

乡约新春赶大集

□ 本报记者 赵腾泽 文/摄

“来吧，尝尝我们这里的花生酥，香得很呢！”“我们这里的枣仁派也不错，带回去一些给老人孩子尝尝吧”“这个龙形的小帽子特别喜欢，家里小孩肯定喜欢”……近日，北京市大兴区政府在这里举办了为期7天的2024年全国村晚市集暨乡约新春赶大集活动，吸引不少市民游客前来体验新春氛围。

村晚市集现场，97个展位展出了来自北京、河北、内蒙古、西藏、贵州等17个省(区、市)45个市(县)的600多种地方特色产品以及中央广播电视总台、央视网、国家公共文化云采超市推出的文创产品，为各地乡村优品搭建了进京展示推介平台，也为市民游客提供了一个内容丰富、好玩好逛的新春市集。

“大家排好队，不要挤，每人都有份。”在中央广播电视总台文创展位前，挤满了想要购买龙年文创产品的市民游客，龙年玩偶、龙形帽子颇受游客青睐。“你瞧这龙年的小帽子，有黄色的，有红色的，戴上可真喜庆呀。”三间房村村民张大爷买了两个龙形帽子，想要带回去送给自己的孙子、孙女。

除了龙年文创产品，村晚市集还荟萃了贵州三穗竹编、芜湖铁画、丰宁满族剪纸窗花、满族刺绣、鸡西版画、“塞上宝盒”系列景泰蓝等具有地方特

色的手工艺品，也备受消费者欢迎。

过大年，赶大集，当然离不开美食。村晚市集上为市民游客带来了种类丰富的地方特色美食，比如浙江缙云烧饼、南京雨花茶、湖北嘉鱼莲藕、赣南脐橙、恩施腊肉、贵州赫章可乐猪肉、张掖炒拨拉、五常大米、齐齐哈尔龙江和牛等，让人垂涎欲滴。

“我们一天大约能做出2000个烧饼，比我们平常的单日销售量高出4倍左右。”浙江丽水缙云烧饼展位负责人说，他希望借助村晚市集这个平台，与更多地区建立新的合作渠道。

张掖市文化广电和旅游局组织了全市各县区24件文创产品、30余种张掖特色农产品以及非遗美食——山丹炒拨拉来参加此次活动。“我们带来了滨河九粮九轮酿造产品、民乐紫皮大蒜、祁尔康鹿系列产品、金南瓜系列产品等，希望进一步提升张掖文创产品、农特产品的知名度和影响力，同时吸引更多游客走进张掖品尝当地美食、感受民俗风情”张掖市文化广电和旅游局工作人员说。

据了解，村晚市集期间，现场平均每天客流量约1.5万人，累计客流量超过10万人次，现场成交金额达393万元。

活动期间，央视网、国家公共文化云平台还联合推出了首届村晚市集直播带看活动。央视网主持人李霞和乡村网红赖家益组成直播带看团，深入村晚市集各个展位，通过沉浸式探访、体验、品鉴、互动访谈等方式，面向全



村晚市集上的“如意甘肃 彩虹张掖”展位

国网友直播推介市集上展销的各地特产、美食、民俗、手工艺品及旅游线路等。村晚市集各个展位负责人也纷纷成为推荐官，为家乡代言拉票加分。据统计，首届村晚市集直播节目线上观看量突破1200万人次。

此外，村晚市集现场还设立了3个乡村网红直播间，邀请乡村网红为村晚市集展销的乡村好物开展公益直播带货服务，共组织好物推荐和直播带货36场，总观看量达360万人次，线上成交额达110万元。

网络直播展现了各地浓厚的乡土气息、朴素的民俗民风，营造出喜庆欢腾的热烈氛围。“过大年，看村晚、逛市

集，年味更浓了”“村晚市集直播，浓烟火气中感受到了‘龙年’年味。”网友们纷纷在评论区互动留言，十分热闹。

村晚市集举办期间，主办方还向市民游客免费赠送了全国农民画优秀作品展、福字，邀请中国书法家协会多名书法家现场为市民游客定制春联、送福到家。评书《孙悟空三盗芭蕉扇》《买猴》《巧劫狱》，快板《张雨煮海》《千锤百炼》，还有京剧、歌曲、舞蹈等缤纷多彩的文艺节目也在村晚市集喜庆上演，共有710人次演员表演了80余个精彩节目，现场吸引观众约3万人次，营造出喜庆祥和的节日氛围。



博物馆文创展 走进地坛公园

近日，“龙年游园博物馆文创展”在北京地坛公园举办。故宫文创、敦煌研究院文创、山东省博物馆文创等来自全国各地博物馆和文物研究机构的精美文创产品集中亮相，受到游客欢迎。展览上，以生肖“龙”和传统春节民俗为特色的文创产品格外受宠，吸引市民游客选购。

本报记者 陈晨 摄

讲好地方故事 太原打造山西特产中心

□ 王文华

前不久，位于山西省太原市太原食品街的山西特产中心开业运营，为游客又增添了一处在山西选购特产、体验文化的好去处。开业当天，太原市文化和旅游局的工作人员在太原火车站、武馆机场向市民游客发放“银票”，邀请大家前往山西特产中心领取装有老陈醋、平遥牛肉等伴手礼的新春福袋。

“山西特产中心是太原市委、市政府的重点工程项目，对于打造山西特色品牌，激发太原消费潜力，带动和传承山西地域特色文化，助力太原建设国家区域中心城市具有重要意义。”太原市商务局党组成员、二级调研员夏文武说。

“太好了，这个‘银票’还可以收藏。我想问一下，在哪里能吃上当地正宗的特色美食。比方说山西过油肉，我们大同也有，就想尝尝大同、太原两地的过油肉有什么区别。”来自大同的张女士和爱人坐动车来太原旅游，领上“银票”后向工作人员打听起去哪里能吃上正宗的当地美食。

太原市刘先生一下火车就看到身穿古装的太原市文化和旅游局工作人员，他领取“银票”后高兴地说：“一回家就受到了热情接待，真高兴。我回家第一件事就是吃一碗焖面，浇上三圈醋。”

为了欢迎“回家”的市民游客，太原市文化和旅游局准备了3000张“银票”。“银票”正面仿照清朝晋商在各地流通的“兑换银票”体例设计，体现了晋商文化；“银票”背面介绍了太原迎新春主题旅游线路，标明了新春伴手礼福袋的领取信息。

太原市文化和旅游局党组成员、三级调研员张建斌介绍：“我们在机场、火车站集中发放‘银票’，就是想让游客一下车就感受到山西人民的热情好客，同时也让大家到山西特产中心领取伴手礼，了解山西的特色好物。”

山西特产中心地处太原食品街繁华地段，面积2800多平方米，整体设计古色古香，传递着浓郁的山西传统文脉。这个中心汇集了山西11个市百余家企业的1500多种优质特产、手工艺品及非遗文创等山西特色好物。

在山西特产中心大厅，运用LED技术打造出的璀璨星空顶，模拟真实的星空色彩和光影变化，让人仿佛置身于浩瀚的宇宙之中；整个展厅由红彤彤的剪纸作品装饰，充满了节日的喜庆氛围。大门正对面，通过4D全息投影技术呈现出逼真的三维立体效果，游客可沉浸式体验晋祠、五台山、壶口瀑布、云冈石窟等山西好风光。春节期间，进店购物的市民游客络绎不绝，纷纷采购称心的年货特产。

太原市商务局商贸发展科科长胡晋徽介绍：“我们在山西特产中心设计制作了晋商文化打卡墙、老字号文化墙等时尚打卡点，希望吸引更多的年轻人来此体验消费。”

在产品布局方面，山西特产中心结合全省特产区域性、多样性，划分了11个地市展厅以及一个广西友谊展厅，展陈有山西老陈醋、平遥牛肉、太谷饼等特色产品，阳城法器、平遥推光漆器、绛州澄泥砚等非遗文创以及运城青铜、应县陶瓷、祁县玻璃制品等手工艺品。

山西特产中心还设置了互动体验区，游客可以动手体验剪纸、糖人等传统手工艺；品尝碗托、平遥牛肉等山西小吃。胡晋徽说：“我们通过传统工艺和产品生产过程的展示，地方历史文化和民俗风情的介绍，城市品牌和旅游宣传片的播放等方式，让大家在轻松愉快的氛围中深入了解山西。”

夏文武说：“作为一个泛业态的商业空间，山西特产中心融合产品陈列、产品销售、网红打卡、非遗体验、策展布展、民俗文化研学活动、品牌合作等多种功能于一体。这个中心一方面可以让更多人一站式了解、购买山西丰富的特产，帮助产品生产商拓展销售渠道，提升销售转化率；另一方面，还

兼具文化传播和旅游集散功能，通过展示山西的历史文化和传统工艺，不断提升山西的知名度和美誉度。”

山西特产中心还引入了直播带货模式，通过多社交媒体平台，建立起线上线下媒体矩阵，让产品讲故事、让故事走出去。

为了给游客提供全方位、高品质的旅游体验，太原市文化和旅游局、市商务局联合推出了“铜锣湾一柳巷一钟鼓楼一食品街一山西特产中心一晋商博物院”“锦绣太原城一山西大学堂旧址一太原文庙(山西考古博物馆)一崇善寺一晋商博物院一山西特产中心”等多条精品旅游线路，努力推动山西特产中心成为新的旅游集散地和网红打卡地。

山西特产中心运营方工作人员王义明介绍，未来，中心会不定期举办庙会、灯会等民俗活动，开展演出、展览等文化体验。

夏文武介绍，下一步，山西特产中心将以打造山西特产公共品牌、构建展销全产业链条为宗旨，以实现畅销路、扬文化、强合作、塑品牌为目的，围绕“产品聚集、平台营销、品质提升、品牌建设”来激发动能、拓展空间、提升价值，推动山西特产提档升级、做强做优，让山西特产中心成为山西特产对外展示和辐射的窗口。

海南好物正当潮

□ 王赵淘

逛一条街即可将海南特色旅游商品一网打尽，这是什么体验？自2月2日开始，由海南省旅游和文化广电体育厅、海南省商务厅共同主办，为期一个月的2024年首届海南旅游商品好物节在海口骑楼老街热闹开集。

近百个品牌、600多款、10万余件旅游商品……为充满传统年味的骑楼老街增添了不少时尚潮流感，不仅开启了一场海南旅游商品消费盛宴，也搭建起了一条让海南旅游商品通往全国的“快车道”，掀起了一股“海货潮”。

赛事持续举办活力

旅游商品作为旅游购物的重要内容，是延伸旅游产业链、扩大旅游消费、推动旅游业提质增效的有效途径。发展旅游商品是海南拓展旅游消费新空间新场景、扩大旅游购物消费的一项重要工作。近年来，海南旅游商品产业健康成长，在各项国家级旅游商品赛事中屡获佳绩，从2015年首次参加国家级旅游商品赛事至今，海南旅游商品累计获得金奖55个、银奖80个、铜奖93个，获奖总数在全国名列前茅。海南旅游商品影响力不断扩大，销量不断提升，据统计，2023年“海南礼物”旅游商品平台全年实现销售额约1.82亿元，同比上升160%，较2019年上升198%，创造历史最好成绩。

浓郁的椰汁与清香的斑斓组成“CP”，经典醇厚的黑咖啡余味悠长，非遗混搭现代时尚焕发新的活力，传统的椰雕产品呈现更多实用的开发……在2023年年底举办的海南省第八届旅游商品大赛中，这些琳琅满目的“海南礼物”让人们看到海南传统文化和自然资源的鲜活生命力。

没想到护肤品也有这么多椰子做的，椰油膏、椰油霜、椰子凝胶等，品种好丰富啊，这些护肤品闻起来一股椰子香味，都想让人吃一口了！”来自东北的游客张女士买了一大袋老香堂品牌海南椰子系列护肤品。她说，“我们那里冬季干燥寒冷，用这个又香又润的，买回去当礼物送亲友再合适不过啦！”

“南洋骑楼、穹顶彩窗、留声机、老钢琴、琼式老藤椅……伴着三足琉璃杯、品一杯清澈的琥珀茶饮，鹧鸪茶在唇齿留香，将传统与时尚感拉满。”在骑楼老街百年尚南堂品牌茶店，来自上海的游客苏小姐说“这个氛围老灵额！”

“我这次买的是锦绣织贝的围巾和南海博物馆的长书签，准备分别送给我的妈妈和老师，因为我本身非常喜欢海南黎锦的独特花纹和质感，还有就是我发现它们都入选了海南100件最爱伴手礼，我觉得来海南就应该把这样信得过的好产品带回去！”来自西安的研二学生刘浩说。

“我一眼就看见展台上并排‘晒太阳’的点心们——两颗戴着墨镜、正在沐浴海南温暖阳光的‘小芒果’和‘小凤梨’酥饼。它们既有海南特色，又非常有喜感！”来自山东的游客林小姐说，这款滋滋记·小假岛日缤纷酥饼礼盒非常受欢迎，有很多游客排队购买。

除了年轻人喜欢的创意产品之外，在爆款展区的“销量明星”里，2016年以来销售额超13亿元的南国椰奶系列商品，100秒卖出280万元的香堂椰油膏，还有普莱赞·黑巧克力、春光·椰香酥卷、椰语堂·椰奶清凉等多款超千万元销售额的旅游商品一直受到市民游客的追捧。

蓝图已绘构筑大舞台

中国旅游协会旅游商品与装备分会秘书长、中国旅游商品大赛专家组组长陈斌总结，第八届海南省旅游商品大赛的参赛商品呈现了四个亮点：一是设计精美，令人过目难忘；二是制作精良，使用体验极佳；三是特色鲜明，海南代表性元素突出；四是参赛企业多，参与热情高涨，创新研发的商品层出不穷。

“海南省旅游商品大赛经过多年打造，已经成为海南旅游行业具有较大影响力的品牌赛事，推动了海南旅游商品在新技术、新材料、新创意、新设计、新技术、新应用、新工艺等方面的发展。”海南省旅游和文化广电体育厅二级巡视员李勇介绍，参赛企业结合本地特产，深挖地域文化，推出一批又一批受到市民游客喜爱的旅游商品，成为讲好海南故事、展示海南旅游形象的绝佳载体。

潮礼不断升级受青睐

“两件骑楼歌碧欧和白咖啡我已经付钱啦！”“这个椰格格铃铛包麻烦给我看一下！”大赛刚落幕，展销就跟上。这个龙年春节，在2024年首届海南旅游商品好物节上，主办方专门设置了海南旅游商品展示销售中心，精选了海南100件最爱伴手礼、国家级旅游商品大赛海南获奖商品、海南爆款旅游商品、海南东坡文创商品等丰富好物。“将海南旅游商品发展成果这么全面集中展示，尚属首次。”海南省旅游商品与装备协会会长吴忠健说。

“以前只知道海南有椰子食品，

虽然海南旅游商品已经有了长足进步，但依旧存在旅游商品产业规模小、销售分散不方便游客集中购买、不能实现旅游资源共享等短板。

“厦门、北京、丽江、成都等旅游城市，都有较为知名的旅游购物街区，游客可集中购买当地的‘网红’产品。这次海南在海口骑楼老街这样的‘网红’街区举办好物节是一个好的开端，对于单打独斗的企业来说，是期盼已久的愿望，而且这样一站式的商品购物街区，还能成为海南旅游的地方名片，吸引更多消费者前来打卡。”海南省旅游商品与装备协会副会长兼秘书长杨明哲说。

“海南举办好物节，不仅是给市民游客的福利，对于我们商家来说也非常有益。Dao19物产馆是回到海南19个市县的乡村，专注海南农产品开发的返乡创业青年一起创办的。我们就是想把海南本土有魅力、受欢迎的农产品以及深加工的产品，带到好物节这样的平台，在骑楼老街这样的场景中去跟消费者‘约会’，让更多的人知道、爱上海南特有的农产品！”Dao19物产馆发起人陈统富介绍。

海南省旅游和文化广电体育厅厅长陈铁军介绍，下一步，海南将按照《海南旅游业高质量发展三年行动计划》，进一步丰富发展购物旅游形态，丰富品类；扶持一批旅游商品龙头企业 and 品牌运营企业，建设一批“四位一体”的旅游商品基地和购物场所，切实发挥购物旅游带动作用，促进广大农户、中小微企业共同富裕。



市民游客踊跃购买海南旅游商品 海南省旅游和文化广电体育厅 供图