

广西传统工艺在传承保护中创新发展

□ 孟萍

不久前，广西壮族自治区文化和旅游厅公布了2021年广西传统工艺工作站名单，广西壮锦山河文化发展有限公司、广西钦州坭兴陶艺有限公司、钦州市品艺堂坭兴陶艺有限公司、贺州市杨晋记豆豉有限公司等19家单位入选。近年来，这些单位进行传统工艺保护和发展的举措各具特色，对推动传统工艺在现代生活中焕发新的生机和活力具有重要意义。

保护为先有序传承

传统工艺虽然具有悠久的历史，但由于过去普遍是分散的小作坊生产，在现代工业的冲击之下往往走了下坡路，因此加强保护十分重要。入选广西传统工艺工作站的各个单位因行业制宜，发挥自身优势“聚沙成塔”，聚合技术、人才、资金、市场等各个方面要素，让保护工作切实有效。

作为广西传统工艺发展工作站，壮锦山河文化发展有限公司将目光投向了偏远的乡村，实施了织绣技艺乡村计划。公司负责人贺曦介绍，他们建立了地方特色产业基地，通过政府指导、院校参与、企业带动、乡村推动、农户主动、市场推广的方式，实现织绣技艺的传承。“现在，我们以南宁非遗生活馆为总部基地，在三江、靖西、龙州等地乡村建设了织绣基地，开展传统织绣工艺的普及、创新工作。”

人才培养是传统工艺传承的重要一环，这方面钦州坭兴陶艺有限公司的工作富有成效。他们利用公司拥有多名国家级、省市级大师和一批中高级职称人才的优势，以与各大院校合作的“陶艺教学实践研发基地”为依托，实施坭兴陶大师、技术骨干到院校

开课计划，聚集和培养坭兴陶高素质人才，打造教、学、研、产、销相融合的一体化平台。该公司还连续举办了14届全市中小学生学习“薪火相传”坭兴陶创作大赛，承办过多期手拍壶、雕刻、3D打印等陶艺培训班，成立了市级坭兴陶节能烧制工程技术研究中心。

作为高新技术企业的钦州市品艺堂坭兴陶有限公司，拥有各项发明专利42个，居行业前列。公司总经理、广西工艺美术大师曾日荣表示，公司已与多家高校深入合作，未来将开展坭兴陶创新制作比赛、坭兴陶制作及烧制课程培训班等活动，加快科研成果的产业化推广应用和标准化建设，助力行业发展。

贺州市杨晋记豆豉有限公司遵循“世宝古技，御政鲜香”的经营宗旨，在大师傅杨谦荣的带领下，坚持古法制作豆豉，生产规模不断扩大。公司负责人徐向前说：“作为贺州唯一的‘广西老字号’企业，公司于2018年10月牵头成立了黄姚豆豉产业协会，为‘黄姚豆豉’这一非遗的传承聚合各方力量。”

文旅融合增强后劲

旅游能带来巨大的人流，其口碑效应可以对非遗产品形成直接的宣传和购买力。贺州市杨晋记豆豉有限公司很早就将公司的发展与黄姚古镇的旅游紧密结合，不断增强发展的后劲。

2018年7月，在贺州市文化和旅游局的帮助下，杨晋记打造了黄姚豆豉文化长廊、非遗黄姚豆豉技艺墙，向游客宣传黄姚豆豉的同时也扩大了自身的品牌影响力。“我们推出了黄姚豆豉非遗游学项目，于2021年8月，已先后接待研学团队约30场，近1000人次，效果良好。”徐向前说。随

着黄姚古镇旅游热的不断升温，作为黄姚旅游名片的黄姚豆豉，产量也从200吨增长到400吨。

坭兴陶如今已是钦州文化和旅游的一张名片，年产值超15亿元。钦州坭兴陶艺有限公司、钦州市品艺堂坭兴陶有限公司等企业都是广西工业旅游示范基地、非遗传承基地，近年来工业旅游、非遗旅游开展得有声有色。钦州坭兴陶艺有限公司还开设了坭兴陶艺术馆、生产制作车间、DIY体验馆、传统技艺传习馆、大中专院校陶艺实训基地等，常年开展旅游和研学活动，成为公众体验和购买钦州坭兴陶的重要平台。

壮锦山河文化发展有限公司通过织绣技艺乡村计划，结合发展民族风情旅游，为偏远山村引来了更多的游客。贺曦介绍，基地的建立，可以让更多人了解广西少数民族文化，促进区域旅游向文化深度体验的方向发展，进而提升村民的经济收入。“2025年以前，公司要全面推进织绣技艺乡村计划，在全区筹建十个织绣坊基地。”贺曦说，公司将每年选定2至3个乡村作为产业基地，每个村子建设一个织绣坊，培养至少30名织绣骨干，实现发展村落特色产业的目标。

锐意创新弘扬壮大

传统工艺、非遗产品要跟上时代的发展，被现代人喜爱才有长久的生命力。各个传统工艺工作站孜孜以求不断创新，也因此获得了良好的市场回报。

杨晋记的豆豉制作技艺已经传承了200多年，如今，在保有黄姚豆豉零添加、开盖闻香、营养丰富的基础上，杨晋记创新深加工技术，打造出了以爆香豆豉为代表的非遗黄姚豆豉五大

系列衍生产品，获得了市场的认可，仅2020年，杨晋记生产黄姚豆豉及相关衍生品年产值就接近500万元。

钦州坭兴陶艺有限公司拥有自主知识产权的专利技术34项，创新设计产品获得一百多个国家级金银铜奖；钦州市品艺堂坭兴陶有限公司拥有专利33项，年产值达1100万元。

壮锦山河文化发展有限公司则在振兴传统工艺的过程中，更加深入地发现和认识织绣文化的精髓和价值，提取刺绣元素，结合现代生活需求，设计研发出服饰、背包、文具等新品，实现刺绣传统手工艺生产性保护和推广性传承。公司开办了民族文化主题民宿和民族服饰艺术博物馆，主打“米洛甲”民俗品牌、“旧裳新尚”文化品牌和“壮古”包品牌，还有线下实体店非遗生活馆和米洛甲花神艺术主题餐厅；通过与知名设计机构、国内外重点院校合作，不断提炼演化民族元素，拥有21项商标权、10项版权、8项软件著作权、20项外观设计专利。随着市场不断扩展，乡村的织娘们也有了稳定的收入。如三江侗族自治县独峒镇有了村侗族绣绣基地以企业月需800条织锦丝带计算，每月可带动约50名织绣人员进行生产，每人每月可增收1500元。

广西壮族自治区文化和旅游厅非遗处相关负责人表示，广西将进一步对入选的传统工艺工作站进行经费和政策的扶持，鼓励企业传承和弘扬传统工艺所蕴含的文化精髓，发掘和运用传统工艺所包含的文化元素和工艺理念，实现传统文化的创造性转化和创新性发展，培育广西工匠大师和民族文化品牌，推动传统工艺在现代生活中焕发新的生机和活力，为建设文化旅游强区作出新贡献。

冬奥视听科技已用于文旅项目

□ 陈熠瑾

黄河之水倾泻而下，晶莹剔透的五彩冉冉升起，提着雪花灯笼的孩子们脚踏雪花翩翩起舞……北京2022年冬季奥运会开闭幕式上一幕幕美丽的场景惊艳了世人。这样大体量的数字化呈现、极致的“中国式浪漫”，得益于广东科技力量的助力。在本次冬奥会开闭幕式和国家体育中心等赛场内，众多视效技术、音效技术就出自利亚德集团及其旗下的广州励丰文化科技有限公司。

近日，利亚德及励丰文化对外披露了参与北京冬奥会开闭幕式并提供赛场设施的细节。利亚德、励丰文化作为本届冬奥会服务商，用强大的科技实力和保障能力，把冬奥数字科技创意完美地呈现在世人面前。

北京冬奥会开幕式上，和平鸽展示环节，伴随着小朋友的舞蹈步伐，雪花纷飞，每一片雪花都真实如同飘在眼前。现场巨大的LED显示屏不断呈现的立体3D的视觉效果更让人难忘。据介绍，现场LED显示屏由地屏、冰立方、冰瀑和南北看台屏组成，总面积约1.45万平方米，是世界上最大的LED三维立体舞台。利亚德提供了总面积约1万平方米的LED屏幕，约占显示总面积的70%。同时，利亚德为整场演出提供显示播控系统，实现了14880x7248的像素显示水准，接近8个8K分辨率，可以完美呈现裸眼3D效果。

据励丰文化科技公司集成研发总工程师李志雄介绍，这次的播控系统采用的是全国产设备，设备性能比2008年的国外播控设备更加稳定可靠，为观众呈现了完美的视觉效果。“2008年的一台播放服务器只能输出

4路2K信号，这次的一台播放服务器能输出4路4K信号，多台设备联播能做到帧同步，8K摄像机都拍摄不出来误差。”

在冰上赛事现场，励丰文化也贡献着听觉盛宴。在北京五棵松体育馆，观众坐在场馆内的任何角落，都能感受到“HiFi”级听觉享受和富有层次张力的360°立体声，大大提升了观赛体验。这项被称为“全景多声道中控服务系统”的技术，来自励丰文化旗下自主品牌lemuse。

在利亚德集团董事长李军看来，冬奥会上各类尖端LED显示技术的亮相和绝佳音响效果的展示将促进技术产业的二次腾飞，与这些技术关联的各类上下游产业，包括科技文化融合的相关文旅业态，也将很大程度上迎来更好的机遇期。

事实上，活跃于冬奥场馆内的lemuse“全景多声道中控服务系统”技术与LED播控技术，早已运用在文化旅游项目中，如赣州“水晶之恋”夜游项目。它的运用既应对了复杂多变的户外演出环境，又实现了完美的视听效果，打造出国内一流的水上娱乐新场景，成为赣州夜间文旅项目的新亮点，延展了当地的旅游产业链，提升了城市文化影响力。

励丰文化相关负责人介绍，全景多声道技术等部分冬奥视听科技早已应用在国家大剧院等剧院剧场中，多年的技术积累与产业实践，为实现冬奥会赛场上的完美视听效果奠定了基础，向世界展现了中国的文化自信以及技术创新实力。他表示，公司将利用自身技术优势，将课题研究成果与文旅创新项目结合，积极研发观演环境体验互动与呈现技术，努力打造交互式沉浸旅游演艺支撑技术和平台系统。

崆峒山文创中心“产品新、文化浓”

□ 罗贻鹏 本报记者 张陇堂

趣味横生的崆峒山吉祥物公仔、国潮系列遮阳伞、各式农特产品、雕琢精美的手工艺品……在甘肃省平凉市崆峒古镇的崆峒山文创中心，琳琅满目的文创产品让整个销售展厅充满浓郁的地方文化特色。

崆峒山文创中心520平方米的销售展厅内布置了多个展柜，陈列着千余种产品，其中包括书画、根雕、陶瓷、绣品，还有美味可口的食品。

崆峒山文创中心负责人牛相富介绍，整个展厅分为崆峒品牌区、文化商务区、创意精品区、崆峒养生区、地域特色区等，荟萃了崆峒山及平凉市的特色文化创意产品。

2020年5月24日，崆峒山文创中心开业。这里“环境好、产品新、文化浓”，吸引了众多游客驻足购买。为进一步丰富产品类别，文创中心引进了泥塑、麦秆画、安口窑瓷、本地文学书籍字画等，还邀请6位本土非遗传承人、8位艺术家加入，上架相关书籍500余册。

牛相富介绍，崆峒山文创中心利用“旅游+”和“+旅游”方式，融旅游与文化、休闲、观光于一体，设立崆峒山文创书店，展示本地优秀作品，让游客了解本地文化。同时，每周周末组织本地书画家在书店区交流设展，通过挖掘、整理、展示三个环节，充分展示崆峒旅游深厚的文化底蕴。

“崆峒山文创中心的开馆，有利于研发崆峒山文化创意产品，完善崆峒山文创产品类别，推动崆峒山文化创意产业发展，提升平凉旅游形象。”牛相富说。

2021年6月1日儿童节，崆峒山文创中心将崆峒山顶的石府洞天建筑、楼檐、山峰、树林绘制于冰激凌上，推出了崆峒山文创雪糕，受到了游客的欢迎。牛相富说，在产品设计

和打造方面，崆峒山文创中心立足于崆峒文化，深挖地方特色文化，通过年轻的设计团队，将文化内涵和符号与产品属性、特点深度对接，打造出符合市场潮流、又具有文化气息的文创产品。同时，崆峒山文创中心还联合平凉市优秀企业，开发本地具有代表性的特色产品。

另外，崆峒山文创中心联合非遗传承人，整合平凉何霞剪纸（皮影）、刘泉泥塑、面塑等手工艺品，一起为游客设计打造定制旅游纪念品。

值得一提的是，崆峒山文创中心还有专门的扶贫产品区，不仅为平凉优质农副产品提供宣传展示的平台，也为游客提供了绿色放心的农副产品，助力平凉市乡村振兴。

据了解，为了进一步巩固拓展脱贫攻坚成果，崆峒山文创中心组织人员前往庄浪、灵台等多个县乡，调研整合本土农特产品。“我们坚持以文化和旅游产业扶贫发展为主导，用崆峒山作为品牌支柱，制定统一的产品标准，以品牌带动价值与销路，让更多游客了解平凉优质土特产和风俗人情，实现‘游崆峒山，带健康回家’。”牛相富说。

近年来，随着“电商+直播”购物模式的兴起，崆峒山文创中心积极对接平凉市优秀文旅企业和电商企业，发挥崆峒山龙头景区特色效应，通过各大网络销售平台，打造平凉市网络带货产业基地。“我们希望通过这样的方式，拓宽文创产品和土特产品的销售渠道，带动本地旅游商品企业增收。”牛相富说。

如今，崆峒山文创中心正积极致力于打造崆峒旅游IP，通过挖掘文化内涵、搭建展示平台、特色产品嫁接、核心产品研发、多渠道营销的闭环经营模式，让更多游客感受到崆峒文化的魅力，同时为平凉市优秀旅游商品提供展销和孵化平台。



崆峒山文创中心 罗贻鹏 摄



近年来，中国人民革命军事博物馆大力开发主题文创产品，拓展多元化的产品销售方式，不仅在馆内设立了多处主题文创产品展示销售区，还在主要通道和休息区设置了“军文博”自动售卖机，促进了馆内文创产品的销售。图为游客使用“军文博”自动售卖机选购文创产品。

本报记者 陈晨 摄

“礼遇吉林”创意亮眼 种类丰富有趣实用

□ 徐子沂 本报记者 刘玉萍

“嘎拉哈”(羊拐)被装饰在了手链上，文物元素被印在了滑雪板上，滋补佳品人参被提炼加工成了化妆品、满族旗袍被做成了造型别致的书签……这些各具特色、引人注目的旅游商品在去年年底举办的吉林省旅游商品大赛上纷纷亮相。

近年来，吉林省旅游商品研发成果丰硕，旅游商品和文创产品品牌建设颇有成效，一批批“礼遇吉林”系列旅游商品和文创产品在吉林省旅游商品大赛上进行了展示，并借助这个平台开拓了市场。吉林省文化和旅游厅相关负责人表示，今年吉林将持续开展旅游商品和文创产品进景区活动，激发文化和旅游消费潜力。

用文化点睛

“长春每个地方都有自己独特的故事，我们希望借用冰淇淋这个载体展示本土文化，让它成为长春独特的城市名片。”吉林省爱未来文创集团有限公司产品经理沈迪表示，2021年，公司推出了“桂琳璐文创冰淇淋”，获得了消费者的好评。

据介绍，该冰淇淋以第一辆解放车、第一辆红旗车、长影老胶片等长春标志性元素为造型，例如以“长春”二字为造型的香草口味冰淇淋，以长春文化广场标志性建筑太阳岛为造型的巧克力口味冰淇淋等，款式多、颜值

高，通过融入长春著名地标和城市元素，展现出浓浓的长春特色，因此获得本届大赛的银奖。

另外，该公司还打造了以“回家的路”为核心设计理念，长春地标为辅助设计元素的“十全食美文创月饼”。月饼包装上凸显了长春的本土文化，礼袋上印有东北农民画风格手绘地图，渲染出幸福而欢快的城市氛围。

同样用文化为旅游商品点睛的还有吉林省博物院。依托吉林丰富的红色文化资源，吉林省博物院设计打造了一批实用多样的红色文创产品。以抗战战士用过的炮弹为灵感设计的抗联保温水杯，轻巧便捷，杯身上印有红底白色的“东北抗联铁血军魂”八个字，提醒人们不忘艰苦抗战的岁月；印有“东北抗日联军”字样的行李牌，激励后人不忘历史，开拓前行；骑马的战士紧握嘴唇，目光充满对胜利的渴望，以此为造型的战士骑马橡皮，形态逼真、轻便好用，受到孩子们的欢迎。

用科技升级

吉林省旅游商品在开发中不仅注重艺术性，更重视科技性和实用性，涉及众多生活领域。

小白人·白小点互动服务机器人在此次大赛中荣获金奖，被亲切地称为“行走式小白人”。它具有灵活移动、互动对话、智能引导等特色功能，可应用于旅游景区等场所，为游客提供新型智能化服务。与它搭配的还有

“固定式小白人”桌面智媒体，简称“白小二”。“白小二”可以通过景点影音轮播为景区进行宣传，还能解答游客问题、提供点餐、结算等服务。

“我们的产品以智能产品+行业场景应用形成线上线下闭环的双轮驱动模式，为旅游行业提供更专业的人工智能整体解决方案，为旅游景区节省人力成本、提高服务质量。通过小白人智能机器人，游客能更好地了解吉林的旅游特色和文化。”小白智能科技(长春)股份有限公司副总经理曲歌说。

在此次大赛的参赛作品里，采用传统提取工艺加工而成的参参坊·人参植物饮料口感清爽，每瓶饮料含有0.75克人参，具有调理身体、缓解疲劳的功效，被评为银奖。此外，采用卧螺分离制汁等技术的自然蓝·蓝莓童话蓝莓汁，在保持了蓝莓汁新鲜口感的同时，还有美白养颜等作用，在获奖名单上也占了一席之地。

美妆产品也在本次大赛中受到关注。铜奖产品——长白山人参皂融入人参皂苷精华、灭菌除螨因子等有益人体的元素。“人参是中华医药产业的支柱，长白山人参被誉为‘百草之王’，被广泛应用于医药、商品及美容化妆等领域。我们针对目前人参产业初级产品比重大、同质化严重、科技含量不足、产品附加值不高等问题，研发了该系列产品。”吉林省长白山人参有限公司相关负责人介绍，下一步，公司将对“黑人参”国家发明专利成果进行

转化，实现品类创新，开发科技含量更高的2.0版本系列“长白山人参”品牌产品。

多渠道推广

为了展示吉林省旅游商品和文创产品研发创新成果，1月7日至14日，吉林省举办了“超吉品味 礼遇吉林 邀你云享迎冬奥”系列活动，1000款旅游商品在“礼遇吉林·旅游商品文创产品云上博览会”“超吉品味·礼遇吉林——旅游商品文化推介”等子活动上亮相。同时，11类100个品类的优质特色旅游商品也以文化宣传片的形式进行了“沉浸式体验云推介”，让吉林旅游商品进一步深入人心。

据了解，为了鼓励旅游商品开发与经营，拓宽展示和销售渠道，吉林省首家“优质特色农产品展销中心”已于2021年年底在万峰通化滑雪度假区正式运营。同时，长白山人参、鹿产品及深加工产品、通化葡萄酒、苹果梨果干、吉林大米等47种吉林省优质特色农产品也将于今年陆续在省内外各试点景区进行售卖。

中国旅游协会旅游商品与装备分会秘书长陈斌表示：“旅游商品要体现品牌性、实用性和地域性。通过旅游商品大赛，让我们的品种越来越丰富，同时，引导各文旅企业利用特产资源对旅游商品进行深度开发，让游客不光来吉林省滑雪，还能把吉林省特产带回家。”