

“重庆好礼”尽显文化魅力

□ 陈潜

近期,第四届“重庆好礼”旅游商品(文创产品)大赛暨外事礼品征集活动在荣昌区夏布小镇举行。

据悉,“重庆好礼”自2019年举办以来,创评旅游商品品牌240项,评选出的作品参与2021年中国特色旅游商品大赛获奖项25个,切实推动了重庆旅游商品的发展。

“重庆好礼”助力消费

本次活动由重庆市文化和旅游发展委员会、重庆市人民政府外事办公室、重庆市荣昌区人民政府联合主办,以“创意赋能·品质兴旅”为主题。活动期间举办了第四届“重庆好礼”旅游商品(文创产品)大赛、外事礼品征集、颁奖典礼暨外事礼品命名授牌活动、创艺无界·设计力量大咖分享会、旅游商品专题推介会、成渝地区双城经济圈旅游商品展、带货直播、巴蜀有戏街区音乐会及荣城闲市特色街区等多项活动。

在大赛上,荣昌夏布、城口老腊肉、泸州黄糖、江津米花糖等特色小吃吸引众多游客市民驻足品尝、购买。巫山神女系列产品、酉阳茶油、自贡井盐、四川橘红等旅游商品,以及荣昌陶、泸州油纸伞、南岸剪纸等非遗产品让人目不暇接。

据了解,本次大赛共收到参赛作品19个大类、608件。经过评审,最终评出金奖10个、银奖20个、铜奖50个,其中,荣昌区的夏布吊染渐变围巾、江津区的臻情珍珠麻片礼盒、万盛经开区的黑山红·水云长等作品获评金奖。

重庆市文化和旅游发展委员会相关负责人表示,近年来,重庆市文化和旅游发展委员会全面落实市委、市政府决策部署,着力打造国际范、中国味、巴蜀韵的巴蜀文化旅游走廊,创新实施旅游商品创意提升计划,积极会同相关单位、市场主体,从线上展销平台打造、线下实体店布局、文创产业园建设、品牌活动策划等方面协同联动,切实推动旅游商品迅猛发展。

目前,旅游商品在提振消费方面发挥着重要作用。据初步测算,2022年,重庆市旅游零售业增加值超300亿元,旅游商品综合带动作用日益凸显。

中国旅游协会旅游商品与装备分会秘书长、本次大赛评审委员会主任陈



“重庆好礼”展示 大赛主办方 供图

斌表示,目前,特色旅游商品正从重视设计,走向重视创意和设计,既有新功能、新口味、新用途,又符合现代生活习惯和审美,既有创意,又有设计感的旅游商品越来越多。依托重庆特色文化、特色物产、特色工艺等各种元素开发的重庆特色旅游商品可以通过旅游市场的销售,扩散到全中国、全世界。

展现重庆特色文化

在对外交往中,“礼”体现了历史内涵,彰显了文化底蕴,代表了民族气质。本次活动的外事礼品征集旨在突出外事礼品核心理念,充分展现产品的地域性、文化性、历史性、艺术性、创新性。据统计,本次活动征集到外事礼品近70个,其中,荣昌区的陶语花香系列(四套茶壶)、大足区的宝顶山石刻全景手绘图、南川区的麻玉轩·麻编包等产品入选。

重庆市人民政府外事办公室党组成员、副主任冯子敏表示,自2020年“重庆好礼”外事礼品征集活动启动以来,得到了社会各界人士的广泛关注和积极参与。连续几年来,成功征集外事礼品160种。截至目前,已送出荣昌陶、城口山神漆器、沙磁乱针绣等外事礼品600余件,足迹遍及30余个国家和地区。“外事礼品已然成为国际交往的桥梁和见证,承载着重

庆独特的文化魅力,饱含着重庆人民的友好情谊,走向国门、走向世界,向世人讲述重庆故事,讲述中国故事。”冯子敏说。

荷兰驻华大使馆公使夫人沃尔斯、荷兰驻重庆总领事夫人包睦菲受邀担任本届“重庆好礼”外事礼品评委。沃尔斯对现场展示的剪纸、刺绣、夏布,以及刻有重庆著名景点的书笺、荣昌陶瓷等手工艺品印象深刻。她认为重庆是非常有文化底蕴的城市。包睦菲表示,此次参选作品非常精致,是重庆最具代表性和特色的文化旅游产品,作为外事礼品,将有助于促进国际文化交流,让世界各国人民了解重庆各区县独特的地域文化。

加强跨界融合发展

本次大赛的承办地荣昌区近年来充分挖掘丰富的非物质文化遗产资源,将非遗元素与现代元素结合,大力开发非遗衍生品、旅游文创产品,实现了非遗创造性转化和创新性发展,形成了一批具有鲜明地域特色和文化内涵的旅游商品,让传统的老技艺焕发出新的生命力,让古老的非遗在当代绽放出新的魅力。

荣昌区文化和旅游发展委员会党组书记、主任刘强表示,荣昌区充分利用非遗项目进行创新发展,形成富有

地域文化特色的非遗旅游商品体系。同时,荣昌区积极打造非遗旅游名品。依托三大国家级非遗及多种省级非遗资源优势,大力开发夏布、折扇、陶器等特色旅游名品,培育角雕、木雕、竹编等非遗旅游商品1000多种。这些商品主题鲜明,兼具实用性、工艺性、收藏性,深受广大消费者的喜爱。创新开发非遗旅游食品,如卤白鹅、羊肉汤、酸辣粉、黄凉粉、烤乳猪、刨猪汤、铺盖面等特色非遗美食80多种,汇聚了本地文化特点的各类非遗美食已成为广大游客以及本地市民热衷的旅游商品。

荣昌区还加强跨界融合发展,让非遗旅游商品既能走上时尚的殿堂,也能走进千家万户。如荣昌区加强与高等院校合作,校地共建旅游商品研发平台,与北京服装学院合作建成全市首个国家级传统工艺工作站,致力于夏布衍生品和旅游文创产品的研发;与四川美术学院合作建成市级陶艺传统工艺工作站,致力于陶艺产品的研发。

荣昌区委书记高洪波表示,下一步,荣昌区将建设巴蜀非遗产品集散地,打造川渝特色商品消费目的地,努力成为巴蜀文化走廊重要节点城市,让游客在荣昌就能买遍川渝各地特产。

老工业基地沈阳迎来文创热

□ 周凤文 吴越

“妈妈,您看Q版萌系皇后多好看呀,我要买一个带回家给同学。”近日,来自湖南的张鑫亿与母亲在辽宁省沈阳故宫博物院的“盛京宫赏”文创体验馆里,沉浸式体验了别有洞天的文创展示空间。体验馆里共展出大政殿系列、八旗系列、永福系列产品、仿古系列四大系列近200种文创产品。

临近五一,沈阳市的各景区、文创产业园区、文创街区迎来更多人流。沈阳还是著名的东北老工业基地,饱含“工业记忆”“文化遗存”的文创产品比比皆是,让不少市民游客争相购买。

提高文创知名度

早在2021年年初,沈阳市按照辽宁省委、省政府明确要求,将建设区域性文化创意中心写入市政府工作报告,提出发挥沈阳在创意设计、创作人才、科技支撑等方面的优势,构建以内容为核心的文化创意生产体系,实现优秀原创文化产品在本地生产,推出一批在区域局域具有影响力的精品力作、良品美器,为文创产品提供舞台。

沈阳市文化旅游和广播电视局局长刘克斌介绍,两年前出台的《沈阳市建设区域性文化创意中心行动方案》提出,到2025年,沈阳将利用历史建筑、老旧厂房、楼宇等规划建设以文化创意、数字文化为核心的文创产业园区100个、文创街区10条、文创小镇10个、文创商圈5个、文创综合体10个,打造“盛京礼物”100种等,为文创内容生产提供了有力支撑。

沈阳故宫是中国现存最完整的两座皇家宫殿建筑群之一,是清入关前努尔哈齐、皇太极两代帝王兴建和使用的宫殿。2015年年初,沈阳故宫开始以“永福”为题材,潜心开发了“永福宫酒”“沈阳故宫御膳房御饺U盘”等一系列文创产品,突出文化特色,实用性较强。随后,沈阳故宫逐年研发新产品,截至目前,已开发文创商品千余种,成为游客到沈阳必带的好货。

凤凰楼轻牛冰冰淇淋雪糕、紫气东来松露巧克力冰淇淋雪糕、正红旗甲胃多肉莓莓冰淇淋雪糕……沈阳故宫还与沈阳本土知名品牌冷饮企业联名推出文创雪糕,将沈阳故宫的文化元素与冷饮巧妙融合,把历史凝结成味道,让游客把文物“吃进肚”。

增强文创融合度

沈阳是国家历史文化名城,共和国工业摇篮。基于厚重的历史文化和工业文化,沈阳在开发文创产品之时,十分注重文创内容与历史、人文、景观等的契合性,形成高水平、深层次、宽领域的多元化“文化+”文创产业格局和产品体系,培育壮大新业态、新模式、新经济,把文化资源优势转化为发展优势、竞争优势。

刘克斌介绍,近年来,沈阳突出东亚文化之都城市品牌的打造,以创新创造为驱动,紧扣“设计、生产、消费、传播”四大环节,围绕彰显“文化沈阳、历史沈阳、山水沈阳”特色,推出了“一业多品、多业多品、一地多品、多地多品”的工业文创系列、红色文创系列、乡村文创系列、古韵文创系列等具有IP的特色商品,赢得了市场的青睐。目前,每年文创产品的收入已成为沈阳市到访游客数量的一个参考值。

沈阳师范大学旅游学院教授毛金凤认为,沈阳是东北区域中心城市,具备建设国际时尚消费集聚地、商品集散枢纽站、休闲旅游新地标、高品质生活服务示范区、东北亚文创集散地的条件。通过推动具有深厚文化内涵的文创产业发展,可以持续推进消费商圈升级、资源集聚、业态创新、品牌培育和环境保护,着力打造城市消费场景,进一步促进供需适配。

1905文创园是由沈阳重型集团下属二金工车间改建而成的,锯齿状的屋顶、支撑龙门吊的钢梁还原封不动地保留着,一个个小隔间成为年轻人投身文化创意的创业基地。如今,文创园中分布着咖啡厅、酒吧和餐厅,还有各种文艺青年喜欢的文创小店。住

在附近的市民张律韵经常在这里参加一些手工制作等活动,把带有沈阳特色的DIY手工文创产品赠予朋友。

德国籍的麦克是宝马沈阳工厂的一名员工,每到周末,常到红梅文创园转上一转,既可以释放一下工作压力,还可以在“原料库”买一些“工业记忆”明信片邮寄给他的父母。麦克说,他的工作地点在铁西,但父母没有来过中国,买些文创产品可以让父母多了解中国,多了解沈阳。

优化文创体验度

沈阳故宫文创融入时尚创意元素和地方特色,在不断优化观众购物体验的同时,拓展文创产品的受众外延,让传统文化更有“新意”。2021年,“莊啡”咖啡馆、“莊啡”奶茶店、盛京旗袍体验馆相继开业,这是沈阳故宫文创产业发展的新突破,是传统文化与时尚生活融合的成果。

以“莊啡”咖啡馆为例,首期推出的特色饮品,将满族特色甜食、沈阳特产和时下年轻人喜爱的口味相结合,同时带来中西合璧的舌尖体验;店内

以沈阳故宫万字炕为设计灵感设置的月亮门和炕桌,可呈现满族居室的独特之处,展示地道的东北风土人情。

沈阳弘毅传媒公司副总经理李友良介绍,每逢有外地客户来谈业务,他都喜欢把朋友约到“莊啡”咖啡馆。“咖啡馆室内设计非常精致、装潢精美,皇城的味道十足。这里不只有沈阳故宫文创美食和咖啡,还可以寻觅到文化的芳香,增加谈判灵感,我觉得很有面子。”

尝一口神兽“角端”巧克力,捧一杯“政殿之宝”特色咖啡,杯子旁摆上刚买的文创小摆件“紫气东来炭雕”……这是沈阳故宫里常出现的场景。沈阳故宫博物院党委书记孟繁涛介绍,目前,沈阳故宫文创产业越来越强劲,并取得了可观的经济效益。

孟繁涛说,有独一无二文化遗产资源的博物院,要做好文化遗产资源的再挖掘、再利用工作,开发出百姓喜闻乐见的文创产品,这样不仅产生良好的经济效益,更能拉近百姓与博物院的距离,展现地方特色,为传统文化注入新动能。

四川纳溪:美景美德同行 文明旅游走深走实

近日,在四川省泸州市纳溪区百花谷,琼花进入盛花期,一簇簇洁白的花团挂满枝头,老式复古的观光小火车穿梭其中。游客来来往往,或驻足拍照,或漫步观赏,秩序井然。

赏花不摘花,游客自觉文明出行。近年来,纳溪区在优化升级景区项目设施的同时,也把“文明旅游”统筹列入景区建设重点工作,持续开展形式多样的文明旅游宣传引导,加快旅游咨询服务中心和各类旅游标识牌建设,深入推进景区服务人员的

培训工作,全方位营造“文明旅游,绿色出行”的文化氛围。

“文明旅游,每个人都是一道亮丽的风景线”“一花一木皆是景,一言一行要文明”“光盘行动,拒绝浪费”“上下楼梯靠右行”……在纳溪,不管是景区沿途,还是酒店大厅、餐厅、包间等服务场所,文明宣传标语随处可见、一目了然。同时,各旅游场所内还穿梭着文明劝导员、志愿者忙碌的身影,他们一方面劝阻不文明旅游行为,另一方面帮助有咨询、

讲解等需求的游客。

每当节假日前后,纳溪相关部门通过微信、政务网等新媒体平台,以文明游客先进事迹为抓手,集中开展线上文明旅游宣传工作。此外,还以麒麟温酒器为原型打造了“麒麟云哥”形象IP,制作《麒麟云哥讲文明旅游》动画宣传片,内容生动有趣,游客喜闻乐见,获得了很好的反响。

“纳”里很美,“溪”望您来!这里的美,不仅仅指自然风光美,还指文明旅游的氛围美。“天府旅游名县”创



凤翔泥塑传承人胡新明在为泥塑勾线 受访者 供图

建完成后,纳溪旅游品质不断提升升级,文明出行的理念不断深入人心,“遵守文明行为规范,共创文明景区”逐渐成为游客、旅游从业人员的默契,共同引领旅游新风尚。

纳溪区文化广播电视和旅游局相关负责人表示,未来将坚定文明旅游发展理念,持续巩固提升文明创建成果,继续推进文明旅游工作规范化、常态化、长效化,让文明旅游为风景添彩增色,为提升旅游体验加分,为景区高质量发展助力。(冷清安)

陕西:非遗工坊“绘”出美丽乡村

□ 本报记者 任丽

“早就听说凤翔泥塑的魅力,今天一见果然震撼,不仅有全村家家制作泥塑的壮观场面,还有陈列馆里的各种泥塑,让人大开眼界。在泥塑村吃、住、玩十分方便,泥塑体验更是让孩子流连一整天。”近日,带着家人到陕西省宝鸡市凤翔区六营村游玩的张先生说。

文化和旅游局、人力资源社会保障部、国家乡村振兴局共同组织评选的2022年“非遗工坊典型案例”前不久公布,陕西报送的《凤翔泥塑:“泥塑货”变身“聚宝盆”》《西秦刺绣:巧手绣出乡村幸福生活》《洛南草编:小革编闯出大市场》3个案例成功入选。消息传出后,不少人慕名到陕西体验获奖非遗项目,感受以非遗工坊为代表的乡村产业振兴新图景。

“聚宝盆”聚合产业链

来到六营村,穿过镌刻有“泥塑村”几个大字的木制牌楼,在右首第一家的墙上就能看到国家级非遗项目——凤翔泥塑传习所、生产性保护示范基地、非遗工坊、手工艺品专业合作社等多块牌子。这是凤翔泥塑传承人胡新明的家。多年来,胡新明带领六营村泥塑人将“泥塑货”卖出大价钱,畅销全国各地,引领六营村朝着多元发展的方向奋进。

“新明泥塑工坊已累计开发设计创作新的泥塑品种60多项。目前,工坊联合加工生产农户68户,有工人35名,年产泥塑等各类手工艺品10万多件,年接待国内外游客11万多人次。”凤翔区文化和旅游局工作人员介绍,工坊还举办专题培训班8场次,培养了300多名学徒,为1300多名实习学生、残疾人等授课120余课时;解决118人就业,安置脱贫户及残疾人就业6人,带动相关产业帮扶人员46名,就业人员月收入达到4500元。

近年来,凤翔泥塑在当地文化和旅游部门的大力支持下,以“非遗+旅游”的发展模式,带动了一批像胡新明这样的“守”艺人,推进了非遗产业发展。六营村更是利用独具特色的历史文化资源,顺势应势,深挖广扩、创新实践,形成了非遗产业促进乡村旅游、乡村旅游带动非遗产业的文旅链条,通过走出去交流和展览,请进来举办文化节等方式,助推其走上深化文旅融合发展的“快车道”。

“六营村先后获评全国文明村、中国美丽休闲乡村、全国生态文化村、省级乡村旅游示范村等称号,年接待游客220万人次,旅游年收入突破3000万元。”宝鸡市文化和旅游局相关负责人说,“六营村深入贯彻乡村振兴战略,让人民群众共享改革发展的成果,是时代赋予的中心任务,更是建设美丽乡村的应有之义。”

草编编出国际市场

在大多数地方,玉米皮属于农业生产过程中的废弃物。但在商洛市洛南县群众灵巧的手中,它们摇身一变成了艺术品。

走进洛南县巧手草编专业合作社大门,记者迎面看到的是厂房里堆

叠在一起的玉白色草编摇篮。编织工们脚边放着一盆玉米皮。他们娴熟地取皮、编织,不一会儿,就制作出一个个精致的摇篮把手。在大秦岭南麓的高山洛水之间,在全国草编摇篮产销行业之中,“洛南草编”如今已不仅是一个响当当的外贸产品品牌、非遗传承品牌,更是当地名副其实的助残解困品牌。

洛南县巧手工艺品公司依托“洛南草编”非遗品牌带动群众增收致富、助力乡村振兴。该公司非遗工坊采取“公司+合作社+非遗传习所+培训学校+生产基地+农户+外贸企业+电商平台”的非遗传承和生产经营模式,硬是将看起来毫不起眼的小麦秸秆、玉米苞叶草编产品远销到了日本、欧美、中东等地区。近3年来,公司年均实现销售收入2500余万元,在洛南县及山阳县、丹凤县等地拥有草编生产基地21个,取得国家注册商标和外观专利10项,组织草编技能培训200余场次,学员达1万余人次,带动老、弱、残6800余人从事手工编织。

“2017年,一个长期合作的美国客商因为对草编工艺感兴趣,专门来到合作社实地考察、洽谈业务。在商洛市文化和旅游局的牵线下,洛南草编还曾前往哈萨克斯坦参加展出。我们的草编产品超过一半都出口到国外。”该公司的创办人屈军侠说。

目前,洛南县是国内草编婴儿摇篮的三大产地之一,屈军侠创办的企业是陕西唯一出口型草编婴儿摇篮的加工企业。

“非遗+”绣出美丽乡村

宝鸡市千阳县是古丝绸之路的重要驿站,民间手工艺西秦刺绣历史悠久,千阳县南寨镇在2021年被文化和旅游部命名为“中国民间艺术刺绣之乡”。作为国家级非物质文化遗产“西秦刺绣”的重要传承地,近年来,千阳县坚持“合作社+绣娘+农户”的发展模式,不断壮大产业规模。

“千阳县先后创办了太阳鸟、仟惠刺绣专业合作社,让240多名留守妇女参与制作刺绣产品。合作社采取‘合作社+绣娘+农户’的经营模式,统一设计、剪裁、发料,统一样式、标准、质量,统一销售、核算、计酬,充分解决了群众技术、款式、销售等问题,在相互规范中集思广益、共同提高、抱团发展。如今,千阳县年销售刺绣产品70多万件,产值800万元。”千阳县文化和旅游局相关负责人介绍,目前,千阳县有省市级非遗传承人3人、省级工艺美术大师2人、市级“西秦巧娘”8名,20多人的110多件精美作品在省市获奖,成为受市场欢迎的品牌产品。

“十四五”期间,我们将聚焦西秦刺绣高质量发展,不断改进刺绣制作工艺、设计理念,注册“千阳西秦刺绣”商标,辐射带动从事刺绣制作人员超过1.5万人,实现产值超过1.5亿元,年人均增收5000元以上……”千阳县文化和旅游局相关负责人表示,千阳县将持续壮大刺绣产业规模,开发更多刺绣文创产品、旅游刺绣体验项目,加快美丽乡村建设。