

年终专稿

迎难而上 旅游商品行业“新”字当头

□ 本报记者 王诗培

2020年是不平凡的一年,虽然它始于一个“暂停”的灰色冬天,但在旅游商品行业,全国各大景区、博物馆等积极应对新冠肺炎疫情影响,根据市场需求、地域特色、民族特色、文化个性不断创新,开发系列旅游商品,不断满足游客的多元化需求。

特色品牌有创新

2020年11月8日,2020中国旅游商品大赛颁奖典礼在浙江省义乌市国际博览中心举行,来自17个省市自治区的641家企业和机构集中展示了参赛作品。这些作品大多由各省市自治区举办的旅游商品大赛选拔而来,参赛单位充分利用本地特色物产资源和特有文化资源进行开发创新,打造出极具个性化的旅游商品。

中国旅游协会旅游商品与装备分会秘书长、中国旅游商品大赛专家组组长兼评审委员会主任陈斌介绍,今年的参赛作品有生活化、科技化、特色化、时尚化等特点,涉及吃穿用等各个方面,仿佛把超市都搬进了比赛现场。有大量企业第一次参赛,并带来了不少惊喜。



游客挑选文创商品。 陈晨 摄

获得大赛金奖的“虎小将”文创系列产品由广州市文化广电旅游局指导、西汉南越王博物馆选送。西汉南越王博物馆参照馆藏文物中极富南越特色的文物,采用不同工艺和原料,精心设计了200余种文创产品,组成了文化用品、生活用品、时尚服饰、摆件系列、专题书籍、非遗系列、“虎小将”IP等共七大系列。其中,以“错金铭文铜虎节”为原型的“虎小将”是具有代表性的文物IP形象。虎节造型为蹲坐在地上的猛虎,上有错金铭文“王命车駟”字样。文创工作人员提炼了一系列关键元素,设计出一只勇猛有力、虎虎生威的小老虎形象,并将其命名为“虎小将”。目前,“虎小将”文创IP系列已开发了公仔摆件、定制版保温杯、文具套装、钥匙扣、五折防晒伞等系列产品,兼具观赏性和实用性。

由河北古城香业集团股份有限公司选送的“菩提·古法熏香养生系列”香文化产品因符合大赛“突出健康生活”主题而获得金奖。古城香业是河北省非物质文化遗产——清宛传统制香技艺保护单位,其古法熏香产品不仅可以用来养生保健、修身养性,而且具有深厚的文化内涵。

陈斌表示,旅游商品要围绕生活、

需求、科技和未来进行设计,最好能体现出特色文化、特色物产、特色工艺和特色品牌。因此,设计者必须要紧跟时代潮流,勇于创新,注重旅游商品的新类别、新功能、新口味、新品种和新器型,层层推进,以“新”带动发展与进步。

文创营销有新意

2020年,虽然疫情使旅游行业步履艰难,但各个旅游商品企业和文创研发单位积极探索新的营销模式,不断寻求合作机会,制定个性化产品研发方案,以期实现逆境突围。

如今,依托馆藏资源,开发集审美、文化和实用价值于一体的文创产品,已经成为许多博物馆的共同选择。同时,博物馆将内容数字化与在线教育、艺术普及等功能密切结合,并灵活运用5G、全息投影等新兴数字技术,让文创产品更具沉浸感和交互性。在疫情防控期间,人们见证了云端带货的巨大潜力。2020年5月18日世界博物馆日,海南省博物馆开展了丰富的线上展览和直播活动,通过“直播+销售”,促进文创产品的宣传和推广。

借助数字技术手段、打破传统文创营销模式的典范是故宫博物院。除了在微博、微信公众号、短视频传播平台等新媒体上用生动有趣的方式普及历史知识,吸引大众关注,文化节目《上新了·故宫》也是故宫博物院吸粉的一大利器。该节目第三季最后一期中,臻味坚果联手《上新了·故宫》文创新品开发员邓伦、魏晨、聂远,以及西安美术学院、江南大学的学生,共同推出了两款“臻味坚果X上新了·故宫联名坚果礼盒”,将紫禁城600年文化元素与年轻设计力量相结合,美观且实用。

老字号品牌企业也不甘落后。海南南国食品实业有限公司已深耕海南“椰味食品”多年,形成固体饮料、糖果、休闲食品、果蔬制品、调味品等五大系列、100多个品种、300多个规格的系列产品。最近,海南南国食品实业有限公司结合年轻群体的时尚玩法,推出了一款椰子大礼包盲盒产品,包含“向往的椰家”“理想生活礼包”“乘风破浪的小姐姐”等八大主题盲盒,以及椰子粉、椰子片等8种不同食品的

搭配,新意十足,受到消费者欢迎。

非遗扶贫有新绩

在今年中国义乌文化和旅游产品交易博览会文旅融合主题馆的“非遗+旅游”展区,各种各样的非遗文创产品引来游客围观。来自全国10余个省份的国家级非遗项目传承人现场做展示与技艺表演。

近年来,不断有非遗产品融入现代元素,吸引年轻人的目光,引领国潮,并带动扶贫就业。在苏州高新区镇湖街道的苏绣小镇,长1700余米的绣品街、占地8000平方米的中国刺绣艺术馆和建筑面积2.1万平方米的刺绣艺术展示中心,形成了“一街、一馆、一中心”的产业集群优势。其中,旨在定向培养创新型刺绣人才的苏州工艺美院织绣班是镇湖街道聚力推进的产学研合作项目,众多苏绣艺术家应邀到织绣班担任教授,为培养实用型、技能型、创业型高素质苏绣人才奠定了坚实的基础。

2020年12月23日,在国新办召开的新闻发布会上,文化和旅游部非物质文化遗产产司相关负责人介绍,目前,国家级贫困县共设立非遗扶贫就业工坊近1000家,为当地脱贫攻坚贡献了力量。比如,西藏自治区尼木县设立了10个非遗扶贫就业工坊,为152户建档立卡贫困户提供就业岗位,受益群众达560多人,人均月收入3000多元。贵州松桃苗族自治县的石丽平是松桃苗绣的代表性传承人,也是中国非遗传承人研修研习培训计划的学员。2016年,她参加研修培训计划后,以自己创办的企业为主体,培养了1万多名绣娘,带动了28个乡镇的3800名妇女就业。

从文化和旅游部到各地文化和旅游部门,从各大文化和旅游领域博览会到各大网络平台,2020年非遗产品的线上直播推广、销售都是主办方的热门项目。在2020年文化和自然遗产日期间,文化和旅游部非物质文化遗产产司会同商务部流通发展司、电子商务司,国务院扶贫办组织阿里巴巴、京东、苏宁等8个网络平台,联合举办“非遗购物节”。据不完全统计,有近6500家店铺参加此次“非遗购物节”,涉及非遗产品8万多种、各级非遗项目约4500项。

不断优化品牌布局

今天的中免集团已与全球近1000个世界知名品牌建立了长期稳定的合作关系,同时,经过多年的国际化竞争发展,中免集团全面巩固自身在免税市场的地位。

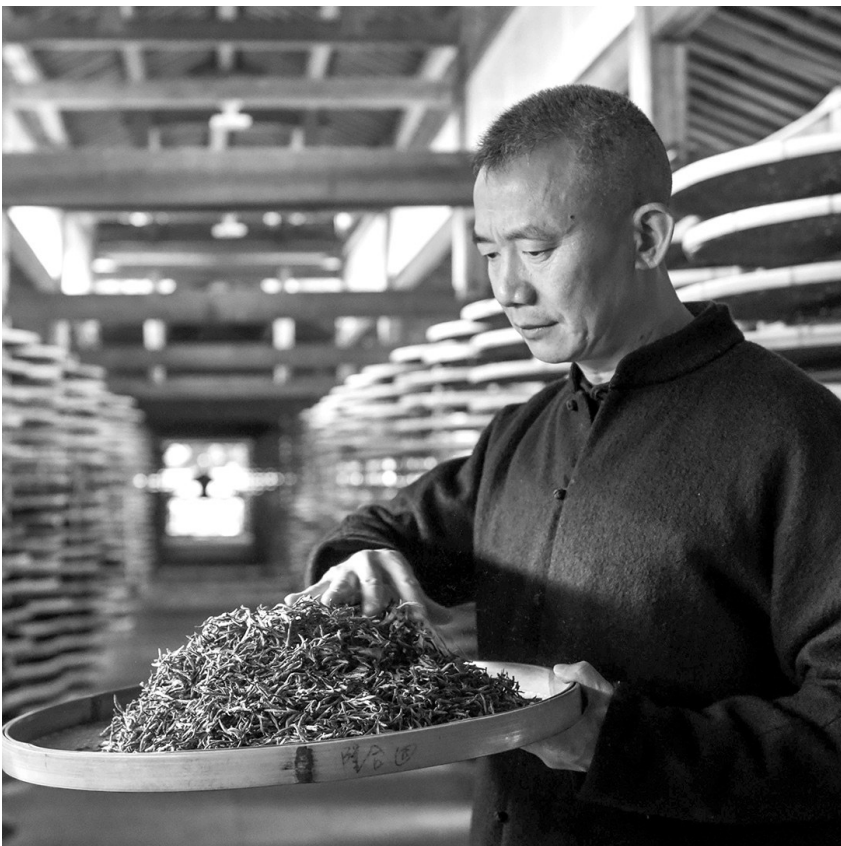
2020年8月,全球知名旅游零售杂志《穆迪戴维特报告》发布的2019年全球旅游零售商排名显示,随着国内一系列鼓励消费的政策落地,中免集团及其海南离岛免税业务已成为全球旅游零售市场的“灯塔”,预计中免集团将登上2020年全球旅游零售商排行榜榜首。

在业内人士看来,“双循环”经济思路下,免税行业消费人群精准定位于大量存在海外消费行为的国内居民,免税业务正在成为引导消费回流的有效工具。而中免集团在国际竞争中的身位领先,对刺激海南离岛免税效应的持续释放和引导境外消费回流,具有积极影响。

关于未来在海南离岛免税市场的发展,中免集团也给出了明确的答案。在母公司中国旅游集团的大力支持下,中免集团将继续纵向深耕优化品牌布局,横向扩充丰富商品品类,以满足不同消费者的购买需求。



三亚国际免税城是游客海南打卡的热门目的地之一。 中免集团供图



杨丰观看茶叶的萎凋程度。隆合茶业有限公司供图

传承白茶技艺 带富一方百姓

——记福建非遗传承人杨丰和他的非遗扶贫工坊

□ 本报记者 吴健芳

“据《政和县志》记载,北宋徽宗喜爱关隶县进贡的银针,将‘关隶’改为‘政和’,政和也成为中国唯一因茶得名的县……”日前,记者在中国白茶之乡福建省南平市政和县隆合茶书院见到杨丰时,他正在给慕名前来研学的游客介绍政和白茶。

杨丰是福建省级非物质文化遗产保护项目《白茶制作技艺(政和)》代表性传承人,他创办的政和隆合茶书院被列入福建省非遗扶贫就业工坊示范点。近年来,依托非遗工坊这个平台,杨丰积极宣传推介政和白茶,传承白茶制作技艺,带动当地村民就业,走出了一条非遗带动脱贫致富路。

做一个有文化的茶农

政和白茶历史悠久,可追溯到唐代末年,到了宋代,政和已成为“北苑贡茶”重要产地之一,白毫银针备受推崇。

杨丰说:“我从小就生活在茶区,推开家门就是一片翠绿的茶山。父亲是一位老茶农,孩童时代记忆最深刻的就是父亲忙碌制茶的身影,茶早已融入我的骨子里。”杨丰高中毕业后就跟随林应忠师傅系统学习白茶的制作技艺,并于1993年开办了政和县鑫隆茶厂,主要经营茉莉花茶、白茶、红茶生产加工等。

一次外出考察,杨丰看到漳浦的天福茶庄、武夷山等地都是把茶与文、教育相结合,打造成为茶产业园。这让杨丰下定决心,做一个有文化的茶农,“政和的白茶有丰富的历史文化,我要扎根下来,把白茶的文化属性点亮起来,吸引更多的人爱上政和白茶。”

2006年,杨丰成立了福建政和隆合茶业有限公司,并在武夷山开了第一个店铺“中国白茶”,向中外游客宣传推广政和白茶。2007年,杨丰参加南平市首届“凯捷杯”茶王大赛,获得政和白茶茶王的称号。“这对我是一次极大的鼓舞,让我更加有自信,一定要把白茶推广做得更好。”杨丰说。

为了让游客了解白茶文化,2015年,杨丰创办了政和隆合茶书院,下设国学堂、茶叶博物馆、茶叶审评室、样品库、茶叶加工技能大师工作室等集观光体验、科研实践、教育培训、非遗技艺传承于一体的综合性茶文化空间,是全国首家以白茶为主题的茶文化体验基地。目前,书院内藏有各类国营茶厂标准样、原箱出口茶、年份茶、外销茶逾200吨。

在隆合茶书院,沿着回形走廊,可以看到茶叶生产的全过程。书院里最有特色的当属廊桥式的萎凋(制茶工艺)车间,它是全国唯一的旱地廊桥。杨丰表示,把世界非遗的建筑工艺和自然科学相结合,既复原了白茶最传统的制作,还吸引了众多游客前来打卡观光。

2020年,政和隆合茶书院(白茶制作技艺)被福建省文化和旅游厅列入省非遗扶贫就业工坊示范点。杨丰表示,下一步,将依托工坊平台,不断宣传推广白茶,把游客请进来,做大做强政和白茶品牌。

让白茶技艺代代传承

经过多年发展,当年的鑫隆茶

厂,如今已整合发展成为福建省隆合茶业有限公司,成为一家集白茶、红茶等多种茶叶生产、销售、科研,茶文化传播和生态观光于一体的综合性企业。目前,公司在政和县铁山镇、星溪乡、外屯乡等乡镇都建有生态茶园和有机茶园。

杨丰坚持用最传统的工艺,即全手工制茶法制作白茶。白茶制作技艺首要环节是对白茶原料的把控。为确保茶叶品质,公司每年都请科技人员深入乡村对茶农进行茶叶栽培技术和生产管理技术培训。经统计,近三年来,公司已开办培训班7期,培训农户400多人次。

为了传承白茶制作技艺,杨丰招收学徒,开展培训。90后的魏重平是杨丰的学生,2011年来公司上班。魏重平说:“老师不仅教我制茶技艺,还常教我做人的道理。做茶的人,首先要勤快,不能因为惰性影响到茶品质。”

另外,杨丰还利用世界有机农场机会组织的志愿者报名平台吸引来自美国、加拿大、墨西哥等国家的志愿者前来游学。杨丰介绍,“茶书院走廊上的所有字画都是这些年来游学志愿者们画的。一片茶叶、一杯茶,可以架起各国之间友谊的桥梁。所以我们要把茶品质做好、茶文化说好,让更多的外国人来体验茶文化。”

带领村民走致富路

近年来,隆合茶业有限公司积极推动优秀非遗创造性转化、创新性发展。依托非遗扶贫工坊这个平台精准扶贫,引导村民参与茶叶生产经营,招收贫困户进厂就业,有效带动村民增收。

公司成立了扶贫工作领导小组,并通过“公司+科研+基地+农业合作社+农户”等帮扶形式,带动茶农增收。“我们直接与108户贫困户签订了帮扶协议,对贫困户所产茶叶优先收购。核定茶叶收购保护价并适当增加价格补贴等方式让贫困户受益,增加收入。据统计,这108户贫困户每年增收达30多万元。”杨丰说。

周志华是政和江上村的茶农,原来家里只有七八亩茶山,一年卖茶青(从茶园里刚采摘下来的叶子)收入只有4千元到1万元不等。“2010年,我认识了杨丰老师,他教我管理茶山。如今,我自己拥有20亩茶山,另外还帮忙收购其他茶农的茶青。今年我的纯收入已经有30多万元,没有受到新冠肺炎疫情的影响,这都离不开杨老师的帮扶。”周志华说。

另外,公司对新入厂的贫困职工进行生产操作技能等培训,全面提升他们的素质和能力。目前,公司招收常年用工贫困户12人,平均每人每年的工资收入达到了3.6万元。

铁山镇贫困户李振荣、范忠夫妻俩年纪都60多岁,在农村干不了重农活,没有其他经济来源,生活十分困难。杨丰知道后主动把他们列为扶贫帮扶对象,招收进公司从事轻便活,年工资收入达到6.4万元,成功摆脱了贫困。

公司每年还拿出资金开展捐资扶贫助学活动。2019年11月,公司专门组织义卖,所得收入2.7万元全部捐赠给铁山镇中心小学,用于扶贫助学;去年疫情期间,公司向武汉等地捐赠了价值约66万元的茶叶。

离岛免税新政实施半年 中免集团演绎精彩“海南故事”

□ 本报记者 陈富钢

在海南离岛免税新政等一系列利好政策的引导下,海南离岛免税购物呈现爆发态势,成为拉动内需、提振消费,尤其是吸引境外消费回流的强劲动力。

海口海关数据显示,2020年7月1日至10月31日,海南离岛免税新政实施4个月以来,海口海关共监管离岛免税销售金额120.1亿元,同比增长214.1%;购物人数178.3万人次,增长58.8%;购物件数1286.9万件,增长139.7%。

在免税商品日均销售额近1亿元的“惊艳”数据背后,海南离岛免税新政正成为海南旅游业复苏的重要支撑,也为国内旅游行业不断注入新的活力。

中免集团作为海南离岛免税的亲历者,正在以岛内4家离岛免税店为窗口,通过免税服务向世界讲述着一个厚积薄发的“海南故事”。

2020年12月1日举办的世界免税协会“CHINA REBORN重启的中国”线上会议期间,中免集团总经理陈国强表示,“在中央政府的政策支持和海南省的创新实践下,海南的发展潜力将超乎想象。中免集团对中国旅游零售市场持续蓬勃发展充满信心,期待与业内合作伙伴加强沟通交流,在中国市场引入更多品牌和限量商品,提供更优价格,进一步满足中国消费者的需求。”

新政红利持续释放

每人每年10万元的免税购物额度、取消单件商品8000元免税限额规定,让消费者可以尽享免税乐趣;离岛免税商品品种由38种增至45种,并大幅减少单次购买数量限制的商品种类,则进一步满足了消费者的购物需求。在海南离岛免税新政的带动下,无论节假日与否,海南免税市场的热度始终高涨,品类变得更多、价格更优惠,消费者的购买热情找到了合适的释放途径。面对火爆的购物场面,中免集团三亚市内免税店有限公司副总

经理刘斌表示,在离岛免税新政的带动下,海南成了当前旅游出行最具热度的选择之一。

据海南自贸港最新披露的数据显示,在众多离岛免税商品中,化妆品、香水、首饰分别位列海南离岛免税商品销售数量的前三名。同时,随着单件商品8000元免税限额的取消,单价超过8000元的高档免税品销售也创新高。

在海口市内免税店,宝格丽店开业两小时内便取得了销售额破百万元的成绩单;而在三亚国际免税城和海口美兰机场免税店的电子型号店,华为手机、苹果手机的一些型号也深受消费者的追捧。在品类、价格、服务的影响下,三亚国际免税城因其品类越来越丰富、价格具有优势以及服务日益完善,成为消费者去海南打卡的最热门目的地之一。

继续深耕海南市场

作为海南离岛免税业态的参与者,中免集团持续深耕海南市场,积极驶入发展的快车道。

凭借在免税市场30余年的深耕与布局,中免集团不断提升采购能力、运营能力、渠道拓展能力、数字化能力和市场营销能力,围绕价格、品牌、服务发力,借助供应链货源优势和渠道议价优势,努力让更多消费者享受到更纯粹的离岛免税购物乐趣。

尽管有政策“加持”,但是中免集团旗下三亚国际免税城、海口市内免税店、海口美兰机场免税店、博鳌市内免税店并无意“躺赢”,而是借政策“东风”,主动推出各种营销活动,以层出不穷的折扣红包以及几乎不间断的主题活动,让消费者切实感受到了免税购物天堂般的喜悦。

据悉,为了进一步丰富消费者购物体验,海口市内免税店已推出闪购活动,即每天推出不同产品限时折扣促销。2020年12月,三亚国际免税城开启“明星到店”活动季,消费者现场不仅可以和明星近距离接触,还可以体验有趣的游戏赢取雅诗兰黛明星