产业统计指标体系；设立风筝产业扶持资金，用于鼓励风筝企业采用新材料、新技术制作高附加值的产品；支持坊子区王家庄子村和寒亭区杨家埠村创建风筝文化特色小镇；鼓励支持风筝企业走出去开拓国际市场，宣传中国文化；加强资源整合，促进潍坊风筝、风筝生产厂区分化，推进建设国际风筝文化产业园，并吸引外地风筝企业落户产业园；通过合理规划，建立风筝产业生产集聚区，打破目前单家单户小作坊式的生产模式，打造现代化风筝生产企业；完善工艺流程，加快生产环节专业化分工，逐步提高生产效率，实现风筝生产规模化、集中化、产业化、效益化。

李传江介绍，潍坊市核心区奎文区建设了风筝电商产业园，便于对风筝企业的统一管理和服务，方便快捷物流配送，辐射、带动其他县市区。在风筝生产相对集中的坊子区王家庄子村，潍坊打造了电子商务淘宝村。

龙头企业引领行业

张建伟介绍，近年来，风筝会综合服务中心始终注意紧抓龙头企业和领军人物，要求他们搞好“传帮带”，带好徒弟，传承好潍坊风筝制作技艺。2006年5月，潍坊风筝制作技艺被列入第一批国家级非物质文化遗产名录。



风筝手艺人展示自己制作的风筝 陈晨摄

风筝会综合服务中心专门挑选了50位风筝专家到当地高职院校进行深造，并通过举办风筝设计高级研修班来培养后继人才。风筝会综合服务中心还高度重视潍坊风筝知识产权，注重风筝商标、专利的保护，逐步规范潍坊风筝市场和交易秩序，使潍坊风筝产业走上了一条健康、可持续发展的路子。

潍坊天成飞鸢风筝有限公司是一家集产品设计、生产、销售、展览、服务于一体的文化产业公司，也是国家级非物质文化遗产项目(潍坊风筝)传习所和非物质文化遗产传承基地。

作为一级国际风筝工艺大师、潍坊风筝行业的代表人物，潍坊天成飞鸢风筝有限公司总经理王永训表示，公司除了做好传统风筝的传承，还积极研发各种风筝衍生品，产品远销至欧洲、美洲、澳洲及东南亚等地，同时还到法国、美国、葡萄牙、马来西亚、韩国等多国宣传潍坊风筝文化。近几年，国家政策及当地政府大力扶持下，在一年一度的国际风筝会为企业走向国际市场搭建了良好的平台，每年公司的出口额都达到成倍增长。

在成为一家股份制企业之前，潍

坊凯旋风筝制造有限公司就是一个小门市，只面向国内市场。2002年年初，正式成立了潍坊凯旋风筝厂，扩大了生产规模。随着国内市场的不断扩大和产品订单的不断增加，特别是通过参加历届潍坊国际风筝会，潍坊凯旋风筝厂了解到国际市场的需求，开始充分利用潍坊作为“世界风筝之都”的独特优势和资源，让产品走向国门。2004年5月28日，潍坊风筝行业第一家有限责任公司——潍坊凯旋风筝制造有限公司成立。同年，公司先后在潍坊商检局和潍坊海关分别注册了报检单位登记证书和进出口货物登记证书，有了进出口权。

为了提高生产效率，2012年，潍坊凯旋风筝制造有限公司相关负责人带领技术人员集思广益，根据本厂的生产特点，研发出了第一代自动断布机。随后，公司又设计出了第二代、第三代全自动断布机，大大提高了工作效率，降低了生产成本。据介绍，潍坊凯旋风筝制造有限公司每年都会与国际知名品牌合作。2015年3月，公司成功通过欧盟的BSCI认证，填补了国内风筝行业的一项历史空白。

盲盒成为旅游营销新“玩法”

□ 本报记者 王诗培

“玩盲盒会上瘾”的，为了抽中想要的玩偶，我曾经一次买几十个一起拆，看着收集到的一墙玩偶，心情特别好。”网友豆豆说，她将自己拆盲盒的过程发布在社交平台上，吸引了几十万的“粉丝”，这让她很有成就感。

盲盒源自日本的福袋，是指将玩偶或动漫影视作品的周边放进未经标识的盒子中，消费者只有购买并打开才会知道自己抽中了什么。近两年，以“泡泡玛特”为代表的潮玩企业将盲盒带到了广大青年人中，引发了“盲盒热”。2019年，“泡泡玛特”创造了16.8亿元的营收，不少景区和文创企业看到了盲盒市场的无限潜力，开始研发自己的IP盲盒产品。

令人“上瘾”

盲盒收藏爱好者火花表示，“抽盲盒”这个爱好是需要建立在一定消费能力上的。从2016年“入坑”以来，她每个月工资有三分之一都花在购买盲盒上。“‘抽盲盒’的不确定性让人‘上瘾’。有时候看上一款盲盒，就想凑齐一整套，在经济允许的情况下，一整套

箱买是常有的事。”火花说。

业内把2019年称为盲盒经济的元年，据《95后玩家剁手力榜单》数据显示，近20万消费者人均一年花2万元集盲盒，购买力最强的消费者一年买盲盒耗资百万元。火花表示，盲盒中的玩偶是自己喜欢的卡通形象或是有文化内涵她就愿意购买，为此，4月故宫淘宝盲盒“故宫猫”刚上线就“剁手”了一套。

据悉，7月初，故宫上新了第二批明朝人物盲盒，目前，两批盲盒分别占领了网店热销的第一名和第二名。有网友表示，自己并不是盲盒玩家，但是故宫的文化属性让他们对这两款盲盒很有好感，也愿意买来收藏。

中国旅游协会旅游商品与装备分会秘书长陈斌表示，“故宫淘宝”每次上新都能引起消费者的共鸣，这得益于其本身文化IP的不可替代性和近些年在文创方面的创新与突破。如今，陕西博物馆、三星堆博物馆也有了自

己的盲盒文创，受到了消费者的欢迎。

除了景区自主开发的盲盒产品，还有景区委托有经验的企业开发IP产品。例如迪士尼与“泡泡玛特”多次合作，推出了米奇坐坐系列、坐坐家族系列2迪士尼公主、玩具总动员系列盲盒，受到粉丝们的喜爱。火花说，迪士尼IP盲盒是她最喜爱的盲盒系列之一，她几乎收集了全套。

前景广阔

厦门艾大师网络科技有限公司华南区域经理王亮说：“盲盒玩偶材质基本都是PVC，成本并不高。一个巴掌大小的搪胶玩具，厂家定价均在10元以下，而一个盲盒的售价通常为59元、69元，这其中品牌的经营支出，如渠道、市场、营销广告等方面的成本占比比较高。”王亮表示，目前在盲盒玩法及营销方式相对雷同的情况下，IP开发与运营是企业最应该思考的问题。“消费者认可你的IP设计，才会愿

意为这个系列的盲盒买单。”

2019年，厦门艾大师网络科技有限公司开始将“72变趣新零售”文创礼品自动售货机布局到景区、商场、地铁等人流量大的地方。王亮表示，公司计划趁着这股“盲盒热”东风，将产业布局进一步扩大，通过“文创+新零售”的方式，将富有中国文化特色的原创IP盲盒产品出口到海外。

除了像故宫、迪士尼一样推出IP盲盒产品，盲盒的“盒”里还可以装什么呢？

7月27日，“飞猪杭州旅游超级品牌日”线上活动开启。活动按照“一天四时”的理念，将杭州文旅特色分别以“清晨——经典杭州”“午后——风雅杭州”“傍晚——妩媚杭州”“夜间——活力杭州”为主题进行“杭州城市盲盒”打造。这款盲盒包含了联名限量手办、茶叶、张小泉剪刀等杭州特色产品及酒店房券、下午茶券、SPA券等。整款系列盲盒充满杭州特色，拓展了

为姐妹们“织梦”的肖跃莲

□ 本报记者 高慧

在湖南衡阳，有一个以纯手工编织为主要产品的蒸湘腾跃工艺厂。这里是重度残疾人、贫困妇女等弱势群体筑梦的家。19年来，蒸湘腾跃工艺厂法人代表肖跃莲拖着幼时小儿麻痹落下残疾的双腿，带领工厂姐妹们，用一只只“小钩针”，“钩”出了上千名员工稳定的工作和生活，“织”出了雁城女性顽强拼搏的创业人生。

不断拼搏

2019年9月，在四川举办的中国旅游商品大赛上，记者第一次见到了肖跃莲。肖跃莲用胳膊架在桌子上支撑着自己的上半身，向参观者介绍用绒线编织的栩栩如生的小动物、足能以假乱真的仙人球等产品。

1995年，33岁的肖跃莲下岗了。因为身体残疾，再就业非常困难，为了生存，肖跃莲买了些便宜绒线编织小帽子摆起了地摊，同时积极寻找创业出路。一次偶然的机会，她得知长沙一家外贸公司有批出人意料的勾拖鞋订单后，便找上门大胆签下订单。回衡阳后，肖跃莲果断地注册了衡阳市蒸湘腾跃工艺厂，开起了公司，并带领着十几个下岗女工和残疾姐妹一同工作。肖跃莲手把手教大家编织技术，拼时间如期完成了第一个订单。

为了拓展销售渠道，肖跃莲南下北上，四处寻找订单，维持着企业的生存与发展，维持着残疾员工的工作岗位。2003年，肖跃莲只身到广东寻找客户，经历了各种困难，她仍然没有退缩，借路费，继续前行。

积极扶贫

腾跃工艺厂是一个劳动密集型的企业，十多年来，肖跃莲先后从下岗女工、残疾人和农民工等弱势群体中招收员工1000多名，为他们提供了既可以照顾家庭又能灵活就业的平台。工艺厂承担了贫困户、残疾员工所有的社保费用，还为困难员工提供多项优惠待遇。

2010年，上海世博会“生命阳光

馆”中，肖跃莲用编织绝活向世界展示中国传统工艺。她亲手钩织的玫瑰、百合和二盘花，成为世博会中国馆的永久收藏品。在肖跃莲的带领下，厂里90%以上的员工都成了技术能手，最多时员工每月有4000多元的收入。

近年来，肖跃莲积极参与“村企结对”扶贫活动，走进邵阳、怀化、衡阳等地多个边远贫困村，送技术、送订单、送客户资源，为贫困村妇女技术扶贫培训5000多人，帮扶成立扶贫车间、女红合作社10多个，送订单给扶贫车间100多万件，为扶贫车间付加工费500多万元，还想方设法为“村企结对”的扶贫车间、合作社引进客户资源。

2019年，腾跃工艺厂积极与互联网公司对接，通过“物联网+电子商务+实体经济”，打造线上线下同步营销的渠道。物流包装岗位全部安排残疾人和建档立卡贫困户工作，2019年发往全国各地的快递近百万件。

目前，腾跃工艺厂已经从手工小作坊做成了衡阳市级非遗编织知名企业。

主动出击

今年上半年，受新冠肺炎疫情影响，2020年腾跃工艺厂的外贸加工订单和客户订单急剧减少，压仓严重。

面对困境，肖跃莲主动出击，寻找客户、寻找网络营销等商机，并通过线上直播卖货拓展销售路径。肖跃莲不但要努力维持腾跃工艺厂上百名残疾人灵活就业，还要帮扶与腾跃工艺厂“村企结对”(衡阳县长安乡观花村、衡南县云集响鼓村、祁东县深官厦村)3个驻村扶贫车间60多名建档立卡贫困户的居家工作。

为了帮助贫困残疾人家庭解决基本生存问题，肖跃莲特意将订单工作安排给贫困户员工居家生产，厂里不拿分毫利润。她还对员工进行线上直播、美工设计、文案制作、网络营销等培训，带领大家一起通过线上平台开拓新的市场。2020年1—6月，肖跃莲分发贫困户订单30多万件，付加工费20多万元。

你莫属的，要么研发的IP有创意、有意义，能抓住年轻人的心。可以从当地的景区文化、消费场景等方面进行融合创新。”另外，“限量”是潮流玩具持续已久的一种传统，和普通商品不一样，把潮流玩具做成艺术品，有收藏的价值，控制数量也是其中一个方面。景区开发的文创商品一般都是大众化的，如何将“限量”和大众化平衡好，也是“玩转”盲盒经济的关键。

王亮表示，一款盲盒“玩得转”，一是有故事、有文化内涵，二是营销做得好。一款盲盒对消费者产生吸引力的原因在于限购、新品、收藏等，这也给盲盒增添了一份无形的“价值”暗示，从而使购买者产生了优越感。当然，没有背景故事的玩具IP也有很多，比如日本的“暴力熊”、Hello Kitty、熊本熊等，都是靠内容大火的，他们的商业模式基本是以周边、衍生品和品牌授权为主。

陈斌建议，景区未必非得通过手办娃娃的形式进行营销，款式各异、实用性强的日用品均可植入盲盒的玩法，博物馆内的图书、文化衫也可以打包成盲盒进行销售，最主要的是要用好的东西来做盲盒。

增城全域旅游观察之五

产业融合促发展 工业旅游有看头

提起工业，许多人脑海中便会浮现生产车间的场景，近年来随着“工业+旅游业”的产业融合发展，工业旅游有了更多趣味。在广州市增城区，产业融合有效助推了增城全域旅游发展，这里既有“老厂房”活化而成的“1978电影小镇”，也有提供开放式游览的天天洗衣博物馆，集参观体验、创作鉴赏于一体的国际印章文化交流中心，工业旅游让游客大开眼界。

据了解，“天天洗衣”是华南地区最大的洗护品牌，拥有世界上最大的中央智能洗护工厂，并打造了全球首个洗衣世界文化博物馆以及全民衣物微生物细菌检测中心。“‘天天洗衣’工业旅游项目刚刚启动时，不少游客都提到很难想象一个洗衣企业能够作为景区对外开放，参观之后才发现洗衣原来还有这么大的学问。”天天洗衣相关负责人说，“天天洗衣”自2018年开始启动园区参观工业旅

游项目，发挥其在工业、行业方面的优势，深入挖掘文化底蕴，打造洗衣特色之旅，建设成效初显。

洗衣世界文化博物馆展示面积近1000平方米，从洗衣方式、衣料发展、洗衣科技等洗衣文化的不同角度，展示了从远古时代至今人们生活情境的历史变迁。通过博物馆内的时光隧道，游客还可以进入工厂，直观地感受世界级智能化洗衣中央工厂的工艺流程。每逢节假日或者周末，洗衣世界文化博物馆都会举办参观游览活动，让中小学生在亲子游、长者都可以参与其中，在现场通过互动游戏、洗衣科普知识讲解、手工DIY等方式深入了解和探索洗衣世界的奥秘。2019年，“天天洗衣”获得“增城区全域旅游示范区示范单位”称号。

与洗衣世界文化博物馆邻近的国际印章文化交流中心也是增城区在工业旅游上的积极尝试。国际印章

文化交流中心包括印章体验馆、名人堂、数字化多功能大厅、全球产品展示专区、DIY体验馆等多个部分。其中，印章体验馆展出了清帝25宝以及各式各样极具代表性的印章，以印章展品陈列及解说的方式，叙述印章从夏商时期的甲骨文一直到现在的历史变迁。在DIY体验馆提供印章制作相关材料、工具与现场教学，游客可亲身参与体验印章制作过程，感受传统工艺的魅力。

此外，环保企业精心打造的工业旅游同样值得关注，广州市第六资源热力电厂环保科教中心是增城区首家以城市生活垃圾焚烧发电为主题的环保教育展厅。自环保科教中心建成至今，先后接待社会各界人士参观学习243批次，累计接待游客5400余人次。公众行走在流线顺畅的环保科教中心参观通道中，可以看到垃圾“变废为宝”的全过程，并享受学习

的乐趣，激发保护环境意识，达到“寓教于乐”的目的。同时，环保科教中心还举办形式多样的科普宣传活动，如专场讲座、科普资料进社区发放、科普知识竞赛、观看科普视频短片、参观生产设施和现场咨询、展板展示、公众开放科普日活动等，推动城市生态文明建设。

除了在游览体验上下足功夫，增城区工业旅游还通过文创产品的开发做出特色。增城新塘是全国闻名的“牛仔之乡”，曾经全国60%的牛仔服装来自新塘，全国30%出口的牛仔服装来自新塘。走进广州市章镇服饰有限公司(以下简称“章镇”)，琳琅满目的牛仔工艺品就如同一个小博物馆一般，各种各样的牛仔仔、牛仔花艺、牛仔画、牛仔旗袍/唐装、牛仔伴手礼等，或巧夺天工、或温馨浪漫，让游客惊叹于手工艺的无限创造力。章镇服饰致力于开发设计各

式各样的牛仔工艺品，牛仔工艺品的出现为增城形象推广提供了多种可能，已然成为增城独具特色的旅游商品。文创作品《鸡年荔枝儿》将增城符号荔枝与牛仔完美结合，大赛广州首届旅游商品创新设计获得工艺

美术品优秀奖。

一个个形式内涵丰富的工业旅游景点为游客提供了创新玩法，同时拓展了增城旅游业新业态，有助于讲好增城工业故事，实现旅游发展全域化。(郑宏敏)

