

## 广西民族服饰产业步入快车道

□ 孟萍文/摄

前不久，广西壮族自治区环江毛南族自治县在毛南族发祥地之一下南乡举办了毛南族感恩节活动，集中展示当地特色非遗项目和民俗文化。在活动会场，毛南族服饰、毛南锦制作和展示吸引了众多游客的目光。

近年来，广西各地深入开展文旅融合，民族节庆缤纷多彩，民族服饰也成为游客青睐的特色旅游商品，其产业发展走上快车道。



游客身着壮族服饰在景区拍照



巴马瑶族服饰制作展示

## 节庆带火销售

节庆不断，歌舞不断。今年以来，广西各地的民族民俗和庆祝活动不断上演，民族服饰成为市场上的“香饽饽”。

在南宁市区的大和平、新和平等商场，民族服饰从4月初就进入热卖季。一位店主表示，她3月初就上架了不少民族服饰，现在可以说是“手快有，手慢无”。按往年惯例，“壮族三月三”前一周到十天左右，壮族服饰才会热销。

叶小姐是经营定制民族服装生意的“星辰舞服”老板。“壮族三月三”前夕，她从百色市的那坡县和凌云县进了一大批儿童民族服装，销售情况很好。“我每天能卖500至600套民族服装，天天都在赶着发货，还招了几个工人仍是忙不过来。”叶小姐说，订购少数民族服装的以幼儿园、

小学生群体为主，每套价格70元至80元。其中，壮族服饰是畅销款，刚上架就被抢购一空。如今，“星辰舞服”不仅线下热销，线上也是供不应求。

网友“一盞白茶”去百色旅游时买了一套壮族服饰，她把图片发到小红书上，配文“好喜欢自己的民族服饰”，获得1500多个点赞和600多条评论，许多外省的网友都问她在哪里买的，能不能网购。

百色市区有多家售卖民族服饰的店铺，纯手工制作的民族服饰十分受欢迎。一家服装店主蒙小月介绍，她店内的儿童服饰每套售价88元至400元左右，成人款分日常款和盛装，价格

500元起，也接受个人定制。除了民族服饰，店内还售卖一些手工制作的绣球、荷包、挎包、竹编花篮等工艺品，供消费者选购搭配。

在环江毛南族自治县县城，多家毛南族民族服装加工店里，店员正忙着裁剪、缝纫，认真地完成每一道工序，确保高质量做好每一件民族服饰。一位服装加工店店主岑新娜表示，近段时间，毛南族服饰订单特别多，都是纯手工制作的，根本做不过来。“现在毛南族服装越来越受大家喜爱了。”

今年“三月三”和五一期间，柳州融水苗族自治县举办了非遗展示活动，苗族百鸟衣、苗绣、织锦等技艺让游客

大开眼界，景区内的民族服饰销售点也围满了游客，销售红火。还有许多游客则是直接穿着民族盛装来到景区游玩，吸引了不少目光。

现在，每逢节假日，穿着民族服饰或者汉服到景区打卡成为一种风潮，许多景区也很支持游客个性化的着装，对穿民族服饰的游客给予门票打折优惠，与游客共同打造景区靓丽的风景线。

去年7月，壮族姑娘小李身穿外婆制作的大新黑衣壮传统服饰在英国参加毕业典礼，同学们为她拍下视频。图片上传至社交网站后，收获了网友大量点赞和评论。网友们普遍认为，热爱自己民族的服装是文化自信的表现。广西民族服饰近几年越来越走红的背后，是越来越多的人不断增强的民族自信心和自豪感。

## 产业发展提速

民族服饰公司推出了好几款新品。这些用棉布做底、纯手工缝制的壮族衣衫花纹典雅，价格在800元至1000元一套。“忙不过来，订单好多，暂时不接单。”负责人韦玉荣表示，从二月初二开始公司就来了好多订单，目前暂时不敢再接单了。

在中国织锦工艺大师、自治区级壮锦代表性传承人谭湘光大师工作室里，订制款的民族服饰非常抓人眼球。“这些服饰产品大都是‘孤品’。我们就是要让壮族服饰变得独一无二。”谭湘光的徒弟范丽华介绍，这些订制款的少数民族服装价位在几百元至上万元。由于一针一线均为手工制作，所以需要提前几个月订制。

来自福建省龙岩市的商人黄东海2013年在百色市隆林县开办了昌隆服装有限公司，主要生产隆林当地具有5个民族特色的几十种服装以及校服。2022年，公司总营业额突破2000万元。目前，隆林县从事民族服饰制作及相关工作的人员已超过5000人。

广西非物质文化遗产“瑶族织绣技艺”代表性传承人赵凤香在家乡金秀瑶族自治县开了一家瑶凤凰瑶族织绣店，今年的销售额就已有10多万元。庞伊曼也是金秀县的一名瑶绣传承人，她开办的“瑶服世家”门店展示、经营瑶族5个支系服饰、绣品，产品做工细腻、精美，很多人慕名进店购买体验收藏，当地瑶族顾客的回头率也高。

据了解，为传承非遗，金秀县不定期组织织绣传承人、民间织绣艺人到

隆林县开展培训，让年轻一代掌握瑶族织绣技艺；还通过建立“文化集市一条街”、发放创业基金、免租减租等方式，扶持壮大刺绣服饰产业。

融水苗族自治县将苗族服饰文化产业纳入全县经济社会发展总体规划，在政策、资金上进行扶持。该县打造“苗家小镇”，整合民族技艺形成专门的微工厂、微车间工业园区和苗绣服饰街区，将其打造成为具有鲜明传统工艺特色的文化旅游景点，促进传统工艺技艺的传承与发展，构建融水苗族特色旅游商品业态。

自治区级苗族刺绣传承人李伊园于2014年在融水县创办了彩云苗艺，专门制作和销售民族服饰和旅游商品。她将苗绣与地方文旅融合，在融水镇苗家小镇、梦鸣苗寨、风情苗乡等景区设立线下展销体验店，开发研学旅行产品，让更多体验苗绣文化，已接待研学旅行游客3000多人。

“特别是儿童民族服装订单，比往年多一倍以上。”兰培文说。

广西民族服饰品牌“米洛甲”传承广西民族传统美学，以花为设计核心，辅以蛙、鸟、鱼等传统图腾，并将壮锦的元素融入现代设计中。米洛甲品牌相关负责人介绍，“米洛甲”品牌发扬传承了民族传统服饰文化，并在此基础上进行创新，设计更时尚、更大众化的服饰，让广西民族服饰走向全国乃至世界。

在广西壮族自治区政协十二届五次会议上，有政协委员提出推动民族服饰文化创新，建议政府出台推进民族服饰产业发展的实施方案等政策文件，利用发展双循环经济机遇，促进民族服饰走出国门，推动民族服饰文化的传承创新和国际化发展。

## 走上更大舞台

现在不仅制作和销售传统的苗族服饰，还化繁为简，把刺绣等元素融入相应产品，满足人们日常需求，如在戒指上镶嵌刺绣品、在日常服装上点缀刺绣品，制作具有刺绣特色的围巾等。

宾市忻城县90后小伙兰培文发现，当地织的壮锦虽然美丽，但只有一些老旧款式产品。于是，兰培文开始尝试用壮族织锦技艺制作衬衫、背包等创意产品。兰培文在当地政府的帮助下，以“文化+旅游”的方式，在莫土司衙署景区大夫第成立壮族织锦技艺传承展示中心。今年以来，民族服饰销售市场火爆，兰培文接到了大量订

单，开发跨国业务，希望推动更多广西民族服饰“出海”走向世界。

广西金壮锦文化艺术有限公司负责人贺卡致力于壮锦走向世界。2019年，公司在意大利设立中意文化设计中心，在意大利罗马注册成立广西壮锦文化推广协会，在欧洲以及国内注册建立民族品牌，并在国外设立生产加工基地。目前，贺卡公司的壮锦产品已进入欧洲市场，在品牌推广会上，受到欧洲销售商和品牌商的青睐。

李伊园认为，一身浓墨重彩的苗族服饰并不适用于日常生活，为了刺绣产品的市场化、产业化，她和同伴

化和服务产业代表性企业等，还有巴西、塞尔维亚、巴基斯坦、马来西亚等多个国家行业协会、优质企业机构亮相，共计200多家企业、机构，涉及数字创意、创意设计、工艺美术等领域，展示了全国各地文化体制改革最新进展、对口援疆文化和旅游建设成果，以及数字文旅新产品、新应用。

对新疆14个地州市来说，参展的意义更是不一般。克拉玛依市共组织8家企业，精选具有克拉玛依文化特色的文化创意产品，金丝玉、紫砂等工艺美术品、独库公路旅游纪念品、特色农产品等322件展品参与展出，10名企业代表进行现场推介。展会上展示了特色紫砂陶笛、紫砂壶、紫砂挂盘等文创产品，金丝玉手镯、陶针、摆件等手工艺品，以独库公路为主题的泥火山滋养面膜、冰箱贴、钥匙扣等系列文创；以克拉玛依物

业项目落地，为新疆文化产业创新发展助力赋能。

本届喀交会由喀什地区行署、新疆维吾尔自治区商务厅主办，山东省、上海市、广东省、深圳市对口支援新疆工作前方指挥部、喀什经济开发区管委会，喀什地区各县市政府和喀什地区商务局等单位承办。自2005年至2016年，喀交会已举办了12届，办会规模和影响逐步扩大，成为新疆乃至中国向西开放的重要平台之一。

深圳文博会首届新疆展于6月21日至25日与第十三届喀交会在线下联动举办，线上联展将持续至2024年6月20日。

（王超）

业项目落地，为新疆文化产业创新发展助力赋能。

本届喀交会由喀什地区行署、新疆维吾尔自治区商务厅主办，山东省、上海市、广东省、深圳市对口支援新疆工作前方指挥部、喀什经济开发区管委会，喀什地区各县市政府和喀什地区商务局等单位承办。自2005年至2016年，喀交会已举办了12届，办会规模和影响逐步扩大，成为新疆乃至中国向西开放的重要平台之一。

深圳文博会首届新疆展于6月21日至25日与第十三届喀交会在线下联动举办，线上联展将持续至2024年6月20日。

（王超）

房车露营和休闲旅游装备——

## 应用高科技 提升舒适度

□ 朱文文

近日，由中国旅游车船协会自驾游与露营房车分会、安徽省文化和旅游厅指导，安徽省旅游协会主办的2023中国（合肥）第五届房车露营大会暨休闲旅游装备展在合肥包河区举办。30余家房车品牌、露营装备及休闲旅游装备企业展示了近百种自驾露营和休闲旅游产品，让市民游客大饱眼福。

本次大会参展旅游装备产品不仅突出实用性，致力于满足消费者多元化的需求，还重视高科技应用，增强消费者户外露营、自驾旅居的体验感、舒适度。

在安徽荣品科技住宅发展有限公司展位，外形极具未来感科幻造型的荣事达智慧文旅舱，吸引了不少市民游客参观。

“我们将科技理念贯穿智慧文旅舱设计、选材、建造、使用的各个环节，致力于为用户营造智慧化、个性化、便捷化的旅居体验。”该公司营销总监洪浩介绍，智慧文旅舱在设计之初便充分考虑防风、抗震、通风、隔热等要素，墙体采用20厘米厚的保温材料，确保达到最佳保温效果；同时全屋安装低能耗玻璃，可以有效隔离紫外线照射。此外，舱内还配备地暖设施，铺设更为安全的石塑地板，能够最大程度减少摔倒带来的身体伤害。“别看智慧文旅舱不大，但全屋都配备了智能化控制系统，用语音就能实时控制窗帘、灯光和各种电器，真正实现了科技住宅，自然享受。”

在山东沃德佳房车科技有限公司展位，展位负责人李根正向游客推介自家的“苹果舱”“九米星语”两款住宿设施。据了解，这两款产品不受地形限制，适用于旅游景区、野营地、商业办公等领域。使用时，仅需搭建四根支架、连接水电即可。值得一提的是，凭借时尚简约的造型，该产品可以完美地与周边自然环境融为一体。

“为提升用户的住宿体验，我们在产品设计中增添了许多细致化的服务功能。”李根介绍，当舱门旁的窗帘放下时，便能充当投影的幕布；舱内的卫生间也贴心采用了干湿分离；当夜晚躺在床上休息时，透过透明的星空顶，便能欣赏璀璨的星空美景。

在展览现场，除了像智慧文旅舱、苹果舱这样独具特色的旅游装备，还有各种户外露营装备。

在常州喜马拉雅户外用品有限公司展位，两顶深灰色的天幕下，桌上摆满热腾腾的香茗与茶点，氛围感满满，浓浓的户外露营风扑面而来。

“此次展会，我们带来了王牌产品‘山海168’天幕，它采用复合弹力布材质，能够有效遮阳，避免户外露营被紫外线晒伤。同时多层拒水的工艺，使得天幕可以高效防水、阻燃。”该公司省级经理高维益介绍，为满足游客多元化的露营需求，天幕上设计多处孔眼，通过与地钉、支撑杆之间的配合，可以实现60多种造型变换，满足不同喜好游客的帐篷搭配需求，受到市场推崇。

据悉，为促进安徽露营市场健康有序发展，大会上发布了《文明露营倡议书》，倡导合法露营、科学露营、生态露营、文明露营，全面提升广大市民游客对生态保护、人身安全、食品卫生、消防及应急处置的意识，共同打造“皖美露营”品牌。此外，大会还公布了“2023安徽值得推荐自驾游目的地”“2023安徽值得推荐房车露营装备品牌”名单，推动房车露营产业健康有序发展。

本次大会既是一次房车露营产业发展成果的展示，也是一次业界对房车露营发展系统思考、深度研讨的交流。

“轻奢露营正在引领露营产业发展，推动露营由小众兴趣变为大众生活方式。”中国旅游车船协会自驾游与露营房车分会副会长、途居露营地投资股份有限公司总经理钱奕安建议，大力推动露营地与景区融合发展，将营地嵌入旅游景区，有效盘活闲置资源，丰富旅游业态，增强游客体验，延长游客驻留时间，进一步赋能露营地过夜住宿、餐饮、团建等业务，推动景区由门票经济转向休闲度假经济转变。

中国旅游车船协会自驾游与露营房车分会副秘书长、北京房车露营自驾游协会副会长、清华大学文化创意研究院研究员王成志表示，露营地不是民宿和酒店的替代品，本质上是美好生活时代的产物。露营企业要注重精细化运营，深入挖掘市场，不断满足游客深层次的需求，加快推动露营地品牌化建设。同时要积极探索平台思维运行企业，培育打造具有娱乐和教育属性的露营产品，持续提升露营服务的专业性和情感性，助推露营产业可持续发展。



展览现场 安徽省旅游协会自驾游与露营分会 供图

## 端午节假期克拉玛依旅游接待人次、收入实现双丰收

端午节3天假期，克拉玛依市各景区、文化场所、特色街区等文旅场所通过举办丰富多彩的活动以及发放文旅消费券等形式，累计接待国内游客42.06万人次，同比增长57.76%，实现旅游收入25461.86万元，同比增长57.89%。城市休闲游、近郊短途游、独库自驾成为假日主流。

端午节期间，克拉玛依市推出美食体验、景区游玩、红色教育、研学旅游、风光摄影、自驾休闲、荒野时尚、影视沉浸、乡村体验等20条旅游线路产品，以及民俗风情、精品民宿、乡村赛马、科普研学、紫砂陶笛、星空露营、天文观测、田园采摘、马术骑乘、农耕体验等各项特色活动，不断丰富旅游线路产品，满足不同游客多样化、个性化的需求。为刺激文旅消费，克拉玛依市推出惠民措施提振消费，投放百万文旅消费券，惠及市民、游客1万人次以上，直接拉动文旅消费百万元以上，间接

拉动餐饮、住宿、娱乐等消费200万元以上。此外，独山子大峡谷、东湖动物园、乌尔禾西部乌镇、乌尔禾国际房车露营公园等景区推出套票及助老爱幼、助残帮扶措施，大秦酒店推出“大秦穿越之旅”主题营销活动。

6月21日至23日期间，“看好剧、听大戏、玩电音、品美食，安安康康过端午”系列活动在石油纪念广场克一号井、丝路小镇、克拉玛依市文化馆、市图书馆等地精彩上演。“品美食”丝路小镇烧烤节在丝路小镇广场举办，活动期间开展了“丝路舞台”歌舞表演、“烤骆驼烤全羊烤鱼”烧烤活动、啤酒大赛、美玉石交流鉴定会烟花秀等各类活动。

此外，克拉玛依市共出动检查人员28人次，累计检查互联网上网服务场所、娱乐场所、A级景区、文物经营单位、星级酒店、星级农家乐等场所85家次，发现并整改问题31个，为文化和旅游健康发展保驾护航。（王超）

## 中国(深圳)国际文化产业博览交易会首届新疆展在喀什开展

令人目眩神迷的超级数字场景，让人惊叹不已的非遗工美展区，再加上利用AI、5G、3D、VR/AR、大数据等前沿技术成果打造的线上展会新平台……6月21日，中国（深圳）国际文化产业博览交易会（以下简称“深圳文博会”）首届新疆展在第十三届中国新疆喀什·中亚南亚商品交易会（以下简称“喀交会”）上举办。

本次深圳文博会首届新疆展由新疆维吾尔自治区文化和旅游厅、中国（深圳）国际文化产业博览交易会组委会办公室、深圳市对口支援新疆工作前方总指挥部、喀什地委联合主办，新疆各地州和相关企业受邀参展。

深圳文博会首届新疆展分为文化产业综合馆、特色文旅融合馆两大展馆，共计1万平方，参展主体涉及对口援疆省市、新疆14地州市的文化产业相关单位、主管机构、行业协会及文

化和旅游产业代表性企业等，还有巴西、塞尔维亚、巴基斯坦、马来西亚等多个国家行业协会、优质企业机构亮相，共计200多家企业、机构，涉及数字创意、创意设计、工艺美术等领域，展示了全国各地文化体制改革最新进展、对口援疆文化和旅游建设成果，以及数字文旅新产品、新应用。

对新疆14个地州市来说，参展的意义更是不一般。克拉玛依市共组织8家企业，精选具有克拉玛依文化特色的文化创意产品，金丝玉、紫砂等工艺美术品、独库公路旅游纪念品、特色农产品等322件展品参与展出，10名企业代表进行现场推介。展会上展示了特色紫砂陶笛、紫砂壶、紫砂挂盘等文创产品，金丝玉手镯、陶针、摆件等手工艺品，以独库公路为主题的泥火山滋养面膜、冰箱贴、钥匙扣等系列文创；以克拉玛依物

业项目落地，为新疆文化产业创新发展助力赋能。

本届喀交会由喀什地区行署、新疆维吾尔自治区商务厅主办，山东省、上海市、广东省、深圳市对口支援新疆工作前方指挥部、喀什经济开发区管委会，喀什地区各县市政府和喀什地区商务局等单位承办。自2005年至2016年，喀交会已举办了12届，办会规模和影响逐步扩大，成为新疆乃至中国向西开放的重要平台之一。

深圳文博会首届新疆展于6月21日至25日与第十三届喀交会在线下联动举办，线上联展将持续至2024年6月20日。

（王超）

业项目落地，为新疆文化产业创新发展助力赋能。