

好创意不断 好产品迭出

石家庄推进文创和旅游商品产业化进程

□ 任英文 高越

近日,2021石家庄市文创和旅游商品大赛颁奖仪式及作品展在河北石家庄市图书馆新馆举行。本届大赛以“文创潮玩·庄尚有礼”为主题,由石家庄市文化广电和旅游局主办。

据悉,大赛自今年5月启动以来,围绕石家庄红色历史、绿色生态、古城古迹、新生活四个方面征集参赛作品近700件。经过初赛和复赛,最终评选出金奖4名、银奖8名、铜奖12名、最具生活创意奖10名、最佳商业价值奖10名、优秀作品奖30名。

石家庄市文化广电和旅游局党组书记赵俊芳说:“在大赛的引领下,石家庄文创和旅游商品开发一定能够汇聚更多方面的力量打造优势平台、创新研发设计,畅通产销体系,为人民群众提供更加丰富、更高品质的文创产品。”

成果丰硕

据了解,本届大赛以推动石家庄文创和旅游商品品牌化、市场化、产业化发展,助力打造省会经济新的增长点为目标,深度挖掘石家庄市文化和旅游资源,搭建文创和旅游商品创新设计平台。

在石家庄市图书馆新馆同期推出的作品展中,除本届大赛74件(套)获奖作品外,还集中展示了这两年在“中国旅游商品大赛、河北省文创和旅游

商品创意设计大赛以及2019、2020两届石家庄市文创和旅游商品大赛等国家、省市级比赛中获奖作品150余件。这些作品构思新颖、文化特色浓郁、实用价值突出、市场销售良好,充分展示了河北省文创和旅游商品开发工作取得的积极成果。

据悉,参观本次作品展的游客可以使用“悦游石家庄”微信小程序,在展区内“淘你喜欢”无人值守售卖柜购买心仪商品,实现了线下展示、线上购买、物流配送的无缝衔接,打通了线上线下两条销售渠道,在保障安全的前提下,将比赛、展览、销售三个环节有机结合起来。

创意不断

在作品展现场,来自深圳的游客李宝成对本届大赛金奖作品“石全石美”系列冰箱贴赞不绝口。“石家庄地标如解放纪念碑、正定古塔、荣国府、赵州桥都通过创意设计成了精美的冰箱贴。这些精美的文创产品既反映了石家庄辉煌灿烂的历史,又能作为富有地方特色的伴手礼送给朋友。”李宝成说。

另一件金奖作品“梦回中山国”插纸摆件也吸引了不少人的目光。据设计者介绍,这组文创产品借用了古中山国的元素,利用“双翼神兽”等动物形象展现历史文化。此系列作品还可

以发挥人们的动手能力,通过纸艺穿插最后拼成一个3D效果的纸质“文物”摆件,功能性与趣味性兼备。

银奖作品“驾石飞虹——赵州桥”屏风摆件,铜奖作品赵州桥文创书架,最佳商业价值奖作品汉瓦当瓷盘、正定文创蛋糕,最具生活创意奖作品高粱手工编织品等,也均以精湛的技术和优美的造型令游客驻足观赏。

近年来,“燕赵元宝”城市形象动漫IP设计以及文创衍生品、双翼神兽工艺品、香灰烧、平安高升瓶等一大批丰富多彩、质优物美、代表石家庄特色的文创和旅游商品加入旅游商品市场,形成了石家庄文创和旅游商品好创意不断、好产品迭出的良好态势。

在去年举办的中国旅游商品大赛上,石家庄市“燕赵元宝”城市形象动漫IP设计及文创衍生品荣获铜奖。在近日举办的2021中国国际数字经济博览会上,“燕赵元宝+”被选做中国国际数字经济博览会IP联名吉祥物,这也让更多人了解了石家庄文创的魅力。

“燕赵元宝”城市形象动漫IP设计者梁冰说,石家庄市文创和旅游商品大赛的举办,为促进石家庄市文创产业的发展提供了强有力的平台,在这个平台中,不但增强了企业的信心,也直接推动了文创产品的开发和成果转化的步伐。梁冰介绍:“我们公司围绕获奖作品‘燕赵元宝’开展产品的转

化、IP授权业务和内容的孵化,利用这一IP相继签约了以岭药业、洛杉矶、石家庄酒庄等多家本地企业。”

积极推介

近年来,石家庄市高度重视文创和旅游商品开发工作,连续举办文创和旅游商品大赛,使得石家庄市文化创意产业和旅游商品开发跨步迈入新阶段,实现了社会效益和经济效益的双丰收。

石家庄市文化广电和旅游局相关负责人表示,从2019至2021年,石家庄市3届文创和旅游商品大赛共征集参赛作品近2500件,评选出金奖、银奖、铜奖及单项奖获奖作品共计199件(套)。赛事的持续举办,营造了浓厚的创作文创和开发旅游商品的氛围,不断推进石家庄市文创和旅游商品的品牌化、市场化、产业化进程。

除了以大赛为平台,大力推进文创和旅游产品的研发和生产,石家庄市文化广电和旅游局还积极对优质的文创产品和旅游商品进行推介,在北京、天津、太原、郑州、德州等地举办的石家庄文旅推介会上展示获奖作品。同时,积极举办文创和旅游商品进社区推介活动,在石家庄槐底社区、裕西公园等地,一场场接地气、聚人气的活动推广让石家庄文创和旅游商品拥有了大批忠实粉丝。



安化黑茶产品受到游客喜爱。 高慧 摄

湖南安化走茶旅文体康融合发展之路——

这里有24小时健康茶生活

□ 刘刚贵 本报记者 高慧

晨起用茶牙膏,吃茶早点;白天走茶马古道、游茶乡花海、品韵味黑茶;晚上赏黑茶印象实景演出,住茶园民宿,泡茶温泉;睡前,敷一张茶面膜……近年来,湖南安化借助文旅创新赋能,坚持“茶为基础,旅为融合,文为内涵,康为延伸”的茶旅文体康融合发展新模式,大力推进茶瓷、茶药、茶酒等产业深度融合,打造24小时健康茶生活,走出了一条独具特色的新路子。

园病害严重,呈扩散之势。当时,有人建议茶园用化学农药治理。“我不能砸安化黑茶的牌子。”茶园老板忍痛砍掉所有病害茶树。

此外,为进一步保证黑茶品质,10月22日,安化成立了黑茶质量品鉴与价值评估中心,由中国工程院刘仲华院士担任顾问主任委员,旨在加快推进安化黑茶质量品鉴与价值评估标准建设,为安化黑茶产业再发展提供市场化标准,为安化黑茶企业、茶商、茶人服务,积极搭建公共服务平台。

在安化赛家冲茶场与湖南农业大学签约仪式上,安化县委副书记潘文剑表示,此次签约意义重大,不仅能够延伸茶产业链,促进企业提质增效,提升赛家冲茶叶在种植、研发、创新和品牌打造等方面的能力,还对茶叶标准化、品牌化、茶产品的建设具有深远意义。

营销跑出“加速度”

近年来,安化黑茶依托文旅赋能、直播电商,走出了一条营销新路子。

为促进茶叶销售,安化打造茶园茶企观模式,将茶叶种植采摘、茶文化展示、茶产品销售与现代旅游观光相结合,建设观光型茶园茶企,将茶企遗址、生态茶园、茶企茶市建成旅游景区,将茶产品开发成旅游产品,将茶民俗、茶文化打造成特色旅游品牌,打造资江两岸“生态茶廊”、茶马古道沿线“生态茶带”、雪峰湖沿岸“生态茶湖”、芙蓉山、云台山“生态茶山”等一批生态观光茶园,推动40余家茶企设置旅游观光专用通道,有力拓宽了黑茶产业的销售渠道。

通过打造“农业+文化旅游+田园社区”的可持续发展新模式,安化实现茶旅文康产业互融互通,互相促进。安化烟溪镇双烟村依托“红茶名镇”发展茶产业,围绕十一兵工厂打造爱国主义教育基地,开发土特产品,建设特色民宿,实现年接待量在3万人次左右,节假日期间日均接待量达到1000余人次,客流有力促进了黑茶的销售。

借助科技赋能,安化实施黑茶“全网计划”,建立全国第一个茶类抖音电商直播基地——安化黑茶抖音电商直播基地,一方面给茶企提供独立直播场地及专业培训,帮助茶企茶商提升销量;另一方面发挥原产地优势,建设仓配品质一体化供应链体系,严控产品质量,让消费者能更简单直接地选购到放心的安化黑茶。

依托“直播电商+茶产业”新模式,安化黑茶产业跑出“加速度”。截至目前,安化黑茶抖音电商直播基地进驻商家已超过1400个,日均销售额超过80万元,2021年预计完成销售额超3亿元。

安化副县长阳锋介绍,从2017年开始,为扩大消费,让更多的人了解黑茶、喜欢黑茶,安化强力推进黑茶进机关、学校、酒店、景区、餐饮、交通枢纽的“六进工程”。相关茶企到长沙、北京、广州、深圳等地餐饮业推广安化黑茶,成果丰硕,成效显著,为安化黑茶产业发展注入了新动能。

刘勇会介绍,安化县举全县之力把黑茶产业作为富民强县的主支柱产业来打造,把小茶叶做成了大产业,把小茶园做成了大景区,打造了产业脱贫的“安化模式”;未来,安化将加快产业提质升级,通过夯实产业基础、做精生产加工、拓展宣传营销、强化科技支撑、注重创新赋能、促进跨界融合,做深茶文化、做大茶产业、做强茶科技,全力推进茶旅文体康融合发展。



近年来,北京市平谷区大兴庄镇加大当地特色农产品营销,打造具有自身品牌特色的旅游商品。此外,当地还通过举办菊花美食文化节等各类文化和旅游节庆活动以及直播带货等方式,拓展特色商品销路。图为大兴庄镇推出的菊花特色旅游商品。

本报记者 陈晨 摄

青岛西海岸新区:水果玩出了文创 农民富了口袋

□ 本报记者 肖相波

“去年我们的明月苹果市场价7元一公斤,今年均价已经到10元了,要是加上国风元素的‘七宝赖安’礼盒,价格还能再高。”山东青岛西海岸新区宝山镇大睦山村村民赵培敬说。今年她高兴的是,自己种植的明月苹果今年又喜获丰收,其售价和销量都比往年高了不少,收入水涨船高。

宝山镇地处青岛西海岸新区风河、洋河发源地,水资源丰富。因独特的土壤特性和适宜的气候条件,一直以来,这里种植出来的水果甘甜可口、远近闻名,该镇也被誉为“花果宝山”。近年来,随着乡村旅游市场的兴起,当地利用苹果、蓝莓等水果种植产业优势,以文化和旅游赋能,推动一二三产融合发展,助力乡村振兴。宝山镇成为青岛西海岸新区通过文创发展乡村旅游的一个缩影。

佳果遇佳节

“宝山苹果沙沟瓜,胶河白菜海青茶。”在西海岸新区,宝山苹果的名头很响亮。作为青岛西海岸新区成立以来第一个果品类地理标志保护品牌,宝山苹果已有66年的种植历史,全镇苹果年产量可达2.5万吨,年产值约1.6亿元,凭借独特的口感和品质,广受消费者的喜爱。

为了进一步提升宝山苹果农产品的知名度和美誉度,提高农产品附加值,今年宝山镇将国家地标农产品与国学文化相融合,推出以宝山“明月”苹果为主题的诗词、美文、歌曲、沙画、国风秀等文创产品,国风韵味十足。

“明月苹果是宝山苹果的主要种植品种,名字寓意与中秋佳节文化十分契合,以此为结合点,通过深入的挖掘

和精心的设计,将中秋佳节的美好故事和国风文化赋予明月苹果,让消费者通过送明月苹果表达对家乡、对亲人的思念和盼望平安、团圆的心情。”宝山镇党委书记胡文国说。

赋能又富农

“往年的苹果只是进行普通包装,今年通过与国风文化结合,在市场上推出国风苹果礼盒后非常受消费者喜爱。”宝山镇大睦山村党支部书记杨力表示。

中秋节前,到宝山镇旅游的游客王强返程前,专门采购了几盒礼盒。他说:“苹果包装设计真漂亮,既新颖又大气,送苹果有送平安的寓意,礼盒上还有一首表达佳节望月思念亲人朋友的小诗,非常应景,价格稍微高点送人也合适。”

为了帮助村民增收致富,当地还成立了宝山苹果专业合作社联合社。“专业合作社联合社将种植户的苹果收上来,然后统一包装、统一品牌、统一推广,这样既保证了苹果的品质,也让百姓增收。今年苹果价格比预计的还要高。”青岛田园宝山苹果专业合作社销售经理张婷说。

“文化内涵的注入进一步提升了农产品的品牌溢价,按照我们镇5000多亩明月苹果种植面积计算,通过文化创意所带来的增加值预计能达到近亿元。”胡文国说,随着文化创意带来的品牌效应日益凸显,当地几乎所有的种植户都因此尝到了甜头,他们对政府推动、扶持和培育强势品牌带动百姓致富的系列举措竖起了大拇指。

胡文国表示,下一步,宝山镇将深入推进农文旅融合发展,进一步打造“宝山寻宝”等旅游品牌,不断提高“宝山苹果”“宝山蓝莓”的全国知名度,让

特色果品产业成为百姓增收致富、实现共同富裕的黄金产业。

农文旅融合

作为第九个国家级新区,青岛西海岸新区总面积2100多平方公里,其中涉农区域约1200平方公里,属于典型的大城区、大农村共存的近郊区。近年来,西海岸新区已累计获得国家地理标志农产品7个。

“地理标志农产品的唯一性和独特性是农产品走出去、卖出去的‘金字招牌’,获得品牌后,怎么运用好品牌、发挥品牌价值是最大的难题。在这方面,我们发挥政府的引导、推动作用,政府搭台、企业唱戏、多方联动,推进农业与文化和旅游融合,大力发展文创,走出一条‘挖掘品牌价值、讲好品牌故事、拉伸品牌链条、做好品牌推广、促进经济发展’的路子。”青岛西海岸新区农业农村局干部李一表示。

如今,在新区的广袤大地上,一二三产融合发展如火如荼:宝山镇依托蓝莓、苹果种植产业,拓展采摘游、研学游、休闲游业态,今年承接实训拓展460场次,接待学生9万余人次,游客18万人次,极大促进农产品销售和农民增收;海青镇按照“茶旅、文旅、农旅”三旅融合的思路,引入特色民宿,建设非动力游乐场、茶文化博物馆,打造集茶产品展销、茶文化体验、特色餐饮、休闲旅游等功能于一体的综合性特色小镇;铁山街道杨家山里片区发挥近3000亩樱桃种植面积的优势,引入乡村旅游节事活动,做大做强樱桃采摘游,带动农产品销售、乡村民宿、农家宴、红色旅游等业态发展……

李一表示,农文旅融合,大力发展文创,不仅提升了农产品附加值,也扮靓了美丽乡村,带动农民增收致富。下一步,新区将紧紧围绕做大做强名牌农产品这一目标,通过文创赋能,全面推动乡村振兴,提升农民的获得感和幸福感。



明月苹果 宝山镇供图