

江西于都：为文创产品注入“红色”基因

□ 郭晨花 本报记者 周晨

长征小夜灯、“初心渡”渔夫帽、赣南客家擂茶礼盒……在中央红军长征出发地纪念馆新游客中心特产店中，红色纪念品圈粉无数。近年来，江西省赣州市于都县以“长征精神”为核心，为文创产品植入红色基因和非遗特色元素，推出了“初心零都”“长征源·初心渡”“零嘟嘟”、禾丰珍珠粉等一系列颇受游客喜爱的主题文创产品和旅游商品。

长征文旅集结号，又称零都1934街区，位于中央红军长征出发地纪念馆内，是一个集红色书吧、时代之家、VR体验、时尚展示、老区产品及红色文创展示为一体的休闲、购物、观光文旅综合体，今年5月正式营业，如今已成为于都新晋网红打卡地。

为了吸引更多年轻游客，于都县委通过“文化+旅游”融合发展，不断挖掘新的红色IP，邀请非遗工匠、文创青年，针对不同年龄段的青年群体，制作、开发了一批形式丰富的党史学习主题宣传文化产品，不断推动于都红色文化价值的传播与发展。

于都县文化广电新闻出版旅游局设计出品的长征卡通红娃“零嘟嘟”文创系列一经上线，就成为游客们争相购买的“爆款”纪念品。“零嘟嘟”文创系列围绕鱼水情深、保守秘密、视死如归、坚持斗争、倾情奉献等14个关键词，诠释了伟大的长征精神，通过卡通红娃的形象设计，让长征精神更加贴

近年轻一代，激励广大青少年在实现中华民族伟大复兴中国梦的新长征路上不忘初心、牢记使命、奋发有为。

“于都燃”系列文创相关负责人表示，系列文创产品的主题是“心中理想信念之火一经点燃，就永远不会熄灭”。“我们用燃文化为‘红色长征精神’注入更年轻、更活力的解读，让红色文化成为日常生活美学，让红色文化和旅游更具时尚和现代魅力。燃文化产品主要分四大系列，涵盖当地特产、旅游纪念品、党建研学产品、家居生活用品、户外运动产品、红色科技体验等。通过弘扬红色文化，让年轻一代对红色文化有全新认识，让红色产品进入日常百姓生活。”该负责人表示。

此外，于都县还通过传承国家级非遗项目“赣南客家擂茶制作技艺”，深挖客家擂茶文化，对擂茶、文创产品及衍生品进行一系列研发，着力打造一个集擂茶制作、研发、销售、推广于一体的综合型文创品牌，让游客们在景区观赏擂茶制作、品鉴客家风情、体验乡野乐趣、品尝茶膳美食的同时，还能领略源远流长的赣南客家擂茶文化。

于都县长征源旅游投资开发有限公司相关负责人表示，于都文创工作有了较大突破，一批创新产品脱颖而出，一批设计人才快速成长，于都红色文创产品发展势头良好，丰富了于都文化和旅游消费市场。

“初心零都”文创品牌是于都县带

动本土服装产业加速消费升级的典范。作为一个服装产业大县，于都县委、县政府高度重视于都本土品牌发展，在“初心零都”成立之初就给予了一定政策支持，在设计、生产、研发每一个环节都有本地工厂和专业人才的身影。

为培养文创设计方面的专业人才，于都县结合经济社会发展实际，面向社会广纳人才，推出了特殊人才引进政策，吸引具备一定艺术造诣的人才加入，特别是非物质文化遗产项目代表性传承人等。同时，在县城范围

内进行专门岗位的内部选拔，广泛开展红色文化和非遗文化的专项讲座和相关培训，对人才队伍进行有针对性的能力培养和提升，带动当地文创产业和特色旅游商品创新发展。

下一步，于都县将继续加大红色文创产品研发力度，全面贯彻新发展理念，以促进文化和旅游产品供给提质、消费升级为抓手，坚持红色资源创新性转化，将于都丰富的红色文化资源优势通过文化创意赋能，转化为市场认可的高品质红色文化和旅游产品。



于都长征文旅集结号文创店展示的文创商品 贺婷 摄



浙江绍兴兰亭是东晋著名书法家王羲之的园林住所。近年来，兰亭景区以其核心文化符号“王羲之”和“书法”为依托，以“兰亭的故事”为主题，开发“茂林修竹——竹系列”“兰亭说兰——兰系列”“羲之爱鹅——鹅系列”“兰亭集序——书法系列”“曲水流觞——雅集系列”等众多旅游文创产品。这些产品既解决了景区文创产品同质化严重的情况，又通过文化输出，吸引更多游客到当地了解兰亭故事。此外，向外输出兰亭文化对于带动绍兴周边地区文房四宝等旅游商品的销售也起到了推动作用。图为游客在兰亭景区“兰亭的故事”主题文创商店选购文创产品。

本报记者 陈晨 摄影报道

游客热捧！烟台大樱桃为啥这样“红”

□ 王宇婷

近日，“全国近七成樱桃来自山东烟台”的词条空降微博实时热搜榜单第二，48小时内收获了7631.9万阅读量。数据显示，烟台樱桃产量达到全国近7成，尤其是福山樱桃，因果实个大、外观鲜艳，深受人们喜爱。

近年来，烟台农副产业不断创新，发展集鲜果种植、互动旅游与果品外销为一体的综合性产业，促进农副产品向旅游商品转化。随着国产樱桃市场占有率持续升高，烟台大樱桃不仅仅是游客购买当季特产时的不二之选，也成为闻名遐迩的“物产名片”。

种植历史悠久

2021年是福山大樱桃引进栽培的第150年。1871年，美国传教士携首批大樱桃在烟台福山区栽培，从最初的几棵幼苗发展到现在满山遍野的樱桃树，烟台的樱桃栽培走过了一段漫长的道路。

“烟台是我国最佳樱桃产区之一，地处‘黄金纬度线’北纬37°线，全年日照时间长，属于季风型大陆半湿润性气候，光照、土壤、湿度到温度，造就了樱桃种植方面得天独厚的地理优势。”烟台农科院的专家说，“如今，在烟台市场上，老百姓能看到的品种大约有二三十种，黄色、红色、紫色、黑色，软甜、脆甜、酸甜，口感各不相同。”

多年以来，烟台一直致力于提高樱桃种植技术，积极选育优质品种，鼓励果农不断提高管理技术。“从前我们村樱桃种植收益很低，为了提高

利润，增加村民收入，我们村邀请了烟台市农科院的农技专家前来指导。村里还派人到全国各地考察，引进樱桃新苗木。种植技术提高后，樱桃的亩产值从2万元增加到12万元，果然是科技改变生活。”福山区门楼镇两甲庄果农孙承洛表示，除了给予技术层面的支持，烟台还会定期举办一些相关的文化和旅游活动，扩大樱桃品牌的影响力。

6月5日上午，第十五届中国烟台大樱桃节在福山区张格庄镇东风村开幕。开幕式现场设置了镇街大樱桃专区、文化和旅游惠民消费季专区、非遗文化专区及农副产品展销专区、网红直播带货专区。网红达人对现场近50家企业的百余种商品进行线上直播宣传。现场丰富的活动吸引了不少游客的关注，家住附近的宋先生说：“我现场参与了很多有趣的活动，见证了烟台樱桃产业近些年的发展成果，衷心为家乡感到自豪。”

据悉，“中国烟台大樱桃节”已连续举办15届，是烟台大樱桃向世界展示的窗口。本届大樱桃节以“百年似少年，魅力樱桃红”为主题，由烟台市文化和旅游局、福山区人民政府主办，依托好客山东、第五届文化和旅游惠民消费季、第三届烟台市民文化节等活动平台，通过“淘宝电商”“网红直播带货”等方式宣传，旨在提高福山大樱桃和特色农业美誉度，打造更有影响力的区域节庆文化和旅游品牌。

多方协同联动

樱桃界流传着这样一句话：“中国

樱桃看山东，山东樱桃看烟台。”烟台大樱桃能够霸榜热搜、火遍全国，一方面是因为自身品质精良，另一方面也离不开各方的支持和联动。

每年樱桃季，烟台的大樱桃交易市场上除了忙碌的果农和商户，还能看到穿着红马甲的烟台农商银行工作人员为果农和商户提供各方面的金融服务。“前段时间雨水较多，樱桃裂口多，果品质量差，收入少了一些。但化肥、人力等成本较高，资金出现了缺口。烟台农商银行福山区东厅支行为我提供了贷款。”东厅村的果农李江说，当意外情况造成资金短缺时，烟台农商银行能为果农提供助农贷款，缓解资金压力。如今，烟台农商银行正围绕农民生产消费和农村产业链等方面完善服务，致力打造“三农”综合金融服务商，为烟台的乡村振兴、农民致富提供强有力的经济支持。

樱桃外销过程中，存储和运输是保证樱桃品质的重要环节。2014年，烟台机场首次执飞“樱桃航班”，至今已是第八年。自“樱桃航班”投运以来，烟台机场一直积极开发、拓展，形成了一种全新的鲜果电商销售快运模式。2021年，烟台机场的“樱桃航班”运输量预计将达5500吨。

探索新方式推广

互联网时代，烟台大樱桃的推广和宣传也与时俱进。不少农户借助各种网络平台拓宽销售渠道，发展农旅融合的体验式消费。

“农家乐刚开业的时候生意并不好，又不知道怎样宣传，很迷茫。后来

听了朋友的建议，今年在美团平台上申请了一个门店，客流增加了不少。”烟台市莱山区祁家屯一家樱桃采摘园的老板杨德军说，自家的樱桃园接待的大部分是周边地区选择短途出游的客人，但也有千里迢迢赶来只为体验一把樱桃采摘的乐趣。“电商平台为商家和客人提供了一个直接交流的平台，同时，客人的评价很直观地显示在平台上，也属于间接为商家宣传。大部分客人都会选择多摘一点樱桃带走，自己吃或送人都很合适。”

互联网电商行业的发展，推动了烟台大樱桃品牌的推广。作为一个售卖了五年樱桃的微商，张丽芳亲身体验了“互联网+樱桃电商”的发展速度。“这几年从事樱桃售卖的电商越来越多，果品质量和分拣效率都比以前高了不少，渠道也趋向多元化。靠经年累积的口碑和客户资源，我这里的销量相对稳定。但不得不承认，竞争越来越激烈了。”张丽芳说。

如今，“互联网+樱桃电商+空运”已经形成了一条完整的樱桃鲜果电商运输链。微商、淘宝、超市、果品商积极参与，与顺丰速运、邮政速运等公司直接对接，完善产、销、运、送一条龙服务，大幅提高了樱桃的空运效率，形成了一条便捷迅速的樱桃外销产业链。

在2021年天猫正宗原产地启动仪式上，烟台正式入选天猫正宗原产地，同时，村播学院、阿里巴巴属地认证中心也相继揭牌。本次启动仪式由烟台市商务局、福山区政府与天猫共同举办，标志着烟台大樱桃网络销售渠道得到进一步拓宽。

非遗记忆



李海明正在制作掐丝珐琅画 李海明陇派珐琅艺术馆 供图

指尖掐出繁花世界

——记甘肃省掐丝珐琅画代表性传承人李海明

□ 罗赟鹏 本报记者 张陵堂

出来。

不断创新

嵌一朵掐丝珐琅荷花，原本普通的茶杯便多了一丝灵动，兼具实用功能与美学气息的茶具，让人爱不释手。在甘肃兰州创意产业园李海明陇派珐琅艺术馆100多平方米的场馆内，小到耳饰、茶托、书签，大到敦煌藻井、壁画，各种各样的掐丝珐琅作品令人目不暇接。走进这里，就如同走进了一处独属于掐丝珐琅画的世界，而缔造这一世界的是中国民间文艺家协会会员、中国非遗艺术设计研究院研究员、甘肃省掐丝珐琅画代表性传承人李海明。

技艺高超

身穿对襟长衫，一手拿颜料盒，另一手正将颜料填充到身前的巨幅掐丝珐琅画中。初见李海明时，他正全神贯注地创作自己的新作品，而他的四周，挂满了大幅的掐丝珐琅画。这些画作线条飘逸流畅、颜色艳而不俗、故事内容多样，给参观者强烈的艺术震撼。

掐丝珐琅画脱胎于景泰蓝传统制作技艺，是将珐琅技法移植到画板上的特种绘画，主要材质为仿金丝及珐琅釉料。它突破了景泰蓝只能附着于铜胎的限制，将珐琅技艺拓展于平面载体，并使其产生立体效果。

“伯父是做景泰蓝的，耳濡目染，我从小就喜欢上了这门艺术。”李海明介绍，从8岁开始，自己就与掐丝珐琅画结下了不解之缘。多年学习，让李海明掌握了掐丝珐琅画制作基本工艺流程，喜爱画画的他又拜师系统学习工笔画。1997年，李海明真正开始制作掐丝珐琅画，此前他所涉猎过的刺绣、漆画、国画等美术工艺形式成为李海明日后在掐丝珐琅画进行创新创意的来源。

李海明说，掐丝珐琅主要有白描、掐丝、着色、挂釉等十道工序，其中白描、掐丝、着色三道工序最为核心，也是甄别作品品质高低的主要标准。《八十七神仙卷》是唐代吴道子创作的一幅纸白描人物手卷，代表了唐代白描技法的最高成就。而李海明临摹的《八十七神仙卷》精致而不繁复，衣袖、裙褶、披巾、彩带飘逸灵动，是不可多得的佳品之作。“对于创作一幅好的掐丝珐琅画来说，好的白描底本就是掐丝珐琅的灵魂。”李海明说。

在李海明陇派珐琅艺术馆的一面墙上，挂着一幅获得过中国民间文艺“山花奖”的作品《敦煌壁画——千手千眼观音》，此幅作品以敦煌莫高窟最精美的第三窟北壁“千手千眼观音像”为底本创作，取元代壁画优雅清秀风格，有917只观音手，每手一眼。这幅作品最大胆的创新还是在线条上，李海明凭借钻研掐丝技法几十年的实践心得，大胆向敦煌壁画借鉴灵感，从丰富又挺拔的线条表现中撷取部分运用到景泰蓝画的白描阶段，而后又以金丝将人与物的风姿展现

多年来，李海明躬身耕耘于掐丝珐琅画的传承与创新之中，不断攻克一个又一个技术难题。“早先制作的掐丝珐琅画会遇到釉料脱落掉沙的现象，这个问题如果得不到有效解决就会影响画作的寿命。”李海明经过长期研究和反复试验，探索出了砂面挂釉这一技术，实现了壁画永不褪色、不脱落。同时，李海明兼收并蓄、大胆创新，将刺绣、国画、漆画等线条之美和写意之美融会贯通到掐丝珐琅画中，并研究发明了排丝、堆丝、花丝、垒丝、螺旋丝等高难度的镶嵌技艺，增强了珐琅画的视觉冲击力。

李海明不仅技艺精湛，还善于从传统文化中汲取养分，让作品具有文化底蕴和地域特色。现今，他的创作元素除了敦煌莫高窟壁画和藻井以外，还增添了生肖系列、黄河水车、兰州铁桥、戏曲人物，甚至现代时尚人物。

不单创作具有艺术价值、欣赏价值、收藏价值的大幅掐丝珐琅画，李海明还把掐丝珐琅画延伸到乐器、镜子、家具、装饰品上，推出一系列文创产品，让艺术走进生活，走进大众视野。现今，将近60岁的李海明依然坚持每天工作10多个小时。每当创作一幅画作，他定会像敬畏生命一样去对待作品，“在我眼里每一幅作品都是有灵气的，粗制滥造是对艺术的亵渎。”李海明说。

传道授业

在李海明心里，与创作出好作品同等重要的就是将掐丝珐琅画这门技艺更好地传承下去。他自筹资金开办传习馆，面向社会收徒，先后免费培养近千名弟子。

在传授技艺的过程中，李海明不光严以律己，也同样严格要求自己的徒弟和学生。作为女儿的李婕深有体会。“在我眼中，父亲对我们非常严格，哪怕一笔画不到位，都要求我们修改，一根掐丝的色彩不协调，都要求返工。”

在徒弟孟玉龙心中，李海明是一位严师慈父，在教授技艺中对他们要求严格、精益求精，在生活中又给予他们诸多温暖关怀，“有次我没有理解作品，填错了颜色，被师傅发现后他不仅让我重新来过，还向我一步步解释为什么要这样配色。”孟玉龙说。

现今，李婕已全身心地投入到掐丝珐琅画技艺的学习中，“今后我将在父亲的指导下，不断进行艺术积累和技能提升，以传承好父亲的这门手艺，让它得到更多人的喜爱。”

掐丝珐琅画这门工艺打磨的不光是作品，也是心性，对于即将步入花甲之年的李海明来说，珐琅画已成为他宣泄情感、表达思想的一种方式。李海明说，他会将所学毫无保留地传下去，也希望能找到更多真正热爱这门手艺、能用心去做的年轻人，将掐丝珐琅画不断传承和创新下去。

河北文旅和旅游商品创意设计大赛有序进行

本报讯（高越）日前，由河北省文化和旅游厅举办的“京娘湖杯”第三届河北省文旅和旅游商品创意设计大赛工作调度会在邯郸召开。会议对本届大赛各项工作进行总体调度，确保大赛各项工作落到实处。

会议指出，本届大赛将借势借力借资源，横向联动，纵向互动，立足河北、面向京津，对接国内国际优秀创意设计资源，整合文旅、工业设计资源，共享资源和平台。大力鼓励景区、文化文物单位、工业企业、设计机构、院校等积极参与大赛。会议强调，今年的文旅和旅游商品创

意与设计大赛将从四个方面着力，打造文创产品的孵化平台、文创人才的培养平台。

据介绍，本届大赛自5月份启动以来，官网上报名通道已面向省内外正式开放，组委会与全省14个地市级文旅部门紧密联系并有条不紊地开展征集工作。目前，大赛已成功举办了8期河北文创线上培训班。近期，组委会还将指导推出“百县千品”河北文创抖音话题，鼓励广大文创工作者通过影像分享对生活和工作感悟，让更多的人全方位地感受文创工作者的梦想和文创产品的魅力。