

海丝特色鲜明 泉州文创出彩又出圈

□ 李金枝 吴玲娜

近日,由福建省泉州市文化广电和旅游局主办的第五届“润物无声”泉州文旅旅游商品设计大赛决赛在泉州海丝文化研学营地落幕。据了解,本次大赛吸引了来自北京、上海、浙江等19个省(区市)共975件(套)作品参赛。参赛选手既有在校大学生、职业插画设计师,也有工艺美术师、非遗传承人等。其中,不乏中国美术学院、清华美术学院、鲁迅美术学院等优秀艺术院校组织的选手参赛。经过专家综合评审,评出了城市礼物奖、世遗专项奖、优秀奖设计奖等若干名。现场还举行获奖作者与文创企业意向签约,积极推动文化创意成果转化,助力文创产品出彩又出圈,为泉州文旅经济高质量发展注入新活力。

为助推更多泉州文旅好物诞生,主办方台湾设计高校定向邀约,得到了积极响应,收到了来自台湾实践大学、台湾台北教育大学、台湾艺术大学等10余所高校的参赛作品80余件(套),为两岸文创青年交流合作提供了重要的窗口。

为推动两岸文创产业深度融合发展,活动期间,主办方举办了台湾文创设计线上分享会,邀请台湾5位专家学者进行线上分享,并和与会者积极讨论。通过“头脑风暴”,大

在决赛现场,一件件文创作品“争奇斗艳”。选手们别具匠心、比拼创意,巧妙地将东西塔、南音等世遗泉州元素融入风铃、益智玩具、卡牌、茶具等作品中,用大胆的创意玩转产品,现代流行元素与传统文化的激情碰撞,让现场嘉宾眼前一亮。

据了解,此次决赛采取线上线下相结合的方式,选手现场或通过视频连线的方式,介绍参赛作品创作思路并回答评委问题。经过专家综合评审,现场打分,“六胜塔风铃”等6件作品获得城市礼物奖,“桑莲法界 桃莲应瑞”等6件作品获得“世遗专项奖”。

“六胜塔风铃”的创作者是来自泉州信息工程学院创意设计学院的大二学生赖建伟。“之所以选择六胜塔这个元素进行创作,是因为它是元代建筑物,曾为航海家郑和第五次下西洋引航开道,是海上丝绸之路的第一座灯塔。风铃形状为六胜塔的剪影,塔身选用金属铜材质,木牌和吊环使用复古做旧工艺,微风吹过,塔身可围

大赛颁奖仪式上,“桑莲法界 桃莲映瑞”、泉州有福、泉州大富翁3件参赛作品的设计者与文创企业签订了合作意向。

“目前,意向企业已经有在和我沟通具体的合作事宜,看到自己的作品能够被认可,非常开心。希望能够通过自己的创意设计,与企业合作,把泉州开元寺的文创旅游商品推广出去。”胡筱萱说,下一步,她将会注重文旅融合,积极设计更多与世遗泉州有关的文创产品。

文涵盖了文化产业和创意产业,“创”出的文创作品很出彩还不够,还要思考如何把“文”推广出去,让文创旅游商品出圈。泉州市文化广电和旅游局相关负责人介绍,近年来,泉州市文化和旅游系统高度重视



文创作品“桑莲法界 桃莲映瑞” 泉州市文化广电和旅游局 供图

搭平台 增强两岸交流互动

家积极探寻两岸文创产业发展的新路径。

台湾大同大学教授李福源认为,文创旅游商品是雅俗共赏的,需要设计师深入市场了解消费者需求,在实地调研中找到本地精神内涵,并结合当地的文、物、产、景等元素绘制出专属代表性颜色,融入作品当中,这样才能把文创旅游商品设计得恰如

其分。

“文化存在于我们的生活中,设计文创旅游商品要根据地域特性、文化差异、情感连接、生活记忆等因素进行综合考虑。”台湾高雄科技大学教授叶恒志介绍,在设计文创旅游商品时,要注重文化差异性,吸引大家去体会不一样的文化,或者体验情感上的连接。真正的文创旅游商品能够跟

拼创意 彰显泉州海丝特色

绕主轴旋转,展现出六胜塔挺拔的身形。风铃绳子上的铜柱敲击铜片,奏出美妙的音符,让人仿佛重回宋元时代。”赖建伟说。

赖建伟介绍:“这是我第一次参加比赛,能够拿下这么有分量的奖项,让我对坚持文创设计,展示泉州文化增强了信心。未来,我将更加深入探寻泉州文化,积极参加各类设计大赛,用优秀的设计作品讲好泉州文化和旅游故事,为世遗泉州文旅推广作出自己的贡献。”

赖建伟的指导老师刘维峰介绍,他所带领的师生团队主要研究的方向是泉州非物质文化遗产,面向产业、服务泉州。他的学生曾设计出多项世遗城市文创作品。此次参赛的“六胜塔风铃”,将世遗元素融入文创旅游商品中,以创意巧思来宣传世遗泉州的丰富文化内涵。

2021年,“泉州:宋元中国的世界

海洋商贸中心”入列《世界遗产名录》,吸引了不少国内外游客慕名而来,逛世遗、游古城成为畅游泉州的热门方式。为此,本次大赛特别设置了“世遗专项奖”,来自泉州师范学院美术与设计学院视觉传达设计专业的研究生胡筱萱设计的“桑莲法界 桃莲应瑞”作品获得“世遗专项奖”金奖。

胡筱萱是江苏人,但她的生活经历,让她对世遗点泉州开元寺情有独钟。“小时候,爸爸曾带我来开元寺玩,后来机缘巧合又到泉州读研。我的研究方向与世遗文创紧密相关,因此我多次游览开元寺,一直在思考如何挖掘开元寺的文旅价值,孵化出成功的品牌IP产品。”胡筱萱说,本次的文创设计提取了开元寺的起源传说“桑莲法界”、标志性建筑镇国塔和仁寿塔以及曾在开元寺修行的弘一法师等元素,将开元寺的“哼哈二将”

重孵化 推动文创作品落地

文创旅游商品的研发,注重从产品创意的产生、设计,再到创意产品化、商品化、市场化的全过程孵化,推出有文化、有情怀、重设计、高品质的产品,赋予其强劲的生命力。

今年春节期间,多只极富泉州特色的巨型艺术兔亮相泉州古城金鱼巷口、中山街、天后宫等地,凭借可爱又创意十足的造型,吸引了众多市民游客围观打卡,在抖音、小红书等线上平台成功“出圈”,收获百万网友点赞。泉州此次推出的艺术兔共有5只,分别为蛸埔簪花兔、游鲤幸福兔、丹宁温暖兔、惠女海捺兔、吉祥幻彩兔。兔子造型最高达3.3米,是依据

泉州蛸埔女等特色文化进行设计的,期望通过这个系列文创产品把泉州丰富的“文”展示给市民游客。

泉州西街是泉州古城出现最早的街道之一,成街至今超过1300年。走进西街游客服务中心,映入眼帘的便是泉州古城沙盘模型,还有摆满泉州地域特色的文创旅游商品的展销柜台。据了解,历届不少泉州旅游商品设计创作大赛的获奖作品都会在这里展出销售,惟妙惟肖的滴水兽、独具特色的闽南老砖以及老君、东西塔、钟楼等衍生品“琳琅满目”,让游客看得目不暇接。

据介绍,为让文创旅游商品设计

人和场域有情感连接或是与生活记忆产生关系。

泉州市文化广电和旅游局相关负责人介绍,“润物无声”泉州文旅旅游商品设计大赛自2018年以来,已经连续成功举办5届。它已不仅仅是一场设计赛事,而是搭建起让更多年轻创客发挥才能的舞台,吸引两岸青年创客关注泉州,感受活着的历史、活着的古城,并围绕泉州文化展开一场场美学对话,创意展示“宋元中国·海丝泉州”的独特魅力。

赋予“守护平安”寓意,将“东西双塔”赋予“出双入对”寓意,将“弘一法师”赋予“岁月静好”寓意,并通过插画绘制形式,运用于祈福御守的设计中。同时,还选用弘一法师的书法字体,结合“看淡浮云”的文案,融入睡眠眼罩等旅游纪念品设计中,从创意性、趣味性的角度让消费者产生情感共鸣。

“泉州文创旅游商品设计大赛吸引了越来越多的设计者参赛,此次大赛的众多文创旅游商品都比较出彩,融实用性、时尚性和文化性于一体,充分展示了泉州的文化和旅游资源特色。”此次大赛评委、福建省旅游商品同业协会会长吴俊伟介绍,设计者在创意设计文创旅游商品的同时,可以更加细化、更接地气,如美食绿豆饼,就可以考虑价格等因素,针对市民、餐馆和伴手礼等设计不同的包装,满足不同的人群需求,让文创旅游商品有更强大的生命力。相信通过大赛的连续举办,泉州未来的旅游商品产业将会发展得越来越好。

创作大赛成果连接市场,泉州文旅集团在包括西街游客服务中心、中山驿站等17个“刺桐记忆”公益空间,以及文创市集等渠道进行展销,让游客畅游泉州后把文创旅游商品带回家。同时,结合各种艺术介入、业态植入、民间赋能等途径,吸引各类文创团队加入公益空间,不断推动泉州文创旅游商品迭代更新。

下一步,泉州市文化广电和旅游局将举办泉州城市IP插画大赛等活动,以多元的创意表现形式,展现历史文化名城的多姿多彩,持续发挥世界文化遗产品牌效应,以文润城,通过艺术群体对泉州文化、闽南文化、海丝文化解构与重塑,促进“宋元中国·海丝泉州”品牌艺术文化升级,讲好文化遗产里的中国故事。

主题邮局开张 文创邮品受宠

近日,中国工艺美术馆、中国非物质文化遗产馆主题邮局开门迎客,现场推出了非遗纪念邮封、非遗打卡护照、创意明信片、邮政主题卡通摆件等特色文创邮品。图为游客在主题邮局购买文创邮品,请工作人员盖纪念戳。

本报记者 陈晨 摄

品牌彰显 品质提升

安徽发力旅游商品产业

□ 王玉创

近年来,安徽省持续推进旅游商品产业,鼓励研发,加强引导,以赛提质、以展促销,不断提升产品竞争力、影响力,全省旅游商品品质稳步提升,品牌逐渐彰显,商品购物消费在旅游消费中比重不断上升,为旅游业高质量发展提供了重要支撑。

在去年年底举办的2022中国旅游商品大赛(健康主题)中,由安徽省文化和旅游厅选送的21件参赛作品,从全国387套、3760件参赛商品中脱颖而出,荣获2金1银2铜佳绩,获金奖数和奖牌总数分别位居全国第一和第二。

创新研发产品

安徽省获得2022中国旅游商品大赛(健康主题)金奖的产品分别为“亚摩斯”车载空气杀菌净化一体机和正原研体智能减压坐垫系列。这两款产品能够从众多参赛作品中脱颖而出,一方面因为其契合了本次大赛的健康主题,另一方面与其具备的科技化明显、时尚感突出、艺术化呈现等特点密不可分。这些都离不开相关企业在研发方面的不断创新。

合肥亚摩斯电气有限公司总经理李宾介绍,企业一直把创新作为核心竞争力,近年来先后投入近7000万元引进高端人才、加大研发力度。本次获金奖的商品“亚摩斯”车载空气杀菌净化一体机就拥有全球多国专利,采用先进的净化技术,可以持续释放符合安全标准的臭氧及负离子循环风,及时消除车内的污染,长效保持健康的呼吸环境,因此受到市场的欢迎。

另一项金奖作品——正原研体智能减压坐垫系列,是由合肥正原研体文化发展有限公司选送的。该产品是相关专业团队不断创新的结果,结合大赛健康主题,采用新型环保材料和智能科技,用简洁的插画线条表达生态文明的概念,融入合肥滨湖国家森林公园的森林绿、湖水蓝、杉林红等色彩元素,体现出清新绿色、自然和谐、生态环保的理念。

合肥正原研体文化发展有限公司负责人胡庆妹介绍,近年来,公司加大旅游商品研发投入和人才引进力度,积极培育发展品牌商品。作为合肥市包河区文旅企业代表,公司已连续两年参加中国旅游商品大赛等国家级重要赛事,获得一金两银的好成绩,展示了包河区文旅企业旅游商品的自主研发和品牌创新能力。

安徽省文化和旅游厅相关处室负责人介绍,安徽省文化和旅游厅注重对企业的帮扶支持和智力指导,鼓励创意策划、打造精品、创建品牌,满足游客多元需求;同时还积极推进文旅融合,与安徽博物院、省文化馆、省美术馆等联合开发了多批次文创产品。目前,安徽省旅游商品包括拥有地方特色和观赏、收藏价值的旅游工艺品、旅游农副产品,以及契合现代市场需求的旅游生活用品、旅游装备产品。

注重科技应用

在旅游商品研发过程中,安徽省高度重视科技的广泛应用,从参加中国旅游商品大赛的获奖作品来看,这些商品科技化较为明显,新技术、新工艺、新材料层出不穷。如蚌埠聚乳酸环保口罩、阜阳骨传导音乐枕、荣事达户外旅行健康按摩系列、即热式开水机等。这些有一定科技含量的商品既促进了旅游商品开发,又促进了科技成果的转化。

“‘亚摩斯’车载空气杀菌净化一体机采用国际专利的MRD离子风无感净化技术,可产生低浓度臭氧,有效消灭空气中各类有害气体。”李宾介绍,该产品还具有节能降耗、使用便捷等特点,除了USB供电模式外,还可以太阳能充电,经过阳光直射就可通过机器配置的24组装置,将太阳能转化成电能,驱动离子风发生装置,方便又环保。

智能减压坐垫系列产品采用新型环保科技面料,内置智能芯片,可以坐姿矫正、抗菌减压,内有黑科技凝胶冰垫和竹炭记忆棉芯,具有清凉降温、释放臀压、久坐不累的功效,添加的活性炭因子能更好地抗菌、净化、除味,利于健康。

获得铜奖的FGA宇智控温杯也具有较高科技含量。杯盖采用航天相变材料,一分钟快速降温,并能24小时保温,让消费者能够一直喝温度适宜的水,内塞使用PP(不含BPA)健康材质,密封防渗漏。

科技赋能旅游业,为旅游商品研发、销售都带来了重大机遇,促进了企业销售收入的增长。据了解,合肥亚摩斯电气有限公司生产的空气杀菌净化一体机系列产品2022年销售额达1556万元,其中线上销售额358万元,占比23%。由安徽富光生活科技有限公司生产的宇智控温杯2021年销售额约95万元,2022年销售额198万元,线上销售额52万元,占比26%。

营造发展环境

旅游商品一度是安徽旅游的薄弱环节。经过多年发展,尤其是文旅融合后,一批地方特色明显的安徽旅游商品走俏市场,如文房四宝、芜湖铁画、阜阳剪纸等旅游工艺品和茶叶、茶干、米饺等旅游名特产品。

目前,安徽省已有20家省级旅游商品特色街区、上千家旅游商品生产企业、数千种旅游商品,覆盖旅游商品全部门类,在全国性旅游商品展会上屡获殊荣,稳居全国第一方阵。2021中国旅游商品大赛,安徽省获1金2银2铜,奖牌总数全国排名第四;2021中国特色旅游商品大赛,安徽省获4金17银8铜,奖牌总数全国排名第五。

《安徽省统计年鉴》统计显示,安徽省游客旅游购物花费近十年来提高了十多个百分点,由15%提高到近27%。

不过,安徽省旅游商品发展还存在不少问题,如品种单一雷同,具有实用性、艺术性、纪念性的旅游商品不多,旅游商品企业实力不强,研发设计专业人才不足,缺乏相关宣传及成果转化平台等。这些都制约了旅游商品的深度开发。

为此,安徽省深入实施旅游强省“五个一批”建设工程,加大旅游特色商品研发力度,通过出台政策、鼓励研发、以赛提质、以展促销等举措,为全省旅游业高质量发展提供重要支撑。同时,重点打造10个左右特色商品,如通过国际标准认证、取得驰名商标的旅游农副产品,国内一流、质量上乘的旅游装备产品等。

安徽省文化和旅游厅党组书记、厅长袁华表示,下一步,安徽省将把旅游商品发展与乡村振兴进行深度融合,举办第八届全国动漫大赛暨第四届乡村文创大赛等活动,制定推出《安徽乡村旅游特色商品推荐名录》,带动农副产品产品线上线下销售,促进农民就业增收。



游客在合肥滨湖国家森林公园文创店选购智能减压坐垫 方宇 摄