

延边朝鲜族自治州：

做足民族特色 旅游商品走“心”

□ 刘冬雪 本报记者 刘玉萍

“我是做文创产品设计的，这次听说吉林省延边朝鲜族自治州延吉市举办旅游商品大赛，就特意从和龙市过来参观学习。我想从这些参赛作品中获取文创产品设计的灵感。”吉林省观众张先生说。

6月30日，2023延边旅游商品大赛暨第六届延吉旅游商品大赛颁奖典礼在延吉市文化馆举行。大赛旨在发展延边旅游产业，扩大旅游购物消费，树立延边旅游商品品牌，推动全州旅游商品，特别是具有朝鲜族特色的旅游商品快速发展。

传统工艺连接现代生活

从人参皂甙到工艺长鼓，从创意雪糕到气泡米酒，从传统工艺品到专利科技产品……本次大赛全州共有企业和个人300多家、作品500多件参赛。作品涵盖非遗、酒水、时装、美食、居家、装饰等多种主题。大赛最终评选出3个设计类奖项以及21个实物类奖项。

这些参赛作品的延边地方文化特色明显、市场潜力大、旅游商品特质突出，更为丰富了延边旅游消费供给。

拧开瓶盖，一股清甜的酒香味扑鼻而来，第一次参赛就获得实物类金奖的恩妈米酒，让现场观众“陶醉”不已。延边恩妈米酒有限公司总经理郑成哲介绍，自2016年成立以来，公司不断创新、勇于实践，引进世界先进的发酵酒酿造设备，成功推出了全新口感的米酒产品“恩妈米酒”。在保留传统酿造技艺的基础上，公司从作坊式酿造，发展成为现代化、自动化酿酒产业，米酒年产量达到1000吨，还通过米酒制作技艺这项非遗创新了更多旅游商品，并走进千家万户。

大赛上，有许多作品将朝鲜族民俗文化、恐龙文化、满族文化有机结合，让传统文化焕发新光彩。“与往年相比，今年参赛的商品种类更加丰富、全面，能够代表现阶段延边旅游商品的发展水平，同时新产品崭露头角，符合时代特性，满足了年轻人在文旅市场的消费需要。”延吉市文化广播电视和旅游局相关负责人介绍，以往参赛的商品以食品、特产为主，今年商品在即食包装、速热包装、文创设计、文化周边等方面均有涉猎，丰富了旅游城市的文化内涵，刺激了打卡地伴手礼的经济消费。

大赛主评委、中国旅游协会旅游商品与装备分会秘书长陈斌介绍：“从最初的参赛旅游商品数量不多，在地上摆摊展示，到今年的数量众多、品类丰富，这6届大赛变化非常大。今年参赛的旅游商品更加贴近现代、贴近生活。旅游商品是讲好中国故事、传播中国声音最好的途径之一，把传统技艺做成现代生活商品，一定要与市场接轨、与大众需求吻合、与游客喜好相符，让大家购买更多的旅游商品，才能让文化传播得更广、更远。”

把“舌尖上”的延边带回家

将旅游商品作为提升旅游消费的关键抓手之一，延边州近年来不断推进旅游产业化。根据市场需求、地域特色，各类朝鲜族传统美食被创新开发为有文化、有特色、有创意的旅游商品，满足游客的多元需求。

2023延边旅游商品展与颁奖典礼同时启动。展览展出了此次大赛的获奖作品、入围作品，以及历届在国家级、省级、州级旅游商品赛事活动中的获奖作品。现场特别设置品鉴

区，10家企业免费提供特色小吃餐饮。琳琅满目的美食吸引不少观众参观品鉴。

“酸酸甜甜，好开胃，味道好极了！”在品尝朝鲜族泡菜后，市民游客皆赞不绝口。在延吉市韩食府食品有限公司展区，记者看到，辣白菜、牛板筋、冷面……一系列塑封包装的朝鲜族美食整齐摆放，令人垂涎欲滴。“我们公司产品主要以泡菜系列为主。”延吉市韩食府食品有限公司销售部负责人说。

“光东村”品牌朝鲜族民俗美食自热速食实物包装获得了本次大赛设计类金奖。延边光东朝鲜族民俗旅游服务有限公司总经理杨丽娜介绍，公司参展的商品包括自热白米饭、自热石锅拌饭、自热石锅酱汤，以及方便携带的口袋米酒。这些产品的基础食材原料全部来自光东村绿色食品种植基地。“这一品类组合是为来延边体验朝鲜族民族特色的游客打造的旅途场景下的自热型民族美食。产品外观设计以朝鲜族金属和石材炊具为原型，配以自加热功能的内部隔层设计，可完美还原朝鲜族美食的口感。包装图运用水彩绘画技法，画面高雅精美，让人充满食欲，配以便携式口袋米酒，提高了速食的体验品质。”杨丽娜说。

本次大赛进一步挖掘与推介了延边州特色文化和特色物产资源。这些能凸显延边元素的旅游商品，让游客把“延边味道”带回家。

以赛促新谋划产业发展

近年来，延边州文化广播电视和旅游局注重引导和示范，采取搭建旅游商品开发平台、争取上级政策扶持和资金支持、引导企业“走出去”等有

效措施，挖掘和培育出了许多质高品优的特色旅游商品，丰富了旅游消费市场。

据悉，大赛至今已连续举办了6届，整合多方力量，搭建平台、扶持企业，帮助300余家企业，开发挖掘千余种商品，繁荣了延边州文化和旅游商品市场。大赛开展至今已逐步走向品牌化、品质化，成为延边文旅行业的标杆活动，让延边的旅游商品受到更多关注。

延边州文化广播电视和旅游局相关负责人介绍，近年来，经过在全国大赛中不断历练和学习，延边州旅游商品取得了很大的进步和提升。在众多国家和省级商品大赛上，延边州旅游商品斩金夺银，收获佳绩。2021年，吉林省“美丽中国·鲜到延边”旅游创意产品入选“2021年度中国旅游产业影响力案例”，极大激发了全州旅游商品企业的创意创新热情。

“我们是第二次参加旅游商品大赛，这次获得金奖对我们来说是一种鼓励和肯定。未来，我们将继续挖掘本地农产品、朝鲜族文化等特色，打造丰富的旅游商品，带给游客更加优质的旅游体验。”杨丽娜说。

延边州地域民俗特色浓郁，文化创意和旅游商品开发潜力很大。延边州文化广播电视和旅游局副局长于明亮表示，延边州将进一步通过“以赛促研、以展促销”等方式，加快提升文化创意和旅游商品开发水平，力求研发和推出一批地方特色鲜明、符合市场需求、彰显文化内涵的特色旅游商品，着力打造影响广泛的延边旅游商品品牌，推动延边旅游商品品牌化、系列化、市场化发展，激发旅游消费潜力。

“种草经济”盛行 激发更多年轻消费力

□ 本报记者 王诗培

“新疆博物馆出的这款开瓶器真的很酷，开瓶喝啤酒的时候感觉自己气势更加威猛了！它的设计原型来自新疆博物馆馆藏文物虎纹金牌。”这是网友“古德喵文创研究所”近日在小红书上分享自己购买的博物馆文创产品时的笔记。有网友留言被“种草”了，自己也想要一个。

“种草”，网络流行语，指分享推荐某一商品的优秀品质，以激发他人购买欲望的行为。在这个词迅速进入中国年轻人日常用语的背后，是一种全新的购物方式正在到来。

“琉璃厂到了，荣宝斋去了，网红咖啡喝了，徐悲鸿的‘马咖啡’，喝着就好像肚子里装了墨水。”7月1日，来自河北的网友“崩豆亲子”到北京琉璃厂荣宝斋游玩后，在社交平台上分享了自己的探店经历。“崩豆亲子”就是看到荣宝斋的探店笔记，被这个百年老字号的文化内涵吸引，因此一定要到琉璃厂玩一次，喝一杯荣宝斋的网红咖啡。

荣宝斋是有着300多年历史的文房四宝老品牌，进入新时代，老字号亦面临着转型升级的机遇与挑战。近年来，荣宝斋打造了品种繁多的文创潮玩、沉浸式体验空间、网红咖啡馆，与多个品牌联名“新国潮”活动、和国际潮流艺术家合作……这些不仅带来了新的增长点，也更新了年轻人对荣宝斋的认识，延伸了品牌价值。

有业内人士表示，“种草”这种商

业模式，可以让老品牌的好产品能更快、更精准地找到目标消费者，同时，平台用户自发地互动，也让老品牌更懂年轻消费者的需要，并从中找到新创意。近年来，一些老国货品牌开始自发运营和投入自己的小红书、抖音等社交平台账号，并在上面寻求灵感。

创办于1984年的南方黑芝麻糊虽然是老牌企业，非常重视小红书、抖音这样的新媒体渠道。它以自嘲的运营风格解构原有的形象，和用户们打成一片，为新产品做创意周边，再让粉丝们在社交平台上晒单。比如，企业发现有视频主播在搅拌南方黑芝麻糊时说：“我不是在拌水泥。”然后，企业想到黑芝麻糊跟水泥的外观的确有点像，可不可以拿这个点子自嘲一下呢？于是，南方黑芝麻糊推出了一款包装类似水泥袋子的产品，还出了两款周边——一个印着“南方黑芝麻糊水泥厂”的搪瓷盆，一柄做成搅拌铲模样的勺子。2022年“双11”期间，这款水泥糊套装，在小红书、抖音等平台上卖到断货。有小红书网友晒出评价：“人职南方黑芝麻‘水泥厂’，一起抬着饭碗做厂友吧。”

在小红书、抖音等社交平台上，用户对老品牌的兴趣体现在，一是自发分享老品牌的经典产品，二是关心老品牌推出新的产品线。很多用户会自发将老产品和新的用法与场景结合起来。而社交平台也观察到了用户对这些老品牌的关注度，因此团队开始积

极主动接触这些尝试做创新的老国货，让他们重新“火”起来。

近几年，“外出露营”“空气炸锅炸万物”“沉浸式体验”“吃茶去”“文房四潮”等趋势在年轻人中盛行，在每一个新趋势背后，都能延伸出众多消费新亮点。

以热门趋势——“外出露营”为例，记者从小红书用户发布的笔记中发现，“精致露营好物”“新手小白也能放心入”“最详细露营活动玩法”这类笔记标题比比皆是，从露营装备、露营地点、露营活动到全套的露营基地服务一应俱全，时下最热门的出行方式，看起来唾手可得。

网友“元气那个汤”从今年5月以来就几乎保持每月一次的露营频率，他作为过来人还在小红书上分享了自己的露营必入装备，比如帐篷、充气床垫、天幕、桌椅、卡式炉等。随后，他又在小红书上建立了店铺，专门售卖露营装备。他也因为实测产品，很快收获上万点赞与关注。

记者搜索小红书，看到上面仅户外帐篷就有众多测评，从功能、外观、品质、性价比等不同角度给产品打分、排座次。一个综合帐篷排行榜显示，排名第一的是探险者，依次是北极狼、极地雄鹰、捷路普、探险者、牧高笛、自由客、骆驼。京东销量最好的一款帐篷是迪卡侬户外加厚遮雨全自动防晒帐篷，售价469.9元。有网友评价说：“既防风又很方便，女生也可以轻松操作。”

露营博物馆James Outdoorlife工作人员继续表示，在国内露营热的推动下，将会出现更多更懂得国内用户需求的露营装备，这也将推动国产露营装备品牌快速崛起，成为产业发展的新亮点。他们还在小红书上发布“买家的露营生活”和“在售露营装备”笔记，吸引有中高端露营装备需要的精准用户。

除了露营，近两年，众多生活新趋势也逐渐热门起来，比如飞盘、腰旗橄榄球、骑行等。特别是骑行，马蜂窝数据显示，今年端午假期前夕，各地骑行热度飙升，平均涨幅超85%。“90后”是这一出行方式的主要组成部分，占比超过60%。北京、上海、深圳、成都、杭州、厦门、大理、贵阳等地是年轻人城市骑行的热门选择。

骑行热潮也带动了国产自行车产业升级。天眼查数据显示，截至目前，自行车相关企业10.8万余家；其中，仅2022年新增注册相关企业1.3万余家。美团网数据显示，公路车和山地车仍是骑行爱好者的首选，便于携带的折叠车销量增长了6.48%，增幅最大。从购车心理预算这一项来看，万元级别自行车最受受欢迎。同时，国产凤凰、永久等老牌自行车也找到了新的增长方向，积极布局中高端市场或向电力转型。另外，骑行需要的头盔、骑行服、骑行包等装备设计越来越个性时尚，甚至联名款式也层出不穷。

暑期“遛娃”公园“练摊”

近日，一场热闹非凡的亲子市集主题活动在四川成都天府新区兴隆湖城市湿地公园举办。众多家长带着孩子前来“练摊”，他们一边售卖和交换自己的闲置玩具、旅游纪念品、手工小礼品，一边体验互动交流、公园露营的乐趣。

图为家长带着小朋友在市集上摆摊“卖货”。

本报记者 陈晨 摄

钦州坭兴陶 千年窑火旺

□ 孟 萍 文/摄

前不久，2023年钦州市第八届中国坭兴陶钦州古龙窑开窑活动在广西壮族自治区钦州市举行。出炉的近1.8万件坭兴陶作品产于钦州200多家坭兴陶企业、工作室，出自200多位各级工艺美术大师之手，吸引大批市民游客前来欣赏品鉴。

近年来，钦州市加大国家级非物质文化遗产坭兴陶烧制技艺的传承和保护，不断创新，使坭兴陶成为钦州旅游商品的一张金色名片，产业发展欣欣向荣。

窑火延续千年不灭

钦州坭兴陶是中国四大名陶之一，具有约1300年的历史。钦州坭兴陶烧制技艺于2008年入选国家级非物质文化遗产名录。

钦州坭兴陶以钦江两岸特有的优质陶土为原料，经揉、挥、轆、挑、煸、光六大传统技法制作而成，产品在高温烧制下产生神奇“窑变”，出炉打磨去璞后呈现出古铜、紫霞、铁青、金黄、墨绿以及天斑、虎纹等自然色彩纹理，可谓“火中求宝，难得一件，一件在手，绝无类同”，因而具有极高的欣赏和收藏价值，为世人所青睐。

钦州坭兴陶产业发展几经沉浮。坭兴陶作品“山水花鸟瓶”获1915年美国旧金山巴拿马太平洋万国博览会金奖。1930年的比利时国际博览会上，“岁寒三友瓶”荣获金奖。

新中国成立后，钦州坭兴陶曾有过兴盛时期。1980年，坭兴陶企业在北京连续展销51天，销售3.46万件产



游客选购坭兴陶产品

品。1984年，30万只坭兴陶艺术品“神鸟”出口美国，创下我国陶器行业单件陶器艺术品一次性出口欧美市场的最高纪录。

由于种种原因，进入20世纪90年代，坭兴陶产业日渐式微，只有一些小规模作坊式企业在生产，发展进入瓶颈期。

文旅融合焕发新机

2000年之后，随着旅游业的兴起，钦州坭兴陶迎来了新的发展机遇。坭兴陶企业瞄准这一有利时机，积极争取旅游部门的大力支持，果断将主力产品从实用器皿转移到特色旅游商品和工艺品上来，找到了产业发展的新方向。

2007年，广西钦州坭兴陶艺有限公司生产的坭兴陶产品被评为广西名牌产品，公司也成为全国工业旅游示范点。该公司设有坭兴陶艺术馆、李人骈大师工作室、坭兴陶传统技艺传习馆、产品销售中心、旅游咨询服务中心、生产制作车间、大中专院校陶艺实训基地，是一家集坭兴陶工艺品研究、开发、生产、旅游体验和经营于一体的企业。到这个示范点观看、体验坭兴陶制作技艺，购买坭兴陶产品是人们到钦州旅游的必订行程之一。

众多坭兴陶企业发挥特色优势，形成了集生产、销售、体验于一体的发展模式，丰富了钦州文化和旅游的内涵。各项制作步骤、电烧柴烧技艺特点、窑变形成、特殊器形等展示让游客更加了解坭兴陶文化，也促进了产品销售。

“客户订购的650多套坭兴陶茶具和6000个礼品水杯刚制作完成，我们正在加紧清洗产品，质检后即可打包发给客户。”另一家坭兴陶企业、钦州千年古陶公司相关负责人介绍，今年一季度该公司向全国各地客户发货坭兴陶茶具和水杯超万件(个)。

近年来，非遗传承和保护工作日益受到重视。钦州市连续举办了8届中国坭兴陶钦州古龙窑火祭大典以及陶瓷博览会、陶瓷技艺大赛等，演绎文化遗产魅力，传承传统文化精髓。同时，钦州市还将坭兴陶文化创

意产业园区与三娘湾、钦州老街等景区景点串联起来，推出“品陶看海”等一批精品旅游线路。

钦州坭兴陶古龙窑长达80米，是目前国内幸存最长的古龙窑，近年来，经钦州文化和旅游部门的保护及修缮得以焕发生机。

目前，钦州市正致力于将钦州坭兴陶文化创意产业园打造成为集文化传承、旅游度假、物流流通、商业聚集于一体的国家级文化产业示范园区。“园区完成总投资21.5亿元，目前已有157家企业入驻，年接待游客量突破50万人次。”钦州市文化广电体育和旅游局相关负责人介绍，将努力把园区打造成为百亿元特色陶瓷产业集群地。

创新发展迈向未来

钦州市委常委、宣传部部长郑娟介绍，钦州正以坭兴陶为引领，推进特色陶瓷产业成为大众创业、万众创新、富民兴市的大产业。

目前，钦州坭兴陶行业从业人员超过1.5万人，登记注册的企业和工作室700多家，产品销往30多个国家和地区，坭兴陶全产业链实现年产值约15.6亿元。

近年来，钦州坭兴陶在制作技术、设计创作、产业融合、营销推广等方面都锐意创新、成果丰硕。

钦州坭兴陶艺有限公司相关负责人说，坭兴陶的窑变在1160℃左右发生。公司使用电炉烧制坭兴陶，可以提前设定时间、温度，结合传统烧制技术，将窑变率从柴火烧制的5%

提升到80%。

国家级高新技术企业钦州华夏太极泉坭兴陶艺有限责任公司则致力于“净土柴烧”方向。公司总经理黄涛默说：“随着温度的升高，木材的灰落在坯品上，形成‘落灰成釉’的效果，带给创作者更多惊喜，也带给消费者更具个性化的产品。”

钦州方圆坭兴陶艺有限公司采用电脑激光雕刻茶罐盖子的图案，将工时从人工雕刻时的1小时缩短到7分钟，大大提高了效率和品质。

钦州承坭斋陶艺有限公司在总经理梁改萍的带领下，持续开展科技攻关，先后成功烧制中国—东盟博览会国礼“连心碗”、超高大“镂空瓶”、民族团结宝瓶等高端定制礼品陶器，展示了坭兴陶深厚文化底蕴和与时俱进的技术革新。

钦州市品艺堂坭兴陶公司结合坭兴陶的材料特性，研究利用坭兴陶技艺开发香道产品，丰富了坭兴陶产品的种类。

据了解，目前，3D打印及雕刻、干粉成型、自动雕刻机、微波窑炉等现代技术与设备均在钦州坭兴陶产业得到运用，改进了坭兴陶传统制作工艺，提升了坭兴陶的生产制作工艺水平。

李人骈、王兆儒、陆景平等坭兴陶名家及从业者将中华优秀传统文化和地方特色、民族特色融入作品创作中，不断提升坭兴陶的品质与价值。坭兴陶《高鼓花樽》《时来运转》《心心连》等作品获联合国教科文组织“世界杰出手工艺品质徽章”认证。2018年，《壮乡行》茶具荣获巴拿马太平洋万国博览会金奖，再次闪耀世界。

近10年来，钦州坭兴陶企业参加全国工艺美术和陶瓷设计等各种大赛，多次获得金奖。坭兴陶作品被10多个国家的博物馆收藏，产品销往30多个国家和地区。

钦州坭兴陶产业还紧跟时代潮流，开展主播探店直播和坭兴陶大师线上直播带货，推出了“互联网+坭兴陶传统产业”发展、电商直播销售等模式。