

海南旅游装备市场迎来新商机

□ 林雯晶

近日,2021年(第二届)海南国际旅游装备博览会在海南国际会展中心落下帷幕。博览会期间,各式各样智慧创新、酷炫亮眼的旅游装备吸引了无数观众的眼球,不少展品在现场被抢订,反响热烈。

多重利好迎来新机遇

本届博览会以“旅游装备新业态,产业融合新发展”为主题,展览面积达3.8万平方米,吸引300余品牌企业、1000多种旅游装备参展,包括旅游装备设施、旅游出行交通工具以及智慧旅游产品和创新科技。

展会现场,注册在三亚中央商务区的游艇品牌“黛尔蒙派对游艇”在国内首次发布D55新品,并以428万元的价格现场成交首单。“我们十分看好海南亲水运动发展,并将‘酒吧’这一元素带到游艇上,为出海游玩者提供全新的社交体验。”该品牌相关负责人表示,随着国内游日趋火热以及海南旅游产业的提质升级,游艇正在逐步走进更多消费人群,市场潜力巨大。与此同时,凭借自身物美价廉的品质以及海南自贸港相关政策优势,预计未来还会有越来越多的中国游艇进入海南市场。

博览会期间,拥有酷炫外形、通体黑色的阿古斯塔直升机的展区人气爆棚。这是海南第一架零关税飞机。在

海南自贸港优惠政策下,该飞机免征关税、进口环节增值税等61.3万元人民币,减免幅度约为15%。海南海直通用航空有限公司总经理孟磊表示,近两年,海南低空旅游市场表现不俗,直升机观光游览体验受到游客欢迎,相关旅游装备需求呈增长态势,而该飞机的引进也标志着海南自由贸易港零关税进口交通工具及游艇商品实现了海、陆、空全覆盖。

本次博览会承办方、海南红帆会展服务有限公司董事长谢国华表示,随着海南自贸港政策红利逐步释放,在营运类交通工具零关税、原产地加工免关税等相关政策优势加持下,越来越多的旅游装备企业将目光定位在海南,并加速布局。

倡导新生活方式

驾驶机动车沿海南环岛旅游公路驰骋、在造浪艇的牵引下体验劈波斩浪的乐趣、乘坐直升机俯瞰山林湖海、住进露营帐篷中仰望星空……本次博览会上,不少展商通过旅游装备这个得力“助手”,倡导新的生活方式。

“海南全年平均气温舒适宜人,十分适合发展骑行旅游。随着海南环岛旅游公路的打造,海南成为众多摩友的首选目的地。”海南摩托车运动协会副秘书长王诗辰介绍,海南自然条件优越,偏爱野趣的摩友在这里能找到属于自己的乐趣。如,游客环岛骑行万宁日月湾,可以随心选择冲浪、浮潜、露营、

飞伞、看海等旅游体验。“我们每周末都会组织摩友到海南各个市县游玩,这已经成为我们的一种生活方式。”王诗辰说,针对岛外的摩友,还会根据他们的需求提供3至5天的环岛旅游产品定制服务。

近几年,帐篷露营在国内兴起,成为人们节假日休闲放松的一种方式。野奢帐篷,装配式可移动智能景观度假墅、360°全透明星空屋、太空舱、苹果舱、双层组合民宿等户外露营装备亦成为本次博览会的一大亮点。

“不少商家已精准捕捉到时下新兴起的露营文化,订购野奢帐篷的海南本地买家不少。”常州喜马拉雅户外用品有限公司相关负责人表示,免去了搭帐篷的“体力活”,旅行者们拎包即可入住的精致帐篷十分受年轻人欢迎。海南开展帐篷露营项目具有得天独厚的优势,游客既能获得不同的出游体验,又能拉近与自然的距离。

构建旅游消费新场景

我国文化和旅游消费已进入新的发展阶段,人们对于旅游过程中的个性化体验需求愈发强烈,如何让更多人旧地新游、新地乐游?通过创新旅游产品和服务来满足消费者日益提升的旅游需求,构建旅游消费新场景,海南本土旅游企业做了有益尝试。

“针对海南地区买家,我们带来了充满热带风情的三座装配式景观别墅

及配套场景进行展出,效果非常好,意向客户很多。”北京宓旋文旅科技有限公司负责人田江透露,海南景区嗅觉十分敏锐,博览会一结束,这些展品就整体“打包”到三亚大小洞天旅游区投入试运营。他认为,海南作为国内热门旅游目的地,住宿需求量可观。如今,越来越多的人对经过景观设计一体化打造的个性住宿单元青睐有加。这类产品经由设计师设计、搭配,具有空间合理、功能完备、设计美观等特点,很适合作为景区、庄园、度假区等住宿业态的补充。

作为博览会热门“黑科技”产品,赛格威品牌的全地形车十分吸睛,该品牌混动ATV及SSV样车首次亮相海南,希望能吸引更多感受户外越野的乐趣。赛格威品牌拥有方、加拿大双威力国际有限公司总经理高晓飞介绍,所有车系都配备“灵动智行”系统,可通过APP对车辆状态进行驾乘调控和状态检测,安全性能极佳。同时,公司还会提供线路设计、教练培训等服务,可以解决买家的后顾之忧。海南全天候适合开展户外越野运动,因此该产品也吸引了不少本地旅游企业的注意,目前已接到至少20家企业的问询。“相对滨海旅游,海南中部山区旅游市场潜力巨大。我们还计划通过串联海南的景区景点、美丽乡村,盘活乡村旅游市场。”高晓飞说,如今,很多企业都希望为游客提供更新、更潮、更有趣的旅游消费体验。

非遗记忆

“寸锦寸金”飞入寻常百姓家

□ 郇子君 文/摄

从携手国际知名服装设计师劳伦斯·许在意大利米兰“南京周云锦大秀”上展出一系列高级定制服饰,到真金妆花胸针、汉服DIY手作荷包、蓝色梦幻手机包等好看又实用的南京云锦新文创成为云锦爱好者的必备好物,再到如今与服装品牌、网络游戏等联名推出系列产品……近年来,随着南京云锦研究所有限公司(以下简称“云锦研究所”)的市场化转型,“寸锦寸金”的南京云锦,正以全新的面貌融入现代人的生活。

匠心独具

“江南好,机杼夺天工,孔雀妆花云锦烂,冰蚕吐凤雾销空,新样小团龙。”明朝诗人吴梅村在《望江南》中描绘的这种织物,便是南京云锦。作为联合国教科文组织人类非物质文化遗产,南京云锦织造技艺至今已有1600多年的历史。

南京云锦博物馆馆长、云锦研究所总经理简名伟介绍,云锦自诞生起便是皇家御用之物,其织造工艺是一项繁复的系统工程,包括设计、挑花结本、原料准备、造机、织造等五大工序,从材料到人才培养,再到织造技艺,每一个环节都决定了云锦的价值。“两位云锦纺织工人通过大花楼木织机劳作一天,用孔雀羽、蚕丝、真金线等贵重材料,经过复杂的织造工艺,才能织出5到8厘米的云锦。”简名伟说。

如此工艺下诞生的南京云锦文创产品自然也拥有一批忠实的拥趸。云锦研究所旗下的元先线下旗舰店就位于云锦博物馆内。旗舰店里,各类云锦服饰品、工艺品及文创周边产品琳琅满目。南京市民朱女士说,店里几乎每一件产品都在她的审美点上,而且很多云锦文创产品既好看又实用,不管是买给自己还是送给朋友都很合适。

云锦研究所营销部督导王程程说,来博物馆参观的游客都会顺便到店里逛逛。以店里卖得最火的蝴蝶胸针为例,仅是纯手工、真金线织造就非常吸引消费者的眼球。该产品最大的难点在于“定位定花”,每一个胸针在制作之前都把蝴蝶的款型先做好,然后在云锦的基础上加上钉珠,无论是原材料,还是工艺水平,都非常有价值,一个月可以卖出300多件。据介绍,目前旗舰店的年销售额已经达到3800万元。

联手创新

自2015年被锦泓时装集团股份有限公司并购以后,云锦研究所一直致力于市场化转型,但效果一度不明显。简名伟坦言,2020年前,云锦研究所已连续亏损多年,更深层次的转型迫在眉睫。

2021年7月,颇受“Z世代”欢迎的3D换装手游《闪耀暖暖》与云锦研究所合作,推出了一款云锦端仪套装。一项设置了做任务累积积分换取套装、活动剧情介绍、问答任务等环节,面向玩家科普云锦知识。

宝公司面向市场销售,可根据场景需求进行个性化定制。

另外,获奖作品“渠家礼物”则是根据渠家大院“喜上眉梢”“吉祥如意”等砖雕纹样设计出的渠家礼物系列文创产品,包括红包、福袋、饰品盒等,既表达了美好的寓意与祝愿,又具有实用性和美观性。

李家大院景区建筑雕刻纹饰精美绝伦,是李家“善”文化的浓缩。设计者通过葫芦雕刻的形与李家庄三雕元素、“善”文化相结合,设计的作品不仅形神兼备,还显有丰富的艺术价值,更使传统文化得到新的载体和解读。同时,葫芦也可以制作成摆件、灯具等,更具实用性。

山西省文化和旅游厅相关工作人员表示,本次大赛充分发挥文化创意在促进“三晋文化”创造性转化、创新性发展中的积极作用,将晋风晋韵融入行业产业、融入人民生活,以产业化、生活化的创意助力山西文化的传承与创新,推动文化和旅游深度融合。

山西省文化和旅游厅副厅长陈少卿表示,大赛的举办搭建起行业交流的平台,让文创产品创新、研发、转化、营销的全产业链更加完善,实现了全省文化和旅游资源创新性发展和创造性转化。下一步,山西省文化和旅游厅将积极组织大赛成果推介对接活动,邀请金融机构、研发单位、生产企业、销售流通企业等参加,形成供需匹配、成果转化、项目落地的闭环,通过更多有内涵、有特色、有创新、高质量的晋风晋韵文创产品,讲好山西故事、中国故事,传承中华优秀传统文化。



近日,由“王致和”“六必居”“白玉”“龙门”等众多北京美食类非遗老字号品牌联合发起的“京味美食文化节”在北京举办。

据悉,此次美食文化节不仅设置了线下京味美食商品展销、推介活动,还通过多种形式进行线上直播,让更多人了解北京美食文化。图为游客在“京味美食文化节”上选购商品。

本报记者 陈晨 摄

展示晋风晋韵 讲好山西故事

——第三届山西省文化创意设计大赛获奖作品及入围作品展综述

□ 王文华

近日,第三届山西省文化创意设计大赛获奖作品及入围作品展在山西省图书馆展出,300余件独具山西特色、地域文化元素的文创产品,通过雕、刻、剪、绣、塑等多种技艺和瓷、金等材质的传统工艺呈现以及文化与科技的融合创新方式,讲述山西故事。

文化与科技融合

据了解,本届大赛的参赛作品主要涉及文化文博、旅游商品、传统工艺+非遗、数字创意、品牌及包装、视觉传达6个类别,共收到来自全国28个省(直辖市)、89个市、220余个区县的文化创意作品3100余件,最终评出设计创意金奖4个、银奖12个、铜奖27个、优秀奖96个、入围奖258个。山西省文化和旅游厅相关工作人员表示,这些作品围绕山西文化,通过艺术加工和创意转化,形成了突出山西地域特点、景区特色的文创产品和旅游商品。

与往届相比,本届大赛的参赛作品更加贴近市场,表现形式更加丰富,有文化IP衍生品、表情包、APP、小程序、品牌包装、家具、玩具、家居饰品、工艺美术、插画、日用品、旅游纪念品等,具有很高的市场转化潜力。

本届大赛还涌现出了“乔家大院地图可视化”“女婿”“画说山西”等一批数字创意设计优秀作品,文化与科技融合创新,既有创意性,又具实用性,极具市场开发潜力。

数字创意设计类优秀作品“永

乐宫壁画临摹VR设计”是一款以永乐宫壁画临摹为学习内容的趣味性学习软件。设计者通过模拟真实的永乐宫景区三清殿壁画,让现代教学与虚拟现实技术结合,打造了视觉、听觉、触觉融为一体的沉浸式壁画临摹学习环境。趣味性的设计能让人更深刻地了解永乐宫的历史发展脉络,探索壁画艺术文化,领会壁画临摹的创作方式,提高学习的趣味性。

数字创意设计类专业组金奖代表作何劲涌在讲述他的作品“山西寺观壁画——岩山寺”时表示,以山西的壁画作为创作素材,通过动画的形式创新传统文化的表达,可以给古老的壁画带来一种新的体验和展示。

大赛评审委员会专家韩志强表示,举办文化创意设计大赛,可以推动山西省文化创意产业进一步发展。

坚持守正创新

立足山西省革命遗址、红色文化遗址、红色纪念馆等丰富的红色文化资源和山西优秀历史文化,设计开发出了一批符合景区定位、展现文化内涵、满足市场需求的红色文创产品,成为本届大赛的一大亮点。

其中,山西红色之旅趣味棋盘文创产品以山西省文化和旅游厅发布的烽火太行、长城抗战等红色旅游路线为灵感,棋子设计元素包含红军使用的手枪、煤油灯、军帽等,有浓浓的时代感,也让爱国主义教育形式呈现多样性。

“英雄的左权——左权IP形象设计”将左权将军的故事与左权县的文

化元素进行重塑、活化,使其成为可多维度开发的文创产品,让更多的年轻人了解左权将军的事迹。

立足三晋文化

本届大赛立足三晋文化的创造性转化、创新性发展,将晋风晋韵融入人民生活,以生活化、产业化的创意实现了山西文化的传承与创新。

获得传统工艺+非遗创意设计类学生组金奖的郑艺来自太原理工大学。郑艺介绍自己的获奖作品时说:“我的这套餐茶台以条状排列的蛋壳与螺钿相互交错包裹茶盘,展示出大漆材质之美;用螺钿作光线以修饰,体现意境之美。”

据介绍,今年的参赛作品所呈现的工艺、美学、材料、创意等均突破了山西文创产品传统的旧有形象,呈现出传统文化与时尚、新技术的融合共生。

传统工艺+非遗创意设计类专业组金奖作品是以善、孝、家风传统文化为题材的“百扇孝”金壁摆件。金壁由5个扇形吊牌用榫卯结构与中央圆结合,能拆分为5个挂件,可作为父母寿诞的礼品。据了解,作品的设计灵感来源于设计者身边的故事:他的朋友和4个兄弟姐妹要给老父亲过寿,想每人都送一件东西作纪念。“扇”谐音“善”,5个扇形挂件代表5个子女,围抱代表父母的圆形福寿组,象征了子女围绕在父母身边圆圆满满。

“百扇孝”金壁摆件的设计者之一成宇龙表示,作品来源于生活,也要回归生活。这款产品现已由山西宏艺珠



云锦蝴蝶胸针

呼和浩特首届“敕勒川伴手礼”评选揭晓

本报讯(刘东雪)近日,内蒙古自治区呼和浩特市举办首届“敕勒川伴手礼”评选活动颁奖仪式。

据了解,本次评选活动为公益推广活动,由呼和浩特市文化旅游广电局主办,旨在发挥首府优势、彰显首府地位,促进呼和浩特文化创意产业和旅游、商贸产业深度融合

发展。

本次评选活动从2021年9月持续到12月,近50多家企业申报了180多款产品,最终评出金奖50件、银奖50件、铜奖78件。另外,有关方面将对获得金奖、银奖和铜奖的企业及产品给予表彰和宣传推广,并通过各种市场途径进行展示、展览。