

辐射全国 搭建平台 引领消费

——2021“北京礼物”旅游商品及文创产品大赛成果喜人

□ 本报记者 王诗培 文/摄

近日,由北京市文化和旅游局主办的2021“北京礼物”旅游商品及文创产品大赛圆满结束,并在第九届北京国际旅游商品及旅游装备博览会开幕式上进行了榜单发布。总计330项作品上榜,包括总榜单TOP100以及“百年征程”红色主题、“京华神韵”特色主题、“文脉传承”公园文化主题、“激情冬奥”冰雪主题、“文博之光”文创主题、“品牌跨界联名”主题共六大主题子榜单230项。



政府搭台

副局长刘斌表示,北京市文化和旅游局举办“北京礼物”旅游商品及文创产品大赛,旨在扩大“北京礼物”及北京旅游商品、文创产品的品牌影响力,发挥桥梁纽带作用,搭建辐射全国,面向全球的研发、设计、交易、展示的平台,以高品质旅游商品引领高品质消费,满足人民对美好生活的需要。

作为此次博览会的重头戏之一,2021“北京礼物”旅游商品及文创产品大赛榜单发布会暨颁奖仪式吸引眼球。北京市文化和旅游局资源开发处处长张靖表示,本次大赛的作品征集

在颁奖仪式上,大赛评审组专家代表张浩介绍,自7月29日启动至征集结束,大赛共收到实物类和设计类旅游文创产品2406套(总计4765件),创历届大赛新高;经过专家初评选出1398套(总计3066件)作品入围,先期在线上平台发布,由网友参与投票。

评审专家按照统一标准,对入围作品进行了全方位考察,围绕“文化性、创新性、时尚性、纪念性、实用性、工艺性、市场性、体验性”等要素进行整体评审,结合网络投票和市场销量

在“北京礼物”旅游商品及文创产品大赛上榜作品推介会上,众多上榜作品进行了集中展示,吸引了观众的目光。

“京华神韵”特色主题上榜作品的“天祈”是一盏以北京天坛祈年殿为造型的非遗剪纸文化灯笼,展现了中国“敬天礼神”的古代哲思。福建省泉州市金砖文化传媒有限公司总经理陈丽真表示,该作品主要是围绕北京天坛的祈年殿为造型,具有首都文化特色,透过灯光展现京味文化,呈现出了深厚的文化内涵和独特的创意。公司希望通过一盏纸雕花灯去传达作品背后的文化故事,再结合非遗剪纸工艺以及DIY创意拼接方式,赋予作品新亮点。

陈丽真说:“作为可以定制的产品,公司在专业买家‘一对一’对接洽谈会上接到了好几个客户的采购与定制款订单。第一次来北京参加‘北京礼物’旅游商品及文创产品大赛就能

获奖还收获了订单,这为公司对开拓北京市场奠定了基础,也为产品研发打开了新的思路。”

北京东韵丝绸文化艺术馆选送的作品“前程似锦”“繁荣富强”丝巾双双上榜。副馆长张小萍介绍,艺术馆每年都参加大赛,针对“北京礼物”的特点设计产品,并通过大赛提升了影响力,拓宽了市场。目前,艺术馆专门设有“北京礼物”专柜,还展示各种纺织机器和纺织品,为游客提供学习、体验纺织的课程。

上榜总榜单(TOP100)的冰雪北京系列是吉兔坊选送的兔儿爷文创产品,其中兔儿爷——驰、跃将吉祥兔儿爷的形象与冰雪运动项目结合。吉兔坊总经理乔宏霞介绍,摆件玉兔头部保留了兔儿爷的长耳朵,结合冰雪运动动态,伴随速度向上、向后飘动,原本头戴的金盔设

计成护具中的头盔和滑雪镜,结合京剧中的头饰、服饰特点,体现了国粹元素,更增加了装饰性;兔儿爷面部主要特征,三瓣嘴、蝙蝠眉,表情生动;服饰设计以运动滑雪服装为主,将京剧中的云肩、兔儿爷的披风、兔儿爷的盔甲元素结合在一起,护膝、靴子等护具与兔儿爷盔甲元素巧妙结合在了一起,是现实与艺术、传统与现代的文化碰撞。

计成护具中的头盔和滑雪镜,结合京剧中的头饰、服饰特点,体现了国粹元素,更增加了装饰性;兔儿爷面部主要特征,三瓣嘴、蝙蝠眉,表情生动;服饰设计以运动滑雪服装为主,将京剧中的云肩、兔儿爷的披风、兔儿爷的盔甲元素结合在一起,护膝、靴子等护具与兔儿爷盔甲元素巧妙结合在了一起,是现实与艺术、传统与现代的文化碰撞。

计成护具中的头盔和滑雪镜,结合京剧中的头饰、服饰特点,体现了国粹元素,更增加了装饰性;兔儿爷面部主要特征,三瓣嘴、蝙蝠眉,表情生动;服饰设计以运动滑雪服装为主,将京剧中的云肩、兔儿爷的披风、兔儿爷的盔甲元素结合在一起,护膝、靴子等护具与兔儿爷盔甲元素巧妙结合在了一起,是现实与艺术、传统与现代的文化碰撞。

计成护具中的头盔和滑雪镜,结合京剧中的头饰、服饰特点,体现了国粹元素,更增加了装饰性;兔儿爷面部主要特征,三瓣嘴、蝙蝠眉,表情生动;服饰设计以运动滑雪服装为主,将京剧中的云肩、兔儿爷的披风、兔儿爷的盔甲元素结合在一起,护膝、靴子等护具与兔儿爷盔甲元素巧妙结合在了一起,是现实与艺术、传统与现代的文化碰撞。

企业受益

计成护具中的头盔和滑雪镜,结合京剧中的头饰、服饰特点,体现了国粹元素,更增加了装饰性;兔儿爷面部主要特征,三瓣嘴、蝙蝠眉,表情生动;服饰设计以运动滑雪服装为主,将京剧中的云肩、兔儿爷的披风、兔儿爷的盔甲元素结合在一起,护膝、靴子等护具与兔儿爷盔甲元素巧妙结合在了一起,是现实与艺术、传统与现代的文化碰撞。

计成护具中的头盔和滑雪镜,结合京剧中的头饰、服饰特点,体现了国粹元素,更增加了装饰性;兔儿爷面部主要特征,三瓣嘴、蝙蝠眉,表情生动;服饰设计以运动滑雪服装为主,将京剧中的云肩、兔儿爷的披风、兔儿爷的盔甲元素结合在一起,护膝、靴子等护具与兔儿爷盔甲元素巧妙结合在了一起,是现实与艺术、传统与现代的文化碰撞。

计成护具中的头盔和滑雪镜,结合京剧中的头饰、服饰特点,体现了国粹元素,更增加了装饰性;兔儿爷面部主要特征,三瓣嘴、蝙蝠眉,表情生动;服饰设计以运动滑雪服装为主,将京剧中的云肩、兔儿爷的披风、兔儿爷的盔甲元素结合在一起,护膝、靴子等护具与兔儿爷盔甲元素巧妙结合在了一起,是现实与艺术、传统与现代的文化碰撞。

甘肃:借力节会平台 推广丝路旅游商品

□ 罗贻鹏 本报记者 张陇堂

6000平方米展区、200类1000多种不同类型的万余件展品,让敦煌国际会展中心成为“宝藏之地”。近日,在第五届丝绸之路(敦煌)国际文化博览会和第十届敦煌行·丝绸之路国际旅游节会(以下简称“一会一节”)期间,由甘肃省人民政府主办、多个部门联合参与的丝路文化旅游商品展,让参会嘉宾和省内外游客大饱眼福。

这些集创意设计、文化元素、时尚潮流于一体的文旅商品,不仅反映了甘肃省文化和旅游产业发展的最新成果,也向游客展示了丝路文创产品的魅力。

文化做底

丝绸之路文化旅游商品展由甘肃省各州市的主题馆和2021甘肃文旅商品大赛区组成,整个展览以“交响丝路·文博天下”为主题。

在兰州馆里,《四库全书》影印本给参观者制造了一次近距离感受中国传统文化的机会。工作人员缪景文介绍,随着学术界对于《四库全书》及相关领域的探索和研究,《四库全书》的相关文创产品也被开发出来。

香包、刺绣、剪纸、皮影……在庆阳

展馆文创产品展示区,工作人员将一件件精美的非遗文创产品摆上展台,浓郁的陇东民俗文化扑面而来。庆阳市西峰区区级非遗传承人白淑芳说:“我们在制作香包时,尽可能让每个香包都附有浓厚的文化特色,让人一看就知道这是庆阳当地的特色商品。”

陇南馆展出的文创产品,构思来源于乞巧文化、白马文化、西狭颂文化等。酒泉馆内的文创产品,因对飞天、九色鹿、极乐等文化元素的提炼和打造,变得更为富有文化魅力。

甘肃省文化博览局相关负责人表示,此次丝绸之路文化旅游商品展重点突出丝路文化、祖脉文化、黄河文化、红色文化、长城文化等元素,既有非物质文化遗产,又有最新文化创意成果,充分展示了近年来甘肃14个市州文旅融合取得的显著成果。

“这些商品有着鲜明的甘肃文化符号,是丝路文化的突出表达,也是甘肃故事的产业化表达。我们希望通过这些文创产品让游客‘带走甘肃印象,留下甘肃记忆’。”甘肃文化旅游商品大赛评委高亚芳说。

大胆创新

在天水馆里,一幅长2.8米、描绘天水古城的画卷,展现了清代天水城

的繁华,吸引了众多参观者的目光,不时有人拿出手机拍照留念。

天水柒礼文化创意有限公司总经理王卉说,这幅画作的有趣之处在于将最新的AR技术融入其中。在整幅画作中,藏有24个“扫码处”,参观者拿手机每“扫”到一处,便能看到相应的介绍,可让观众更好地了解天水悠久的历史文。

敦煌博物馆文创品牌“丝路手信”系列产品,则以满满的国潮风让观展者赏心悦目。敦煌博物馆工作人员任建荣说:“我们将敦煌文化IP大胆运用到文创产品上,让敦煌文化与世界艺术做新的融合,并跨界到时尚、运动等领域,设计开发出了伎乐天、佛系、飞天、九色鹿、再创敦煌等9个系列产品。”

兰州馆内,陇派掐丝珐琅大师李海明的作品兼收并蓄、大胆创新,将刺绣、国画、漆画融合到掐丝珐琅画中。他研究发明的排丝、堆丝、花丝、垒丝、螺旋丝等高难度镶嵌技艺,增强了珐琅画的视觉冲击力,很多观展者都被其精湛的技艺深深折服。

在展览上,充满创意设计的产品层出不穷。有的将传统文化巧妙嫁接到产品上,有的则运用科技手段创新产品的互动方式,还有一些文创产品对传统手工艺品进行了大胆创新,让



“北京礼物”上榜作品展示

多样生产。

刘斌表示,旅游商品和旅游装备的发展是旅游业高质量发展的一个重要内容。目前,我国正在由旅游大国向旅游强国迈进,旅游商品及旅游装备产业有很大的发展潜力,旅游购物收入成为各项旅游收入中占比最高的消费类型,旅游装备的科技创新正为各大景区及旅游消费场景的升级不断赋能,对于增加旅游收入、扩大旅游就业等都有着十分积极的意义。随着扩大内需、促进消费系列政策的出台,旅游商品及旅游装备的研发、生产和销售的全产业链不断完善,旅游商品及旅游装备产业的发展将进入新的发展阶段。

英雄。

三是IP赋能,产业协同。授权形式多样,赋能产品,知识产权保护受到高度重视,商品价值大幅提升。比如,《祈年历》名称来源于天坛祈年殿,以中国传统二十四节气为编撰主线,集天坛礼乐文化、二十四节气文化、中华祈福文化于一体,是一部既实用,又内涵十分丰富的节气历。

四是参赛作品领域广泛。像“曹雪芹的酒”礼盒以雪芹南酒配以“占花名”红楼酒令,知识性趣味性兼具。

老字号企业。在西城区文化和旅游局展台上,菜百股份携“菜百传世”子品牌古法黄金系列饰品与故宫“官匠黄金”、颐和园“一生颐饰”、天坛“承启元吉”、首都博物馆等联名文创产品亮相,引来众多参观者、参展商的驻足。

菜百股份首饰设计师李根介绍,近年来,菜百股份在打造京味首饰文化上亮点频出,推出了“京承百韵”主题产品,将中国传统文化的代表元素巧妙地设计于产品之中,使产品典雅大气,意蕴深厚。同时,菜百股份与故宫、天坛、颐和园、首都博物馆等北京文化性地标合作研发文创产品,使文化拥有了具象载体,令文化“活起来”,也将价值“留下来”。

未来,菜百股份将围绕“历史文化、传承创新”的主题,更多地老字号创新、品牌文化特色提炼、产品创意研发等方面聚焦融合,以特色博物馆打造购物体验新模板,塑造品牌新优势。

用好平台

近年来,甘肃省文化和旅游系统高度重视文化和旅游商品研发,坚持以满足市场需求为导向,不断探索文化和旅游商品的发展规律,结合实际、大胆创新,着力打造出一批国内知名的甘肃文创品牌。

“本次展览,我们带来了‘人生第一步’刺绣、丝绸之路人偶、敦煌文化主题香包等5000余件精美的文创产品和地方特色名优产品。希望以此次‘一会一节’为契机,以物为媒,让越来越多的国内外朋友了解庆阳。”庆阳展馆工作人员说。

兰州市文化和旅游局副局长金小平说:“我们展出了敦煌故事、东方密语等文创品牌的历年获奖作品。其中有些文创产品是第一次展出,就是想借用‘一会一节’这个平台,充分展示兰州独特的文化和旅游魅力。”

如今,“一会一节”已经成为推动甘肃文化走向世界的品牌节会。丝绸之路文化旅游商品展作为“一会一节”常设展览,打造了一个开放、互利、合作的交流平台,很多文创产品和旅游商品都期待借此平台被业内外关注。

连云港礼物:

文化内涵与市场潜力兼备

□ 邵子君 马忠萍

展会上西游团扇、东方天书文创雨伞等上百种文创商品深受游客追捧,结合“连云港礼物”淘宝官方

旗舰店、连云港筋斗云等线上平台推出的“把连云港礼物带回家”免费抽奖、网购满减活动吸引众多游客咨询参与……日前,第十届中国苏州文化创意设计产业交易博览会上,“连云港礼物”展区成功圈粉,展区现场实现成交额近10万元,并与多家企业达成意向性采购协议。

近年来,随着一批批文化内涵与市场潜力兼备的文创商品在江苏省连云港市落地,“连云港礼物”正逐步形成品牌,为连云港文旅消费持续增添活力。

把作品转化为商品

金箍棒样式的筷子、两个微缩版降妖宝杖组合而成的菜夹子,还有顶部以唐僧、猪八戒头型为模板的勺子……这是首届“连云港礼物”旅游文创商品大赛的铜奖作品西游记餐具。今年8月,首届“连云港礼物”旅游文创商品大赛结果出炉,一系列文创作品令人耳目一新。

这些兼顾创意与实用性的作品很快被市场接纳。赛事结果公布不久,在8月20日开始试营业的“连云港礼物”旅游文创淘宝店中就上线了“茶小孙”系列、西游记餐具、取经路上台灯等一批获奖作品。

连云港市文化广电和旅游局资源开发处处长蒋楠表示,首届“连云港礼物”旅游文创商品大赛遴选出了一批档次高、质量好、文化足的优质旅游特色文创商品,逐步建立起本地旅游文创商品名录库,将有效落实参赛作品向旅游商品转化。

近年来,连云港以赛事为载体,激发文创开发潜力,加速参赛作品向旅游商品转化工作。今年3月,第六届“创意连云港”文化创意创业大赛落幕,赛事在对接江苏省“紫金奖”赛事的基础上,开设了“画说美猴王”西游主题文创设计大赛、“文创海州”海州区首届文化旅游商品及城市伴手礼创意大赛、文化创意创业大赛等五项赛事,其中,“画说美猴王”西游主题文创设计大赛还在南京进行了专题宣传推广。此外,“创意连云港”文化创意创业大赛、“连云港礼物”文创商品大赛、水晶文化创意设计大赛等赛事的举办也进一步激发了连云港旅游文创产品开发的活力。

同时,连云港还整合市内外资源,打造“1+N”文化平台体系,建成集创意设计、创业孵化、展示服务、金融扶持等于一体的“文化+”融合发展服务平台,并与淮阴工学院、连云港师范高等专科学校等高校,建立“高校创意联盟”,发挥产学研平台作用,调动大学生参赛热情,形成文创发展合力。值得一提的是,连云港还于2018年起对获奖的文创产品进行产业化扶持,对优秀作品进行打样补贴、平台展销,助力文化创意落地。

打造文化展示窗口

“连云港礼物”也曾面临发展的瓶颈。蒋楠坦言,长期以来,连云港旅游文创种类很多,但却参差不齐,没有形成能让消费者安心、放心的品牌。在此背景下,打造游客信得



西游记餐具 连云港市文化广电和旅游局 供图