文化点睛 科技赋能

浙江旅游商品凭创意“出圈”

□ 王丹情

“这个钥匙扣太漂亮了，怎么卖？”“老板，我们是做批发的，加个微信吧。”仅仅一个早上，类似这样的对话在台州馆一个小展位前出现了不下10次，钐歌手作创始人蔡金轩和他的搭档一刻不停地向观众们讲解着他们的产品。

在9月底举办的第16届中国义乌文化和旅游产品交易博览会上，蔡金轩和他的团队带来了他们的得意之作——《健康》主题首饰。该作品曾在2021中国特色旅游商品大赛中取得银奖。此次大赛浙江共有52套商品获奖，连续6年获奖数量位居全国第一。近年来，旅游商品已然成为浙江文旅融合的新亮点。

文化点睛旅游商品

“设计《健康》主题首饰的目的之一，是想提醒大家关注健康，也是为了展现全国上下众志成城、抗击疫情的强大力量。”蔡金轩表示，创作对于他来说不仅是设计一件产品，更想通过这种形式向大众传达更深层次的文化内涵。

新品《大奏鼓》系列耳饰胸针就是蔡金轩团队的一次尝试。这款作品的灵感源于温岭国家级非遗项目大奏鼓。大奏鼓是流传于浙江温岭石塘镇的一种舞蹈，意为祈求丰收平安。《大奏鼓》系列耳饰胸针展现了大奏鼓的标志性元素：白脸大腮红、黑色羊角帽，以现代几何形态呈现舞者诙谐幽默的形象。

“接下来，我想更深入地挖掘一些小众文化，将其文化内涵融入作品设计中，再通过品牌化、市场化的方式反哺小众文化。这是我们一直努力在做的事情。”蔡金轩说。

秉承着相同理念的还有湖州缂丝非遗项目传承人柯翔祥。他设计的作品缂丝耳环、胸针（组合）荣获2021中国特色旅游商品大赛金奖，作品图案海水江崖纹是寓意吉祥的传统纹样，有山水相依、相互守望之意。

柯翔祥表示，制作缂丝首饰是一次创新，是传统金银镶嵌工艺与传统缂丝技艺的跨界携手。此次获奖是对他的肯定，也证明与高等院校合作、各行业跨界合作，可以推动缂丝文创之路走得更远。

缂丝的编织方法不同于刺绣和织锦，由于织造工艺十分繁复、耗时极长，缂丝的价格超过黄金。目前在浙江，柯翔祥的缂丝工坊是唯一一家从事缂丝织造生产的工坊。柯翔祥表示，如今，缂丝已经从单纯的和服腰带制作，转型为多种缂丝文创产品，如团扇、香席、香囊、台屏等。未来，希望能进一步打开缂丝产品市场，让更多人领略到缂丝的独特魅力。

创意推动商品提质

2021中国特色旅游商品大赛的另一套金奖商品——Chax茶息口罩，也获得了极大的关注。

Chax茶息口罩以真茶叶融合熔喷层制作而成，不添加茶香精，富含茶多酚，具备天然抑菌效果。“原来是冲着好奇和新鲜感买的，没想到得到了意外的惊喜，戴着这个上班逛街心情都变好了！我个人推荐白茶和龙井味，很清新很舒服。”在茶叶博物馆文创商店里挑选口罩的陶小姐说，这是她第二次购买口罩，打算多买一些送人。在线上淘宝官方店铺里，Chax茶息口罩月销量超过2000，宝贝好评超1.2万。

Chax项目经理江卓成表示，“Chax”就是希望Cha（茶）能有X种可能。除了口罩，未来，Chax还会将茶融入更多日常用品中，比如眼罩、足贴、创可贴等。

“产品虽然受到广泛好评，但这个广泛只限于使用过的人群，我们需要更多曝光点。除了成为亚运指定口罩供应商之外，这次大赛也是一次难得的宣传机会。我们一直在努力练好内功，让更多人了解Chax。”江卓成表示，目前，他们正积极筹备双十一活动，希望利用这次得奖的冲劲，让品牌形象、店铺形象都上一个台阶。

有热情、有创意、有干劲，这是无数浙江文创人展现的个性，也是浙江旅游商品能遍地开花的重要原因。

晚峰济公殿斗栱积木就体现了晚峰品牌创始人刘文辉对中国古建筑榫卯的热爱。积木通体由柚木打造，纹路清雅，质地细腻，兼顾了观赏价值与实用性。木构件更为贴切地传达出中国木构建筑独特的韵味，在细节上还原了栱底的卷杀与栱眼的做法，更好地展现了济公殿原建筑中斗栱的特点。

刘文辉表示，创作过程并不容易。因为没有图纸，只能找宋代古建筑古籍资料做参考。在济公殿现场测绘、画手稿，然后回到工作坊拿木头做样品，检验拼搭顺序。如此往复几十次，才慢慢解决了榫卯中最难的结构拼搭问题。刘文辉相信，这种全新的表达方式，将会让更多的人感受到中国传统古建筑的魅力。

科技联动便捷生活

今年，浙江的特色旅游商品不仅满足了游客对美的感官享受，还具有实用性和便捷性。“精于设计，工于科技”的旅游商品在2021中国特色旅游商品大赛中十分亮眼。

特娜鞋业已经连续两年荣获特色旅游商品金奖，这次他们选送的是“一双会抗菌发热的家居鞋”，穿上后可自动加热、持久抑菌，柔软可折叠的鞋身还便于携带。

特娜鞋业总经理刘波表示，随着人民生活水平不断提高，对产品的要求也越来越高。公司将日本的一些相关技术融入产品，再与高校合作，设计外观和造型。目前，公司和多个学院签订了合作协议，共同设计家居鞋。未来，公司将进一步引进新科技，推出一系列高新科技家居鞋产品。

据了解，在2021中国特色旅游商品大赛上，具备保温、测糖、测卡路里、测饮水量等功能的哈尔斯智能保温杯系列，可使用多种印刷技术印刷、可防水的复古手提灯，具有置物板、遮阳棚、儿童安全带等多种功能的儿童折叠推车等微科技产品，在获奖名单上占了一席之地。

值得关注的是，宠物经济也在这次大赛中也有所体现。金奖产品——狗狗GPS防走丢电子围栏国潮风牵引绳项圈大礼包，就解决了携宠出行中会遇到的难题。“围栏功能指的是主人可以在App上设置距离，当宠物超出这个距离，牵引绳就会向主人的手机发送提醒短信。”该产品的设计者、巴公宠物用品（义乌）有限公司相关负责人刘经理表示，第一次参加中国特色旅游商品大赛就荣获金奖，是惊喜也是激励。下一步，巴公将深入探索宠物用品设计，推进商品科技化便捷化，将设计和科技融入人与宠物的生活。

“常州三宝”也“国潮”

□ 许瑾

梳篦、留青竹刻、乱针绣，被称为“常州三宝”，今年6月，江苏常州乱针绣入选第五批国家级非物质文化遗产代表性项目扩展项目名录，至此，“常州三宝”已全部成为国家级非遗项目。

近年来，常州市高度重视中国传统工艺振兴，借助文旅融合契机，多方向、多角度开展工艺振兴工作，“常州三宝”也在愈发良好的非遗生态环境中焕发新生。

开拓更多元的展示空间

每到周末，青果巷历史文化街区的“真老卜恒顺梳篦博物馆”会迎来许多团队游客，他们手持黄杨木梳坯，在常州梳篦第九代传承人邢粮的带领下，开齿、打磨、抛光、手绘，体验传统木梳制作。这座三进两院的古建筑陈列着邢粮多年来收集的与梳篦有关的物件，是邢粮展示、售卖木艺产品的窗口之一。

据了解，近年来，邢粮在青果巷、九洲新世界、天宁吾悦广场、武进区青少年活动中心的梳篦非遗创意基地接待的参观、体验人数已超过50万人次。“此外，我们还尝试在抖音上介绍梳篦文化边卖产品，目前已经有了比较好的效果。”邢粮说。

在清园的常州留青竹刻传习所，常州非遗传承人徐敏致力于在“传”和“承”的循环中发展，让小众艺术被更多人熟识。目前，她已累计开办“竹筠里的春天”“非遗进军营”“非遗进校园”等公益课堂900多节。为鼓励大家，她还通过“手工文创产品+线上销售服务模式”，为学员们搭建创业增收的平台。

常州市文化广电和旅游局非遗处处长张鹏飞介绍，近年来，常州市以国家级、省级非遗项目为基础建立中长期保护规划，针对常州梳篦、金坛刻纸、留青竹刻、乱针绣等重点项目实施动态管理，并提供国家、省、市财政扶持和各项补助近150万元；发挥民间技能人才的传帮带作用，培养非遗传承人群；推进非遗进景区，举办文创作品大赛，开展“江南非遗嘉年华”系列活动，打通网络直播平台，为非遗项目提供更加多元的展示和销售空间。

去常州美术馆看乱针绣精品展，在博济南岸里邂逅“三宝”匠人，到运河五号集市感受活态传承……如今，无论是古运河边的历史文化、创意街区，还是人流密集的文化、商业综合体，都能看到“常州三宝”的身影。

让作品见人、见物、见生活

从传统文化和日常生活中汲取灵感，在题材、概念、表现形式上求新求变，已成为大多数非遗手工艺者的创作方向。多年来，邢粮专注产品开发，在他的工作室里，不仅有与常州“掐丝珐琅画”“留青竹刻”“烙画”“猛犸牙刻”等工艺结合的梳篦，也展示着以偏旁部首、十八罗汉为主题的作品。

在徐敏的传习所，与茶艺、微盆景、丝绫堆绣等项目结合的公益体验课，几乎每个周末都有。在她看来，喜爱留青竹刻的群体单一，穿插其他的项目可以互动交流，引导人们打开对美好生活的想象力。

与梳篦和留青竹刻相比，乱针绣作为苏绣中较为年轻的分支，骨子里则透着“创新”的基因。常州乱针绣第四代传承人吴澄介绍，20世纪20年代，创始人杨守玉在刺绣中融入西方古典与写实的绘画技法，让“中西合璧”的乱针绣走进大众视野。在几代传承人的摸索中，乱针绣逐渐加入更多色彩、融入更多题材，形成了针法活泼、色彩丰富、层次感强的作品。现在，研读设计专业、崇尚实用性和生活美学的吴澄决定应时顺势，将乱针绣品牌化，并加入更多的生活元素。

在产品研发上，吴澄从围巾、T恤、包袋等日常用品入手，用乱针绣技艺绣出符合年轻人审美的小蜜蜂、莫吉托、樱花、福猪。为了保证品质，她把衣物类样品放进洗衣机里反复洗涤，测试手绣部分的材质和耐磨性。同时，她还会告知客人定制的产品出自哪位传承人之手，让他们感到物有所值。“在功能性产品上用乱针绣提升附加值，很受市场欢迎，从创立品牌至今我们已经积累了几千个粉丝。”吴澄说。

此外，来自社会上的跨界合作也为“常州三宝”注入创新动力。徐敏和高校紧密配合，把留青竹刻的技法分解细化，注入年轻人思想元素，设计出符合当代需求又不失传统的文创产品。邢粮将梳篦与常州老厂房、文化地标等结合，为企业设计定制文旅融合的特色礼物。今年1月，邢氏梳篦有限公司非遗创意基地入选第二批江苏省非遗创意基地，以“非遗+”为导向，承载着常州人情怀的“常州三宝”，正以越来越时尚的方式“飞入寻常百姓家”。

在探索中坚守文化自信

找准市场发力点，提升非遗“造血”功能，已被大多数手工艺者认可。“买卖、使用、分享都是最好的传承方式，非遗项目也好，手艺人也好，要想可持续地传承与发展，就必须借力商业手段。”徐敏说，比起单纯依靠政府和公益组织的扶持，由市场机制产生的良性循环，更为科学有效。

在吴澄看来，让非遗产品走向市场也需要敏锐度。“2019年暑假，我们印制了1000份问卷，在青果巷和常州市博物馆做线下调研。结果发现，受访者普遍有购买非遗衍生品的需求，愿意体验常州非遗，并且可以接受300元以内的文创产品。这也坚定了我们做乱针绣衍生品的信心。”吴澄说。受海外求学的启发，她改变固有的作坊模式，以“画廊经纪人”的身份与老手艺人合作高端收藏品，聘请传承人为客人定制T恤、羊绒围巾等衍生品，培养学徒来完成量化的包袋、书签等制作。近年来，他们的乱针绣衍生品与工艺品的销售比例，从2015年之前的1:9上升为现在的7:3。

传承之外，像吴澄这样通过产品传递东方美学的年轻人还有很多。在常州篦箕巷，同样有着留学经历的郭隋曦，把母亲留下的穿月酒楼的一层，改建为售卖常州工艺美术品的艺术馆。与吴澄的思路相似，她希望通过市场化的方式来发扬国货，用梳子等载体传递古代风雅。如今，吴澄的“承無”乱针绣时尚品牌进驻了上海市中心，穿月梳饰也在影视作品的传播中吸引着年轻群体。在这个信息化、快节奏的时代，常州的年轻人正借着“国潮”的东风，向越来越多的同龄人展示着文化自信。

搭建销售平台 借力文旅活动

近年来，内蒙古自治区兴安盟科尔沁右翼中旗通过举办各类文化和旅游活动，积极为当地特色农牧产品、手工艺品和非遗文创产品搭建推广、销售平台。图为当地乡民在科尔沁右翼中旗翰嘎利——五角枫旅游区举办的文化旅游活动上销售、展示特色食品和旅游纪念品。

本报记者 陈晨 摄

用好“唐山符号” 打造本土品牌

□ 任英文 高越

近日，由河北省唐山市文化广电和旅游局、市工业和信息化局联合主办的2021唐山市文创和旅游商品创意设计大赛在中国唐山工业博物馆落下帷幕。大赛组委会对文博文创类、文化非遗类、冬奥冰雪类、红色创意类、乡村民俗类、生活创意类、工艺美术类、智慧科技类、户外美妆类、旅游演艺类10个参赛类别、516套910件作品进行了评选，最终评选出金奖2名、银奖3名、铜奖5名、优秀奖40名、入围奖150名。

据悉，此次大赛旨在促进唐山市文创和旅游商品创新研发，推出更多具有唐山特色、唐山符号的文创和旅游商品，满足游客需求，打造唐山文创产品品牌。

打造唐山独有文创品牌

组织开展文创和旅游商品创意设计大赛，是唐山市推动文创产品高质量发展的有力抓手。近年来，唐山市连续组织开展了三届市级文创大赛，产生了以“英雄钢笔”“百年辉煌·璀璨盛唐”“‘寻味唐山’品牌设计”“自由自在丝巾”“德龙冰箱贴”等为代表的一批彰显唐山特色的优秀文创作品。同时，大赛对于挖掘和培养文化创意领域中具有成长性的人才和项目起到了积极作用，促进了唐山市文创和旅游商品创新研发。

在获奖作品中，由默有（唐山）文化创意有限公司推出的“MADE IN 唐”生活类文创产品引起年轻游客的广泛兴趣。无论是T恤、机能包、渔夫帽，还是明信片、毛巾、徽章、便签本，无不洋溢着时尚青春的气息。公司设计总监高蕾说：“我们这套产品的设计理念是以文创的形式展现唐山这座被誉为‘中国近代工业摇篮’城市的多姿多彩。很多工业产品都有‘MADE IN CHINA’的标注，我们的系列作品以‘工业造新——MADE IN 唐’为主题，提取唐山工业精髓，将唐山工业内涵生活化，并注以新颖的时尚元素。这套产品面向年轻受众，以服装、配饰、家居为切入点，产品色彩热情奔放且复古味道浓厚，展现了全新的潮流新风，具有唐山潮牌专属辨识性。”

景区实现文创店全覆盖

今年，唐山市全力推进文化和旅游创意产品进景区工作，积极延伸文创发展思路，以景区拓展消费渠道，成效显著。

在文创产品进景区的工作中，唐山市在文化产业链延伸方面不断突出融合和创新。一是拓广度，让文创产品更有吸引力。位于唐山培仁历史街区的文创品牌店“唐窝窝”，推出唐山话系列、英雄钢笔系列以及乐享南湖系列等带有地方特色的文创产品，得到了游客的青睐。唐山德龙钢铁工业旅游文化园区成功打造了文创（冰箱贴）馆，目前展出冰箱贴共65种、767块。二是挖维度，让文创产品充满独特性。南湖景区引入了“猫的天空之城”概念书店后，合理布设拼图、明信片、盲盒等文创产品展示区域，营造了在“猫空”点一杯咖啡、读一本喜欢的书，远离城市喧嚣，沉浸独享时光的惬意氛围。三是拉宽度，让文化故事成就文创“IP”。唐山皮影主题乐园设计理念来源于“最古老的动漫，最时尚的皮影”，园区利用唐山皮影这一非遗符号，增加亲子主题场景、设施、互动体验项目，衍生出了诸多文创产品，现已成为唐山及周边区域游客的打卡地。

目前，唐山市4A级以上旅游景区实现了文创购物店全覆盖，充分发挥景区对文创产品体验展销作用，让景区成为文创产品的传播地和聚集地。

新引擎不断扩大文创消费

唐山市文化广电和旅游局相关负责人表示，目前，唐山市文化和旅游系统正在积极推进文创和旅游商品的特色化创新研发，具体有几个方面：一是丰富文创产品体系，基本形成主题突出、内涵丰富、类型多样、富有创意、竞争力强的文创产品体系，重点突出重大题材、文博场馆、非遗文创、乡村文创、红色文创、动漫影视、生活用品7类文创产品，培育文创产品品牌，优质文创产品供给水平进一步提升。二是增强文创研发能力，培育有影响力的文创设计研发机构，提升文创设计水平，继续举办唐山市文创和旅游商品创意设计大赛，进一步提升专业化、高端化水平。三是壮大文创企业实力，重点培育河北奇佐文化、唐山文旅红玫瑰陶瓷文化发展有限公司、默有（唐山）文化创意有限公司等骨干文创企业。立足资源禀赋，找准比较优势、打造竞争优势，力求形成一批优秀文创设计研发机构和生产企业，创作更多更美的具有思想深度、文化厚度和精神高度的文创产品。四是提升文创品牌知名度，建立文创品牌体系。唐山市将争创河北省级文创示范购物街区和文创示范购物店，突出品牌的示范引领作用。

下一步，唐山将不断丰富全市文创产品体系、完善产业链条、扩大文创消费、提升文创产业竞争力，力争使文创产业跨界融合发展成效明显，产业辐射带动效应更加强劲，成为全市文化和旅游产业发展的新引擎。

增添沉浸式新玩法 汤山首个演出式剧本游戏将上演

泡汤赏景、逛矿坑公园、游动物世界、品农家美食……南京汤山温泉旅游度假区为游客秋季出行提供多种选择。值得关注的是，今年秋天汤山增添了全新沉浸式玩法，度假区内阳山碑材景区将推出《夺宝阳山》大型沉浸式演出剧本游戏，游客将化身剧中人，跟着剧情探秘阳山碑材。

阳山碑材景区是国家4A级旅游景区，主要分为明文化村和碑材两大主体，相传巨型碑材原为明朝永乐皇帝朱棣准备用于为朱元璋歌功颂德的“神功圣德碑”，距今已有600年历史，有着“天下第一碑”之称。有意思的是，该石碑的建设仅历时9个月便被搁浅，尚未开采完的巨型碑材遗址尚保存完整，但《明史》中对这一石碑没有任何记载，仅有清代诗人袁枚的一首《洪武大石碑歌》，可以间接证明阳山碑材的相关传说，石碑工程因何搁浅至今众说纷纭。而景区内明文化村则是以开采阳山碑材为主脉设计建造的村落，除了明式建筑，明文化村内每天滚动上演汉服舞蹈、比武招亲、阳山绝活、锦衣卫巡游、舞狮杂耍等情景剧，为游客再现历史场景。立足阳山碑材景区历史背景，充分应用景区地貌、建筑，本次推出的《夺宝阳山》大型沉浸式演出剧本游戏共分为5幕，活动体验融合了寻宝、历史、剧情、角色扮演、解密悬疑等游戏元素，景区内原有建筑将变身为镖局、客栈、书院、县衙、当铺等场景，游客将在演艺人员与剧情的引领下前往各个场景解密，与阳山碑材背后的历史故事来一场亲密接触。《夺宝阳山》大型沉浸式演出剧本游戏首场活动计划于10月中下旬举办。

阳山碑材景区是国家4A级旅游景区，被评为“新金陵的四十八景”，是南京研学秋游重要基地。《夺宝阳山》是汤山首个大型沉浸式演出剧本游戏活动，该活动的开展不仅为游客带来了全新玩法，更是汤山打造文旅消费新场景、刺激文旅新消费的又一次有力尝试。《夺宝阳山》的开演将进一步提升阳山碑材景区、汤山温泉旅游度假区的知名度与美誉度，吸引更多游客到汤山秋游。（吕珂 赵欣 袁婷婷）