

“海南礼物”上新 产业化发展提速

□ 王赵洵



2022 海南省第七届旅游商品大赛金奖产品 主办方 供图

以“深挖海南特色物产 创新大众旅游商品”为主题的“母山咖啡杯”2022 海南省第七届旅游商品大赛暨“海口印记”特色旅游商品设计大赛及展销市集日前在海口市举办。

本届大赛由海南省旅游和文化广电体育厅支持并指导,海口市旅游和文化广电体育局、海南省旅游商品与装备协会主办。全省共报送 816 件(套)商品进行评比,最终决出金奖 8 个、银奖 15 个、铜奖 23 个。上百件有特色、有创意、有内涵、有质量的“海南礼物”上新展出,丰富了海南旅游商品供给。

聚焦海南特色物产

鲜香椰蓉与热带醇厚黑巧浪漫邂逅,海南当地新鲜水果与优质基酒玩起混搭、随地都能实现的现磨咖啡即冲即享、高雅的珍珠开始了“小叛逆”、椰岛风情化身首饰也能时尚满满……活动现场,获奖商品琳琅满目,吃喝穿用玩一应俱全,让观众惊喜不已。

“近年来,海南省紧紧围绕海南特色物产资源、文化资源、工艺资源等开发生产旅游商品。实用性、创新性和

市场性进一步提高,是本次大赛最大的亮点之一。”海南省旅游商品与装备协会会长吴忠健说。

如果说什么最能代表海南,椰子或许当仁不让。如今,海南椰子类食品越来越丰富。活动现场,观众王女士对本次大赛的金奖商品“海嘤·海南特色手工巧克力系列”赞不绝口。“黑巧配上海南椰油与椰蓉,品尝起来具有浓郁的海南热带风味,加上产品包装定制的海洋主题造型,又时尚又‘海南’。”王女士说。

撕开包装袋后,撑开两侧纸质夹板挂在杯子上,缓慢注入热水,用滴滤方式完成一杯咖啡的冲泡,咖啡之中的酸、甘、苦、醇、香完美体现……海南农垦热作产业集团有限公司参赛商品“母山·精品挂耳咖啡礼盒”中的咖啡征服了全场评委,获得了本次大赛的金奖。“公司打造的代表‘海南味道’的本土品牌包括母山咖啡、白沙绿茶、白马骏红、昌农大坡胡椒等商品品牌。海南独特的自然气候、生长环境加之海南农垦高组织化的科学管理,使这几款产品成为海南旅游商品的佼佼者。未来,我们还将推动海南旅游

商品走产业化道路,推动一二三产深度融合,不断扩宽旅游商品的消费场景,让消费者来到海南打卡海南味道,离开海南打包海南味道,在世界各地继续消费海南味道,让海南旅游商品不仅好看、好吃,还好卖!”海南农垦热作产业集团有限公司党委书记、董事长李豫介绍。

联合办赛百花齐放

据悉,本届大赛呈现出科学指导、主题鲜明、参与踊跃、评审权威、转化及时等特点。吴忠健表示:“作为旅游商品行业协会,我们通过大赛这座桥梁,促进更多的旅游商品企业交流合作;整合资源,推动设计成果向市场效益转化,不断完善产业链,提升旅游商品产业核心竞争力,让更多能代表海南本土特色的旅游商品走到全国游客面前,进一步助力海南打造‘购物天堂’,为建设海南国际旅游消费中心增添新的光彩。”

值得一提的是,本届大赛还与海口市联合举办,并进行了 2022“海口印记”特色旅游商品设计大赛的评选。“海口印记”特色旅游商品设计大赛旨在进一步挖掘与输出海口特色文化和特色物产资源,设计开发能凸显“海口印记”的旅游商品,为海口文旅产业发展助力。“海口印记”特色旅游商品设计大赛共评出 16 件优秀旅游商品,涉及工艺美术品、食品、家居生活用品、娱乐旅游用品、生活装饰用品等多个领域。

海口市旅游和文化广电体育局党组书记、局长王可表示,“海口印记”特色旅游商品设计大赛着眼于旅游客群的年轻化趋势,聚焦于“90 后”和“00 后”这些年轻旅游商品生产设计的创业者们,投稿作品中不乏具有“爆款”潜质的优秀作品。“我们举办这次大赛就是为了让更多的游客来到海口不仅能享受到滨海都市风情,还能带走一份属于自己的海口记忆的旅游商品。”

扎实推进产业转化

中国旅游协会旅游商品与装备分会秘书长、本届大赛评审组组长陈斌在点评获奖作品时表示,本届大赛的

参赛商品设计新颖,工艺制造普遍精湛,吸引了不少有实力的海南企业参与,其中,食品和美妆个护品等企业的参赛商品市场化程度较高。

据悉,本届大赛要求参赛商品须在市场上已经流通,且销售额满 5 万元以上(含 5 万元),做到真正的以赛促产业发展的目的。

“我们这款速溶生椰拿铁和生椰乳粉从 2021 年开始研发并走入市场,目前已实现十多万元的销售额。”海口骑楼老街食品有限公司总经理助理马春惠介绍,在本次大赛中,该公司选送的“骑楼·生椰系列饮品”获得金奖。据悉,该公司下一步将继续努力打开产品销路、扩大销售,走实产业化道路。

“我们要充分认识海南发展旅游商品的重要意义,这体现在建设海南国际旅游消费中心里,体现在海南打造‘购物天堂’里,体现在旅游商品创新、研发、产业化的过程当中。旅游商品从宏观来说是海南国际旅游消费中心建设的重要抓手,从微观来说是人们感情的寄托跟表达。”海南省旅游和文化广电体育厅党组成员、总规划师周安伟表示,从 2016 年举办首届海南旅游商品大赛以来,大赛成为各方创新创业的重要舞台,激发了全行业的创新热情。大赛还促进了海南旅游商品在全国的品牌地位,带动了相关行业企业参与旅游商品大赛、参与旅游商品领域开发的积极性,促进了获奖作品向旅游商品产业化的转化进程。

周安伟表示,下一步,海南将全力推动旅游商品产业化高质量发展。一是鼓励创新,进一步以创新引领产业转型升级,让海南旅游商品有魅力、产业有活力、市场有持续性;要以市场为导向,促进内生动力继续创新。二是扩大营销,进一步深化产业化发展,从根本上解决企业小而弱、打一枪换一个的商品问题,鼓励把有市场化潜力的商品持续升级,体系化。三是突出特色,进一步加大海南特色品牌打造,要继续立足海南特色,体现地域化、特色化,从而逐步形成海南旅游商品特色鲜明、品牌聚集的良好格局。

大美敦煌 文创破圈

□ 牛莹 本报记者 张陵堂

苍凉辽阔的敦煌大漠中,迎面而来的飞天仙子骑着九色鹿,被空中飘落的发光卡片所吸引,伸手触碰卡片,便与九色鹿一起被吸入了时空穿梭的电流之中。仙子历经千回百转,最终来到中国航天博物馆,这才发现,发光卡片正是中国航天博物馆的工作证,霎时转换成航天员,正式成为中国航天博物馆的首个虚拟职员。

“就像在看动画片一样。哇,敦煌元素好好看啊!很喜欢,玩几遍换装真过瘾啊……”近日,抖音平台的虚拟社交功能虚拟人抖音仔仔化身飞天宣传大使入职了中国航天博物馆,收获不少网友的点赞。这是敦煌文旅集团旗下敦煌工美文化创意有限公司(以下简称敦煌文创公司)与抖音仔仔、中国航天博物馆首次创意联动,“敦煌飞天”版的抖音仔仔一经发布后就达到百万次的曝光。

2022 年以来,敦煌文创公司依托丰富的艺术以及敦煌文旅资源,研发设计了敦煌壁画盲盒、九色鹿奇幻冷暖杯、万象敦煌晴雨伞、印象丝路渔夫帽、秘制敦煌香薰跑马灯等,受到大众的欢迎。“我们始终坚持让生活更美好”的发展理念。这些文创产品被注入了文化元素、创作灵感以及匠心设计,每一款都散发敦煌气质,展现着敦煌美学在产品中的无限应用可能。”敦煌文创公司设计部经理韩玉倩说。

展示敦煌魅力

敦煌文创公司自 2016 年成立以来,主推“敦煌文创”文化品牌,坚持“品牌化发展”路径和“内容为王”原则,对敦煌文化进行内容创新,持续研发具有实用性、欣赏性和收藏价值的文物衍生产品及文化创意产品。

2022 年 11 月,敦煌壁画盲盒面市,它选取了敦煌莫高窟、榆林窟中 7 幅经典壁画,包括千手千眼观音、鹿王本生、降魔变、涅槃变、观无量寿经变、尸毗王本生、水月观音(隐藏款),每款盲盒中还配有立体支架、说明书、贴纸、流沙瓶、敦煌壁画精美 PR 卡牌。

“敦煌壁画盲盒为‘敦煌文创’桌面博物馆系列一敦煌壁画篇,创作之初致力于还原文物本味,由专业画师对壁画进行精修重绘,将壁画微缩为

精致摆件,高度还原敦煌壁画质感,打造属于自己的‘桌上敦煌博物馆’。每个盲盒中都赠送有流沙瓶,购买者可将其留作纪念,也可在风沙治理平衡后,亲临敦煌将沙粒送回。这个创意的目的是呼吁大众为敦煌风沙治理出一份力量。”敦煌文创公司研发团队相关负责人介绍。

如今,敦煌文创公司已注册了敦煌文创、敦煌风尚、敦煌影业等品牌商标,研发设计了“多彩敦煌”“乐舞飞天”“文墨玉关”“盛世遗风”“一鹿有你”“沙海灵驼”“三生三世”等 20 个产品系列、2000 余款文创产品。

打造敦煌文创 IP

2022 年 1 月,围绕“敦煌文创 IP”,敦煌文创公司与人工智能软件公司商汤科技 SenseTime、上海新净信企业管理有限公司签署三方合作协议,共同在数字藏品领域展开深入合作。随后,限定版敦煌集换式收藏卡牌、“榆林窟四大天王”“献瓔珞飞天”“千年一瞬·敦煌”数字藏品陆续发售,并获得了良好的市场反馈。

“2022 年上半年,公司累计发售数字藏品 13 期,共计 131282 份,单价最高达到 298 元,单轮发行规模达 24000 份,发行金额超 1300 万,在文化艺术与现代科技相互碰撞交融的新形态上迈开了第一步。”敦煌文创公司总经理刘霞霞说。

2022 年,敦煌文创公司采用影视、动态图像、电子图册等科技手段和多元化展示形式,形成新媒体矩阵,通过 IP 内容的不断丰富及持续产出,实现了各大新媒体平台对线上、线下各销售渠道的引流和转换。

在“敦煌文创”与抖音仔仔、中国航天博物馆的首次创意联动中,通过抖音 App 搜索“抖音仔仔”,可达“仔仔正当潮”活动,受众根据步骤自行选取、搭配融合敦煌飞天、中国航天、中国风等元素,即可在线实现几十套国潮服饰一秒上身。其中,在敦煌的飞天仙子、古韵十足的汉服扮相中,还主推了两款动态心情“我飘了”“我浮了”,参与者可将设计好的扮相保存成自己抖音专属的敦煌元素动态图像,完美地切中年轻人的审美。



敦煌书局一角 敦煌文创公司 供图

此外,刘霞霞还带领“敦煌文创”团队积极打造原创设计数据库,与 313 所艺术类高等院校签订协议,建立敦煌文创(景德镇)交流中心、敦煌文创(大红袍)交流中心,在浙江宁波成立敦煌文创少儿研发中心,形成了线上线下一体化的运营体系,实现了敦煌文化 IP 产品化。

讲好“敦煌故事”

为更好地弘扬敦煌文化,讲好敦煌故事,满足受众多样化需求,2021 年 9 月,敦煌文旅集团正式启动敦煌文创 IP 合作国内外授权业务。

敦煌文旅集团党委书记、董事长孙晓强表示,敦煌文化博大精深,需要敦煌人用毕生的精力传承与创新。“我们通过敦煌文化艺术和旅游资源 IP 元素进行主题及设计素材的二次创意开发,授权各类商品,借助丰富的内容营销、线上线下一体化零售和沉浸式体验等多个渠道,可开拓更多的文创发展可能,用多维度的叙事方式将敦煌故事讲给每一位热爱敦煌文化的人。”

近两年,为加深游客对敦煌的印象,“敦煌文创”不断打造属于敦煌独有的记忆。敦煌文创公司推出的“敦煌 1900 咖啡”,将藻井、飞天、九色鹿等敦煌元素图纹与咖啡巧妙结合,寓意莫高窟藏经洞被发现的时间是公元

1900 年。目前,“敦煌 1900 咖啡”已成为游客来敦煌必购的网红产品。

敦煌文创公司还积极探索抖音直播新业态,利用杭州达人机构优势,在抖音平台敦煌文创旗舰店开售敦煌文创西域香氛、敦煌莫高窟壁画款口罩、3D 鸣沙山·月牙泉书签等商品,通过抖音号矩阵圈粉,形成敦煌文化内容长期输出。

为讲好敦煌故事,2022 年 1 月,敦煌文创公司开创了敦煌首家集敦煌书籍、敦煌字画、敦煌文创、敦煌活动于一体的生活美学空间“敦煌书局”,为敦煌“书香地图”增添了新地标。

“‘敦煌书局’除了可以阅读外,还涉及敦煌壁画临摹、壁画保护及修复研究、敦煌石窟研究、雕塑研究创作、简牍、边塞文化研究等多个方面。在这个文化空间中,艺术家们不仅可以驻足交流,孩子们也可感受沉浸式的阅读体验。”刘霞霞说。

刘霞霞介绍,下一步,敦煌文创公司将运用现代科技的手段在设计美学、材质质感、工艺生产、展陈销售以及新媒体运营等环节对文创产品进行创新升级,并在销售渠道上不断破圈,通过直播带货、网店引流、创造流量话题、虚拟产品开发,将文创产品与线上自媒体融合起来,让更多人看到千年敦煌的多姿多彩。

非遗记忆

绣娘们的瑶绣梦

□ 孟萍

一针一线的瑶绣图案如同活文字,把瑶胞千百年来的传说民俗和生产生活场景淋漓尽致地展现出来。近日,在广西壮族自治区贺州市一家瑶绣技艺传承基地里,李小莲和李素芳母女俩手把手教游客和学徒拿针、执针、拉线的基础技法,让大家在学习瑶族优秀传统文化、体验民俗的过程中,传承发展瑶绣技艺。

近年来,贺州市不断加强对瑶绣技艺的传承和保护,使之在脱贫攻坚和乡村振兴中发挥积极作用,并不断发展成为代表贺州文化的一个品牌。

传承民族文化

瑶绣作为瑶族服饰传统手工艺,距今已有 2000 多年的历史。它以黑色土布做底,用红、黄、白、绿四色绣花线,反面挑花刺绣而成,取材广泛、内容丰富、形态多样。李素芳与母亲李小莲都是瑶族服饰代表性传承人。李素芳从小就学习瑶绣的色彩和针法。“我们有句瑶话常说‘女孩不会绣花,找不到郎家’,可见刺绣在瑶胞生活中有多重要。”李素芳说。

2004 年,李素芳在贺州开了一间瑶族服饰店。她几乎走遍贺州境内的所有瑶族村寨进行采风和学习,在老绣娘们的帮助下学会了贺州各支系瑶族服饰的制作。“绣娘刺绣,没有现成的图案,如果有,也是刻在绣娘的脑子里。”李素芳说。很快,她制作的瑶族服饰受到本地市场的欢迎,服饰店越做越大。2011 年,李素芳在贺州市区打造了一个瑶族文化体验馆,在创业过程中,她吸引了 600 多名绣娘加入团队。

2016 年,李素芳决定把创业以来积攒下的瑶族服饰搬回八步区步头镇黄石村的家中,并建立了融文创、旅游、瑶族刺绣体验于一体的贺州瑶族服饰和刺绣技艺传承基地。

2019 年,李素芳穿上引以自豪的尖头瑶传统服装,代表瑶族到北京参加全国民族团结进步表彰大会,这是尖头瑶首次代表瑶族出现在国家级大会上。

如今已是广西过山瑶家文化创意发展有限公司董事长、总设计师的李素芳说:“我要让瑶族文化传承下去。我在杭州打工时看到苏绣的兴盛,很受震动。因此我回乡创业,要让瑶绣这棵大树上的枝丫重新开出万千花朵。”

促进乡村发展

近年来,在贺州乡村,越来越多的妇女通过瑶绣增加收入,走上致富之路。

“做瑶绣虽然非常辛苦,但它是我们几百绣娘们的共同梦想。”李素芳说,她能把瑶绣发扬光大,并非凭着一腔孤勇,而是身后站着一群姐妹。绣娘们分布在各村寨里,李素芳开发了“前店后村”的生产模式,向她们分发绣线、回购绣片,再将绣片加工成完整的瑶族服饰向外销售。

在李素芳的带动下,600 多名绣娘居家就业,形成了完整的人工“生产线”。目前,李素芳的公司每年可生产瑶族传统刺绣和织锦 1.2 万多张,生产传统瑶族服饰 2100 余套、手工艺品 5600 多件(套)。

更令李素芳高兴的是,企业生产的传统瑶族服装远销进了瑶族村寨,出现在人们的年节聚会、婚嫁嫁娶等重要场合,使贺州瑶族传承多年的民间风俗得以激活、恢复。

如今,有越来越多像李素芳公司这样的瑶族服饰企业出现在了贺州。瑶族文化体验馆、瑶绣技艺传承基地遍地开花,瑶绣成了贺州的一张特色名片。

富川平地瑶绣第四代传承人李

冬梅在富川瑶族自治县职业技术学校开设了工作室,设置了展示室和设计室,建成了瑶绣车间。她带着几十名绣娘做瑶绣,免费为周边留守农村妇女开设培训课,共培训瑶绣学员数百人次。

在平桂区,瑶绣文化传承人冯红芳在沙田镇金竹村开设了“瑶绣传承班”,组织妇女学习瑶绣技艺,设计符合市场需求的产品。瑶绣车间的纯手工刺绣产品通过线上线下销售,销往粤港澳大湾区等地。

在八步区黄洞瑶族乡三岐村,瑶绣传承人盘红珍正坐在瑶族服饰生产车间里,飞针走线。“以前的纯手工瑶绣制作周期长、生产规模较小、样式也单一。如今,我们投资 50 万元创办了生产车间,生产规模扩大了。大家绣出来的样品也更加多样,不仅有服饰,还有各种文化产品。”盘红珍的车间让参与瑶绣的村民每月增加 1500 元的收入。

广西壮族自治区博物馆在昭平县黄姚镇凤立村设立了“桂绣坊”,采取“博物馆+企业+合作社+农户+市场”的运作模式,向来自凤立村及周边村落近 50 名妇女传授织绣技艺,使她们在照顾家庭之余又增加了收入。

创新打造品牌

过去,瑶家绣娘大多是“关门绣花”,只给自家人缝绣衣物,没有对外营销的意识和渠道。近年来,随着瑶绣传承人和相关企业的不断创新,古老的瑶绣再次打开市场、走进生活,焕发出强大的生命力,品牌越来越响亮。

在有关部门的大力支持下,李素芳到北京服装学院进修学习,把现代服饰和瑶族绣艺进行了融合。进修回来后,她在继续制作传统瑶族服饰的同时,做起了瑶绣文创,从小挎包到纸巾盒等,瑶绣产品更加丰富实用。

近年来,李素芳的瑶绣作品频频出圈:2016 年,她创作的“瑶族盘王印章”和“年年有鱼”两种瑶绣图案被联合国选用,印在联合国会议笔记本上;2020 年,她设计制作的“瑶绣康养宝”系列产品获当年广西工艺美术作品暨大师精品展览“八桂天工奖”(旅游工艺品类)金奖。2022 年,继贺州姑娘蓝越谦穿着李素芳制作的瑶族服饰亮相北京冬奥会开幕式后,李素芳又陆续接到了十几套服饰订单。

时尚手包、枕头、杯垫……在金竹村瑶绣扶贫车间,一系列精美的瑶绣产品在绣娘们指尖上成型后,源源不断销往全国各地,让全国人民领略到贺州瑶族传统服饰的风采。

从 2015 年起,贺州市每年组织农村致富能人到外地进行电子商务运作专项培训活动,培养农村电商人才。八步区瑶绣传承人何婷婷由此起步,通过电子商务运作,把瑶族服饰等特色产品通过网络进行销售,实现了“传承人+电商”的文化营销。

贺州学院设计学院的师生们也用瑶绣来装饰项链、手提包、茶具等,他们将贺州本地文化元素经过打散、解构、重组,形成实用又美观的现代用品,令人耳目一新。

李素芳先后被邀请到中央民族大学、广西民族大学等高等院校授课,把瑶绣文化带进各校课堂。她还承接了广西民族博物馆、广东瑶族博物馆等大批瑶族服饰的定制任务。

近年来,贺州市开启“非遗进高校”传承模式,通过在贺州学院建立“瑶族服饰贺州学院传承基地”,对依托高校科研和学生的非遗传承模式进行探索,并注入现代服装设计理念,使贺州瑶族服饰在活态传承和流变中得到全面发展。



李素芳在刺绣 贺州市文化广电和旅游局 供图