

一“墩”难求！北京冬奥周边产品受追捧



游客在北京2022官方特许商品零售店里选购商品

□ 本报记者 王诗培 文/摄

伴随北京2022冬奥会的开幕，一系列与冬奥会相关的周边产品受到大众追捧，纷纷售罄，其中尤以冰墩墩相关产品最受欢迎，导致一“墩”难求。

“（冰墩墩）很难抢，线上是定时开售，基本上秒空。听说线下还有很多人凌晨去实体店排队购买。”有网友在在微博上评论。

2月9日，记者实地探访了前门大街的北京2022官方特许商品零售店，发现店内和冬奥会相关的周边产品被抢购一空。店员虽然在店外放置了温馨提示，“冬奥会系列全部售空”，但仍阻止不了消费者的热情，不

间。“不止我们这家店，北京几乎所有零售店和旗舰店里的冬奥会周边商品大多数已经断货。”

尽管店里商品所剩不多，但还有“北京礼物”可以看看。前门大街的北京2022官方特许商品零售店位于北京礼物店内，鸟巢、冰立方等造型的冬奥会相关文创产品也只剩零星几个。带着女儿想来店里购买冰墩墩毛绒玩具的市民刘女士为了安抚女儿，给她买了“北京礼物”的唐人娃娃。她说：“冬奥会的开幕式太美了，我们一家人都很关注赛事。抖音视频里的冰墩墩吉祥物非常可爱，女儿看了很喜欢。没想到现在冰墩墩这么火，等过段时间再来店里看看吧。”

“一墩难求”的盛况也让商家不得不采取了限购措施。天猫奥林匹克官方旗舰店的冰墩墩销售页面显示，为尽可能保障正常客户的购买需求，避免囤积货物、抬价转移，若遇同一个ID购买多件，最多发两件。

记者注意到，天猫奥林匹克官方旗舰店新上架了一款冰墩墩毛绒玩具新春特别版，该商品最近几日下午4点都开启了预售，每整点预售2000件，售价为180元。

北京冬奥组委市场开发部相关负责人表示：“北京冬奥组委市场开发部已和各生产企业进行了沟通，采取积极措施推进产品生产，将会有产品源源不断供应到市场。同时，北京冬奥会的特许商品，至少将持续销售到今年6月底，可以满足广大消费者的需要。”

据悉，北京冬奥组委共开发了15个大类、5000余款特许产品。这些特许产品，不仅品类丰富，在设计上也注重将传统文化融入现代设计，既有纪念冬奥的意义，也能起到推广冰雪

运动、弘扬民俗文化的作。

冬奥特许商品的热销，也带动了背后的生产、销售公司业绩增长。2月9日，“冰墩墩第一股”元隆雅图开盘一字涨停，报24.6元/股，涨10.02%。而该公司是A股里唯一一家生产冰墩墩、雪容融毛绒玩具的上市公司。

除冬奥特许商品外，冬奥赞助商也在不断加码体育营销。公开资料显示，北京2022冬奥会官方赞助商共11家，包括青岛啤酒、燕京啤酒、金龙鱼、顺鑫、文投控股、北奥集团、百胜中国、恒源祥、猿辅导、奇安信、盼盼食品。其中，青岛啤酒专门推出了赛事纪念款啤酒，为15个冬奥会比赛项目印制了15款冬奥冰雪罐体。盼盼食品从今年1月开始已经陆续向北京冬奥组委冬奥村、志愿者服务部等交付了多批次冬奥产品，包括盼盼每日坚果、粗粮饼干、软面包、瑞士卷、方便面等32个品类，超过2000万枚（袋）冬奥保障产品。

借冬奥会的契机，奥运特许商品销售企业和冬奥赞助商均能提升企业形象和产品知名度，扩大海外销售市场、提高品牌价值。

中国旅游协会旅游商品与装备分会秘书长陈斌表示，预计整个冬奥周期，特许商品收入将突破25亿元。有很多特许商品都是限量销售，这种限量销售的策略增强了冬奥特许商品的收藏属性，也进一步刺激了产品销量。事实上，要做好冬奥营销并非易事，难度系数非常高，必须从企业战略上进行较大规模投入。此次冬奥周边产品热销，有北京冬奥组委的积极准备和广泛宣传、北京冬奥会开幕式的成功举办、中国社交媒体的热议、全球集中关注、国人的高度关注等诸多有利原因。

新疆冰雪装备产业驶入快车道

□ 王思超

“我们原来是做服装生意的，现在新疆各地的滑雪场越来越多，但生产滑雪服的企业并不多，于是我们转变思路，转产冰雪装备，瞄准了滑雪服、滑雪手套、滑雪鞋、护目镜、头盔等产品，公司销售额很快转降为升。”阿勒泰雪都冰雪装备有限公司总经理汤凯全兴奋地说。

近年来，在北京2022冬奥会、冬残奥会的影响下，新疆的冰雪运动、冰雪旅游不断升温，冰雪装备制造业加速发展，从滑雪服、滑雪手套、滑雪板等个人装备，到拖牵、魔毯、索道等滑雪场专用设备，新疆企业都有布局，冰雪装备制造业逐渐成为新疆冰雪产业发展的重要一环。

与汤凯全一样兴奋的还有哈巴河县雅居床服有限责任公司的董事长李玉梅。该公司是阿勒泰地区冰雪装备制造业领军企业之一，其生产的阿尔泰雪狼驼绒滑雪服能满足极寒条件下户外保暖的需要。李玉梅说：“我们的滑雪轻装已经走进了阿勒泰地区各大滑雪场。在将军山、可可托海等国际滑雪度假区和滑雪场都能看到我们的产品。”

“客户太多，这个冬天都有点忙不过来了。”新疆华通泰克游乐设备有限公司总经理周涛介绍，公司主要生产游乐设备和架空索道等产品。近年来，公司的产品陆续被引入丝绸之路国际度假区、将军山国际滑雪度假区、白云国际滑雪场等天山南北、阿尔泰山以及疆外等多地的滑雪场。

2005年成立的乌鲁木齐市冰雪新金立滑雪设备有限公司最早也是做户外装备与滑雪轻装的，市场规模最大时在乌鲁木齐市等地开有8家特装专卖店。随着新疆滑雪产业的发展，该公司全力进军大型滑雪装备制

造产业。2010年，公司在乌鲁木齐市米东工业区建设了滑雪魔毯设备生产基地及研发中心，并在保定、太原设有分公司和生产基地。该公司负责人廖先成介绍，目前，公司的滑雪装备除销往甘肃、山东、山西等省份外，部分产品还远销中亚、欧洲。

冰雪装备产业的不断扩大也带动了当地群众就业脱贫。

“在滑雪场里，最基本的一条拖牵索道，需要两名工作人员维护游客安全，两名以上的工程人员维护运转，还有安全员随时巡逻，这样至少可以解决七八个人的就业问题。此外，还有运输工人的需求。”周涛表示。

乌鲁木齐市水西沟镇的哈那提·克孜汗，在4年前还需要出去打工，自从家门口有了滑雪场，他不仅实现了就地就业，腰包也逐渐鼓了起来。在白云国际滑雪场，他主要负责维护托牵索道沿线的游客安全，并教初学者一些简单的滑雪技巧。

新疆维吾尔自治区文化和旅游厅相关负责人表示，新疆要充分利用各地的资源优势，发展适合当地特点、带动性强的冰雪装备制造业。在这方面，哈巴河县雅居公司走在了前面。李玉梅介绍，目前，公司有65名工人，人均月收入达4000元。产品的畅销带动了当地驼绒生产加工，当地农牧民的驼绒供不应求，增收效果明显。

曾长期从事旅游管理、教学和研究的九三学社新疆维吾尔自治区副主委肖虎表示：“新疆滑雪产业日益壮大，装备需求旺盛，冰雪装备亟待进一步向专业化程度高、技术水平先进的方向发展。这就要求冰雪装备制造领域的企业有较高的专业化程度、技术水平，企业在发展中要重点解决技术创新、人才培养等问题。”

青岛文创产业蓬勃发展

□ 本报记者 肖相波 文/摄

在刚刚过去的春节假期，山东省青岛市各图书馆、博物馆、文化馆以及景区、文旅企业纷纷推出丰富多彩的虎年文创产品，为市民和游客的节日生活增添一种“年味”。

据了解，2021年，青岛市在各大景区、网红打卡地举办特色消夏市集、杏运市集、月亮市集、晚风市集等形式多样的文创市集100余场次，展销各类文创产品千余种，既展现了青岛地域文化特色，又丰富了文旅场景体验，助推城市夜经济发展。

近年来，青岛旅游文创产品努力把握文化时尚脉动，不断进行跨界融合，一方面催生了文创产品的开发热潮，另一方面也打响了旅游品牌的知名度。

青岛故宫文创馆毗邻青岛火车站和栈桥景区，是一座非常漂亮的海上建筑，成为市民和游客眼中的“网红”打卡地。据了解，该馆主要展示、销售图书类、手信类、纪念品类、文物专题类等文创产品，并将故宫核心文化元素、青岛时尚文化元素与现代审美巧妙融合。青岛故宫文创馆宣传负责人牛青青介绍，今年该馆文创区新增了几十种文创产品，很受年轻人的欢迎。

在青岛，还有一些书店进军文创领域，开辟文创生活美学空间，引进或自主开发文创产品，满足不同读者群体的多样需求。

青岛书城二楼的“明阅岛”陈列着文创产品1万余种。青岛书城副总经理张雷表示，“未来，我们将继续在文创产品、文具、图书的经营品种和经营特色上下功夫，结合青岛文化特点和城市特点，研发具有青岛特色的文创产品。”

依托青岛旅游城市的影响力，结合当地文化风俗，有不少专注于文创产品设计、研发的企业和机构开始与

青岛结缘，并在这里结出了硕果。

2019年10月，深圳市文化创意行业协会（以下简称深创协）青岛运营中心、崂山区域运营中心同时揭牌成立，这是深创协在山东省的首家运营中心。截至目前，该中心已经组建了20余人的专班服务团队，为青岛文创产业提供专业培训、人才引进、行业分析、技术支持等服务，引进了多家优质文创企业，同时助推青岛打造多主体共赢共利的文创生态圈。

在深创协引领带动下，青岛崂山区日益成为文化名家、文化名品、文化名企和文化品牌活动聚集地。据统计，目前，崂山区文化企业超过650家，其中，规模以上企业63家。

除了鼓励企业研发文创和旅游商品，青岛市还加快推进文创产品进文旅场馆。青岛市文化和旅游局相继开展了文创产品进景区、星级酒店、文博场馆活动，并推荐青岛木森智能股份有限公司免费为景区、酒店以及文博场馆铺设无人销售礼品专柜，全面展现独具青岛文化底蕴和特色的文创工艺品、非遗产品、土特产品，着力打造规范有序、放心满意、特色鲜明的文创产品销售平台。目前，共有近百家景区、星级酒店、文化馆、图书馆、博物馆参加活动，推荐上报各自的文创产品。

据了解，青岛还将在青岛奥帆中心开设“胶东之礼”和“青岛有礼”旅游商品旗舰店，在各区（市）大客流开放式景区设立分中心，以具有地方特色的文创产品和旅游商品，提升青岛旅游城市品牌形象。

青岛市文化和旅游局资源开发处处长李茂杰表示，“下一步，我们将广泛开展文创产品交流展示，积极推动青岛市文创产品‘走出去’，逐步建立完善的文创产品交流学习机制，进一步丰富文创市集模式，打造青岛‘文创市集’品牌。”



2022崂山虎年文创产品市集

武威文创助力文旅融合

□ 牛莹 本报记者 张陇堂

从具有本土特色的“马踏飞燕”摆件、西夏剔刻茶具、八鸟朝阳抱枕，到寓意吉祥的五彩瑞云T恤、国潮风丝巾，如今，种类丰富、设计精巧、实用性强的文创旅游商品，已成为甘肃省武威市对外展示文化内涵和旅游资源的重要窗口，助推当地文化和旅游融合发展。

经过多年发展，武威的文创旅游商品开发现有二十大类、500多种，为游客提供了独特的文化体验，让“天马行空·自在武威”成为旅游者心中的“诗与远方”。

挖掘文化内涵

武威古称凉州，是丝绸之路经济带甘肃段的重要节点城市，悠久的历史为武威留下了丰厚的文化遗产。

“畅游天马故乡，感受自在武威”是近年来武威主打的文旅品牌，挖掘当地文化特色、研发让游客耳目一新的文创旅游商品，是武威文化和旅游部门长期以来关注的重点工作。

据悉，武威市文体广电和旅游局在“有趣”“有用”“有文化内涵”上做文章，鼓励支持相关单位推出了一系列识别度高、特色鲜明、有高品质的旅游

商品。其中，武威西夏博物馆以西夏碑为创作元素，开发了西夏剔刻花茶茶具，而茶具上的纹样则展示了西夏剔刻花瓷器工艺；以陇右学宫之冠——武威文庙为创作元素，开发了武威文庙名匾“天下文明”、棂星门牌楼直尺……一件件带着“天马行空·自在武威”千年风雅的精美文创旅游商品，向游客展示了武威深厚的历史文化底蕴和丰富的旅游资源。

武威西夏博物馆馆长任赞介绍，该馆利用馆藏西夏文物上的历史文化元素，通过色彩、材质、载体的变化，让文物上的文字活起来，打磨出兼具颜值、实用性及文化内涵、品牌价值的文化衍生品，受到消费者欢迎。

近年来，武威市旅游开发公司开发了以铜奔马为元素的青铜器、以酒文化为元素的瓷器以及天马故乡纪念品、特色元素文具四大类旅游产品。据悉，公司以实体店销售为主，兼顾线上经营和节会推介。

“我们以武威馆藏文物仿制、文化内涵提取、文化创意开发为主，生产出了具有收藏性、便携性的旅游文创产品，备受游客青睐，仅‘铜奔马’系列摆件近两年销售额就达120多万元。展示特色文化元素以及与合作单位联合打造精品类的文创旅游商品，是公

司长期的发展方向。”武威市旅游开发公司负责人赵成说。

搭建合作平台

武威市文体广电和旅游局产业科科长孙智朝介绍，为推动武威文创旅游商品的提档升级，近两年，武威市文体广电和旅游局组织武威市相关文博单位主要负责人赴浙江省义乌市等地考察，学习当地文创产品研发先进经验和做法，挖掘优秀资源，完善武威市的文创产品体系。在学习外地文创企业先进创作、设计理念基础上，相关文博单位对武威馆藏文物的文化内涵进行了分析和梳理，扩充了西凉乐器系列、西夏瓷器系列等文创旅游商品，创新打造了文创旅游商品合作平台。

武威市博物馆副馆长杨瑞说，该馆内各类文物丰富，其中，汉唐丝绸之路文物、历代佛教等文物独具特色。通过早期搭建的文创中心和完善的制度管理，2020年5月，博物馆与宁夏大学西夏学研究院文创研发基地合作，提取精品文物中的文化元素作为装饰图案，推出了以鸣鸟、八鸟朝阳、凉州故事、丝绸之路等为主题的近百款实用文创产品，成为武威市博物馆的亮点。

助推文旅融合

为传承传统文化，让文物活起来，促进传统文化走进生活，武威市博物馆利用馆藏走进，在微信公众号平台推出颜值与内涵并重的文创商品。同时，博物馆还运用文博资源和民俗文化，开展“文博陪你过大年”“生肖文物图片展”“非遗民俗展演”等活动，助力文化兴旅之路。

据介绍，下一步，武威市博物馆计划加大文创研发力度，拓展文创商品种类，加大文创旅游商品设计和理念的创新。

武威西夏博物馆与宁夏大学“丝路文创”中心开展了“西夏壁画临摹”主题社教活动，让青少年通过临摹《西夏壁画临摹》，感悟独特的西夏壁画艺术，加深对西夏文物的了解，激发其热爱和保护文化遗产的热情。

此外，武威市文体广电和旅游局充分利用各类赛事活动，组织文旅企业、文创旅游商品“走出去”，扩大武威文创旅游商品的影响力。

武威市文体广电和旅游局相关负责人表示，武威将积极挖掘非遗元素，设立专门的非遗展示和演出场所，开发具有地方特色的传统文化产品，推动非遗与旅游业融合发展。