

搭建交流互鉴平台 闽台文创擦出“新火花”

——第六届“匠心意蕴”闽台文创周综述



□ 李金枝 文/摄

两岸手工艺文创产品同台展示、两岸青年分享手作技艺创作、两岸专家学者探讨文创产业未来之路……近日，由福建省文化和旅游厅主办、福建省闽台文化交流中心、福州市仓山区人民政府承办的第六届“匠心意蕴”闽台文创周在福州烟台山历史风貌区举办。

文创周通过开展闽台文创市集、两岸文创产业发展论坛、两岸潮流文化沙龙、手作技艺创作分享会、两岸潮流文化展演等系列活动，为两岸文创创业者搭建精品展示、技艺互动的交流合作平台。两岸文创创业者通过交流互鉴擦出“新火花”，共同推动闽台文创产业高质量发展。

同台展示

阿里山的高山茶和武夷山的岩茶风味迥异，台湾的柴烧窑瓷杯和福建建阳建盏各具特色……在文创市集现场，闽台精美手工艺品同台展示，吸引了众多市民和游客参观。

福建省闽台文化交流中心主任郑金龙表示，此次文创周邀请了100多位来自闽台两地的文创创业者，共同展览展示两地精美的文创设计产品，包括潮流文创、非遗文创、生活文创等主题。“期望通过集中展示，两岸文创创业者能够交流互鉴，推动文创产品不断

在泉州阿里山会馆展位，摆满了阿里山高山茶伴手礼。“我的家族有27位亲人在台湾。在开展闽台民间交流过程中，与茶叶结下了不解之缘。”该会馆负责人、来自泉州市惠安县的蔡辉辉说，他曾拜师台湾嘉义制茶大师官荣辉，学种茶、采茶和制茶。近年来致力于两岸茶旅文化推广，创建了阿里山会馆，目前会馆藏品已达上千件。

在文创市集现场，还穿插进行了两岸潮流文化展演，为观众呈现丰富多元的视觉艺术体验。“这次参加文创市集体验丰富，真是不虚此行。”来自厦门的游客张先生说。

技艺分享

一把烙铁、一张砂纸，可以让小小的葫芦变幻出万千世界；一块红砖、一个创意，可以雕刻出闽南人生活的场景；一块布料、一种工艺，可以打造独一无二的色彩和图案……闽台文创周期间，主办方举行了手作技艺创作分享会，邀请文创创业者分享传统手作技艺。

在分享会主席台的桌上，摆放着大大小小、形各异的葫芦烙画。手艺人胡俊杰说，经过不断摸索学习，他掌握了一定的葫芦烙画技艺，创作的系列葫芦烙画作品深受游客欢迎。希望通过此次文创周，能够推广烙画技艺，让更多年轻人参与进来。

闽南红砖雕刻被视为“古厝的门面”，从一块好看的红砖就可以看出古厝主人的审美品位。近年来，觉创工作室艺术品工作室运用闽南红砖为载体，结合地方文化元素，打造出一系列“行走”的闽南红砖雕。该工作室负责人、闽南红砖雕艺人郑培南介绍，闽南红砖文化底蕴深厚，依托闽南红砖，工作室创作了以世遗为主题的闽南红砖雕“茶盘”礼盒，以闽台风景、人物等为主题的系列闽南红砖雕作品。下一步，工作室将推出更多闽南红砖雕作品，让游客把砖雕带回家，进一步传承推广闽南红砖文化。

采用历史悠久传统扎染工艺，选取绿色纯天然植物萃取精华，每一件都拥有独一无二的色彩和图案……手艺人许英琦分享了布染创作的经验。她说：“植物染是一项古老的民间

染色手艺。现在的年轻人张扬自信，为此，我们推出了‘植物染DIY服装’项目，给顾客提供植物染工具、染料等，指导顾客根据自身特点和爱好，DIY自己的服装，满足顾客个性化需求。”

阳光学院两岸融合发展研究院院长马彦彬来自台湾。他表示，台湾在文创设计方面积累了一些经验，产品更加注重体验化、创意化、品位化。文创周通过展览展示、技艺分享等方式，推动了两岸文创创业者彼此交流，会让两岸文创产业发展更具活力。

交流互鉴

活动期间，主办方举办了两岸文创产业发展论坛、两岸潮流文化沙龙等，邀请两岸文创创业者从理论、实践等多角度，就推动两岸文创产业、潮流文化未来发展进行深入交流互鉴。

福建师范大学教授袁勇麟认为，发展地方文创产业要重在对自己地域特色的考察和发掘，维护与发扬在本地域特色。台湾文化创意产业突出本地文化特色，充满创意和人文元素，值得借鉴。

台湾文创推广协会理事长唐国泰认为，要把历史悠久的中华文化进行创新包装，变成新兴产业，提供沉浸式体验是两岸未来文创合作的重要方向。

福建工程学院设计学院院长管幸生认为，两岸文创产品的开发要创新思维，加入非遗文化元素，让文创商品不仅有独特的风格，还能弘扬中华文化。

对于潮流文化，闽台家园台湾青年创新创业基地创始人李宛志认为，潮流与地方文化发展有着密切的关系，是时下年轻人关注的一种文化现象。未来希望能打造更多与潮流相结合的平台，快速连结两岸年轻人的心。

福建省文化和旅游厅副厅长林守钦表示，闽台文创周已成功举办5届，成为闽台两地文创创业者交流合作的重要平台和知名品牌。下一步，福建将在原有文旅惠台政策基础上，推出更管用、更具体、更优惠的措施，让台湾文创创业者更直观感受福建文创产业发展前景，并为他们在福建就业创业提供优质服务。

市场营销战云端

“张永明种的‘椅子’是原生态的文创产品，也是生态优先、绿色发展理念的成功践行。”泗水县文化和旅游局副局长李景凤说。此外，儒陶产品、泗水瓷石、鲁窑澄泥砚、鲁陶工艺品等泗水特色文创产品也在电商节上悉数亮相。

在电商节现场，山东儒陶工艺制品有限公司营销经理林亦农与泗水县火麒麟直播公司的负责人蒋麟，就儒陶工艺制品电商销售的相关事宜达成协议。

蒋麟还是泗水圣源旅行社的负责人，该旅行社2019年开始转型电商。蒋麟介绍，纯手工制作、材火烧制、经过传承与创新，逐渐发展为大众精神与生活的粮食“这一原则，成功打造了艺术粮仓文创基地，研发了系列性文创产品。据悉，他们开发的布艺乐舞、农家蜂蜜、手工玩偶在电商平台上一经推广，就得到消费者的大量好评。

“通过电商直播，既能让更多的人了解泗水传统文化，也有助于摆脱传统技艺传承的困境。”蒋麟说。

“泗水县民间制陶历史悠久，儒陶产品也一直是泗水县名牌旅游商品。近年来，依托古老工艺和柘沟特有陶土，泗水创新研发了生活系列儒陶产品，延伸了产业链条。目前，儒陶年产量可达30万件，依托电商平台，线上线下年营业额能达到460万元。”李景凤介绍。

工匠搭上电商快车

在一枚枚小核桃上笔走龙蛇。非遗项目泗水核雕代表性传承人、山东民间手工艺制作大师谢勇的绝活是用刻刀将核桃雕刻成精巧的艺术品。

谢勇介绍，他从事核雕工作已有20多年。搭上“文创+电商”这趟车，他的核雕工艺品价格倍增。如今，他的作品闻名全国各地，部分作品远销海外，小核桃闯出了大市场。

非遗项目泗水柳编制作技艺传承人刘玉荣也搭上了泗水的“文创+电商”快车。用她一双巧手，柳条变为日用品、工艺品、装饰品，种类繁多，形式多样。她的作品大都扎根现实生活，响应时代主题。当下，按照市场的需求，刘玉荣通过不断创新，编织技艺已经延伸到了麦秆、高粱

山东泗水走出“文创+电商”之路

□ 张令伟 本报记者 冯维国

山东省济宁市泗水县小伙张永明用8年时间种出了4亩“树椅”。这些地里长出来的“椅子”，在张永明精心培育下，成为集生态、艺术、实用于一体的全新艺术品，甚至有一把“椅子”卖出了1.8万元的价格。近日，在尼山鹿鸣田园综合体开幕的泗水县第二届电商节上，“树椅”一亮相，就吸引了大量粉丝关注，成为众多直播大V的优选产品。

近年来，泗水县委、县政府高度重视文旅产业发展，坚持以高质量发展为目标，以全域旅游为基础，以改革创新为动力，以融合发展为主线，积极培育“文创+电商”模式，泗水文旅品牌线上影响力不断提升，开创了文化和旅游融合发展的新局面。

刘玉荣介绍，泗水柳条资源丰富，柳编这门小手艺，借助文旅电商，吸引了大量的粉丝关注，短视频频频点击量达到400多万次，带来了不错的经济效益，也让她增强了坚守和传承传统技艺的信心。

泥巴看似普通，在艺人手中却能“寸土变成金”。非遗项目泗水民间泥塑代表性传承人颜成良，将民间泥塑工艺也搬上了电商平台。颜成良介绍，泗水泥塑扎根乡土、博采众长，作品取材立意广泛多样，吉祥图案、民间传说、历史故事、乡俗生活等无所不有。“学习电商知识后，我通过一部手机就能将泥塑工艺品销售到全国各地，非常方便。”

电商赋能文旅产业，传统技艺与网上营销实现了完美融合，得到创新性发展、创造性提升，逐渐实现经济效益、社会效益双丰收。

电商赋能资源转化

刘玉荣介绍，泗水柳条资源丰富，柳编这门小手艺，借助文旅电商，吸引了大量的粉丝关注，短视频频频点击量达到400多万次，带来了不错的经济效益，也让她增强了坚守和传承传统技艺的信心。

泥巴看似普通，在艺人手中却能“寸土变成金”。非遗项目泗水民间泥塑代表性传承人颜成良，将民间泥塑工艺也搬上了电商平台。颜成良介绍，泗水泥塑扎根乡土、博采众长，作品取材立意广泛多样，吉祥图案、民间传说、历史故事、乡俗生活等无所不有。“学习电商知识后，我通过一部手机就能将泥塑工艺品销售到全国各地，非常方便。”

电商赋能文旅产业，传统技艺与网上营销实现了完美融合，得到创新性发展、创造性提升，逐渐实现经济效益、社会效益双丰收。

市场营销战云端

“张永明种的‘椅子’是原生态的文创产品，也是生态优先、绿色发展理念的成功践行。”泗水县文化和旅游局副局长李景凤说。此外，儒陶产品、泗水瓷石、鲁窑澄泥砚、鲁陶工艺品等泗水特色文创产品也在电商节上悉数亮相。

在电商节现场，山东儒陶工艺制品有限公司营销经理林亦农与泗水县火麒麟直播公司的负责人蒋麟，就儒陶工艺制品电商销售的相关事宜达成协议。

蒋麟还是泗水圣源旅行社的负责人，该旅行社2019年开始转型电商。蒋麟介绍，纯手工制作、材火烧制、经过传承与创新，逐渐发展为大众精神与生活的粮食“这一原则，成功打造了艺术粮仓文创基地，研发了系列性文创产品。据悉，他们开发的布艺乐舞、农家蜂蜜、手工玩偶在电商平台上一经推广，就得到消费者的大量好评。

“通过电商直播，既能让更多的人了解泗水传统文化，也有助于摆脱传统技艺传承的困境。”蒋麟说。

“泗水县民间制陶历史悠久，儒陶产品也一直是泗水县名牌旅游商品。近年来，依托古老工艺和柘沟特有陶土，泗水创新研发了生活系列儒陶产品，延伸了产业链条。目前，儒陶年产量可达30万件，依托电商平台，线上线下年营业额能达到460万元。”李景凤介绍。

工匠搭上电商快车

在一枚枚小核桃上笔走龙蛇。非遗项目泗水核雕代表性传承人、山东民间手工艺制作大师谢勇的绝活是用刻刀将核桃雕刻成精巧的艺术品。

谢勇介绍，他从事核雕工作已有20多年。搭上“文创+电商”这趟车，他的核雕工艺品价格倍增。如今，他的作品闻名全国各地，部分作品远销海外，小核桃闯出了大市场。

非遗项目泗水柳编制作技艺传承人刘玉荣也搭上了泗水的“文创+电商”快车。用她一双巧手，柳条变为日用品、工艺品、装饰品，种类繁多，形式多样。她的作品大都扎根现实生活，响应时代主题。当下，按照市场的需求，刘玉荣通过不断创新，编织技艺已经延伸到了麦秆、高粱



近日，为配合“纳天为书——韩美林天书艺术展”，北京故宫在午门专门设立了“韩美林天书艺术”文创商品展销区。天书艺术行李箱、天书主题瓷器、天书文化钥匙扣等文创商品，受到游客的青睐。图为游客在“韩美林天书艺术”文创商品展销区选购商品。
本报记者 陈晨 摄

创新设计成深圳“最佳土特产”

□ 新华社记者 王丰 李思佳

来深圳出差或旅游的人，返程时，往往会为一件事情苦恼，那就是给人带什么土特产？在2021深圳设计周上，设计周联合策展人韩家英给出了自己的答案。

“很多外地朋友问我，深圳的土特产是什么？我的回答是创新设计。”韩家英说。已连续举办多届的深圳设计周，正把创新设计这一元素凸显出来，成为深圳闪亮的名片。

水贝珠宝、大芬油画、三联水晶、大浪时尚、华强北科技……近年来，“深圳制造”被“深圳设计”赋予文化底蕴，深圳的地理标志与文化产品实现有机结合，而大大小小的设计展会已成为推广城市形象、发展新兴产业、孵化创意人才、体验美好生活的重要平台。

2021深圳设计周以“设计解决问题”为主题，包括“设计·韧性”“设计·融合”“设计·国潮”“设计·视界”“设计·器用”五大核心板块。

可以自己拼装、组装的木家具，能够进行混凝土建造的3D打印机器人，造型各异的电风扇、蓝牙音响，韵味十足的文创产品……在设计周工业展展区，小到日常生活，大到生产制造，处处都展现出创新设计的魅力。

“设计解决问题要回到问题的来源，其实就是回到我们的日常生活。”设计周联合策展人张宇星带来了特别项目“深圳公共建筑特展”，选择包括学校、医院以及文化建筑三大板块的23个典型项目，反映设计如何回到民生、关注民生。

在主展场深业上城，目之所及都是韩家英领衔设计的全新视觉符号“S”，“S”展板、“S”雕塑、“S”展旗……韩家英介绍，“S”是“Shenzhen”的首字母，其主色彩源自深圳的市花——簕杜鹃，展现深圳的魅力、活力、动力、创新力。

近年来，设计正成为深圳产业转型升级的重点和方向，包括服装、家具、珠宝、钟表、眼镜、皮革箱包等在内的传统产业，在设计上加大投入，不断吸收全球时尚要素，提升产品附加值。

华为手环6、SeqHPV分型基因检测、蓝牙血压计、智能车载消毒空气净化器……2021年11月24日，深圳市市场监督管理局公布了2021年“深圳伴手礼”名录，来自华为终端、华大基因等深圳本土公司设计生产的20件产品获得殊荣。

自2008年联合国教科文组织授予“设计之都”称号以来，深圳把每年的12月7日定为“深圳创意设计日”，每年由财政拿出5亿元专项资金支持创意设计产业发展。

来自深圳市人力资源和社会保障局的数字显示，目前深圳拥有超过20万名工业设计设计师和从业人员。与产业的高度结合，也促使深圳的设计企业相继成立了近20个行业协会，

将众多设计企业、设计师有效凝聚在一起。

“过去，国外企业找中国企业合作一般是代工模式。现在，越来越多的中外合作涉及设计环节，这是一个很大的进步和跨越。”深圳市工业设计行业协会会长刘志雄说。

从引入海内外设计人才，到扶持设计产业园区，再到设立文化创意产业基金，通过不断加大专项支持力度，“深圳设计”以文化与创新为纽带，在工业设计、平面设计、建筑设计、室内设计、时尚设计等方面成果卓著。如今，文化创意产业已成为深圳的四大支柱产业之一。

未来，深圳将持续擦亮“设计之都”名片，推动创意设计设计与先进制造业、现代建筑业、科技创新等融合发展，做大做强数字创意、现代时尚等战略性新兴产业集群，让设计更好赋能产品、赋能产业、赋能城市，推动经济社会高质量发展。

刘玉荣的柳编作品响应时代主题。张令伟 摄

内蒙古举办“非遗年货节”线上活动

本报讯(刘奇)1月10日，由内蒙古自治区文化和旅游厅主办、自治区展览馆、各盟市文化和旅游局承办的“非遗年货节”线上活动在内蒙古全区启动，将持续至31日。此次活动旨在传播弘扬内蒙古优秀传统文化，为非遗传承人搭建推广销售平台，丰富广大人民群众的节日生活，让内蒙古非遗品牌走进千家万户。

据介绍，此次“非遗年货节”以“中华