

地域性表达、O2O 销售、大赛推动、政策助力 文旅流量激活文创“一池春水”

随着泉州旅游大热,城市纪念品、国潮手办、非遗工艺品等文创产品的设计、制作也迎来了升级热潮。游客对产品爱不释手,热衷于把“世遗泉州”带回家。热爱城市IP的泉州文创工作者将本地特色元素融入产品设计,创新销售模式和渠道,为相关产业注入活力。政府部门则通过政策支持、组织大赛等举措,进一步拓宽文创发展之路。

□融媒体记者 魏靖琳/文 受访者/供图

特色文创产品 把泉州刻进游客记忆

东西塔日历、惠安女公仔、世遗点小夜灯、融入泉州元素的冰箱贴、生肖伴手礼等特色文创产品正日益受到游客的喜爱。在中心市区西街、中山路的文创店,来自上海的于小姐对这些琳琅满目的文创产品情有独钟,“太有创意了,这些文创产品让我把泉州的世遗和非遗都带回家。”

在花巷,一家文创店的老板娘小陈表示,这两年泉州文创产品的销售情况越来越好,“我们店里高峰期,一天可以卖出价值上万元的产品。”

谈及文创产品的发展形势,已在该领域深耕9年的鲤物文创品牌创始人黄跃昆认为,文创如漫天繁花盛开,想要吸引消费者,就必须拿出能代表这座城市文化的产品。“比如,游客到泉州旅游,购买了陶瓷艺术品。在此后的岁月里,这个艺术品能让他不断想起泉州这座城市。”

“抓住文旅机遇,打造世遗城市礼物。”泉州礼好公司负责人郭月琼说,要想让游客热捧文创产品,就应当设计出泉州专属的文创。比如,文创产品“月下簪花”,是将泉州蟳埔女习俗和“中国白”德化瓷相结合,以“非遗、传承、创新”作为设计出发点。

“文创产品销售量暴增,这两年,像泉州府、鱼里风物、乐城之旅、西街游客中心等文创企业和平台的销售量每年春节都在翻倍。”市文旅局资源开发科工作人员介绍。



香薰挂件

资讯

前两月赴泰外国游客同比增长五成

中国游客数量 居首位

泰国旅游与体育部近日公布外国游客赴泰国旅游统计数据,今年前两个月入境泰国的外国游客达638万人次,较去年同期增长50%。

据统计,赴泰国的外国游客中,中国游客数量达118万人次,居首位,其次分别为马来西亚、俄罗斯、韩国和印度。

泰国旅游与体育部预计外国游客入境数量将继续增加,主要得益于如下因素:泰中签署两国永久互免签证协议,大大增强了游客的信心,提高旅行便利性;泰国航空公司增加航班数量等。(中新)



小摆件展示狮文化

设计销售合力 文创人员拓展广阔市场

据不完全统计,目前有160多个民间年轻文创团队在古城创业,为相关产业注入新鲜血液。泉州文创兴起,背后是文创从业人员的努力。

李诗芸是土生土长的泉州人,在古城文化的浸润下,作为中国美术家协会会员的她找到灵感,研发了不少文创产品。她设计的“海撩惠女兔”大受欢迎,她表示,“当时,是以惠安女的头巾作为创作元素,这是惠安女传统服饰与现代文化的一次碰触。事实证明,将传统文化与现代生活融合的文创设计,最动人心。”

从一个人到一个团队,从灵感产

生到图纸设计,从产品生产到销售,郭月琼在不断探索文创企业发展模式。“让好的产品走出去,才是关键。此前,我们专注线上,如今,泉州文旅的蓬勃发展,让我们同时大力开发线下销售渠道,更多应用O2O模式(online to offline,即线上线下销售相结合)。”

黄跃昆介绍说,“我们因为热爱,所以选择文创。如何把这个热爱的事业做大做强,是一个课题。直播带货,是我们探索文创市场开发的另一个出口,在直播间中,消费者对大部分产品的喜爱,是对我们努力的肯定,也是对泉州文旅产品的肯定。”

景点景区的实体店、游客服务中心等是地域文创重要的日常销售渠道。“我们把销售网点集中在这些地方,让产品有机会直面游客。游客了解泉州文化,才能把泉州文化传播出去。”意形社的主理人林夏莲认为,“文旅市场需要好的文创产品,需要具有地方独特文化属性、产业属性,且符合消费市场差异化的好产品。在如今扫一扫就能识图购买、新媒体大众分享的年代,好的产品自己会说话。所以,我认为文创的核心是产品。当然,在经营好实体店的同时,也要充分利用电商、直播平台等销售渠道。”

大赛推动文创升级 总体水平全国领先

近年来,泉州开启了一种新尝试,通过大赛推动文创升级,让世遗之城的历史文化积淀凝聚成一个精巧大方的城市礼物、一件件实用的生活物品,通过科学利用、商业转化的方式实现世界遗产保护与传承,推动“世遗泉州”从城市名片到城市礼物的转化。

去年4月,由中共泉州市委宣传部、泉州晚报社联合主办的“世遗泉州”城市礼物设计大赛、“福狮”文创设计大赛两项比赛汇聚了来自全国各地高校、企业和独立设计师的顶尖创意。大赛产品融合泉州非遗、美

食、民俗和闽南古建筑等特色文化元素进行创意设计,进而转化为茶具、文具、灯具、伞具、国潮手办、食品包装、挂饰和摆件等生活、工作和学习所需的各种产品形态,风格鲜明、种类丰富。

“我感到泉州文创产品的总体水平,在全国还是比较领先的。”这两项大赛的终审专家、中国美术学院教授范凯鼎曾多次担任国内其他城市礼物设计大赛评委。他表示,泉州是我国罕见的以城市命名世界遗产的地方,“福狮”文化也枝繁叶茂,大赛的作品很好地展现出这两个特色。

正在进行中的2024晋江市国际文创设计大赛鼓励设计师们结合晋江产业特色与文旅消费场景,注重作品的落地可能与商业转化,以设计为城市发声,以创意为城市代言。

通过这些大赛,一批批代表城市的文创设计被创作出来,助力文旅提升发展。“我在这些产品中看到了泉州的历史、建筑、宗教、民俗、语言,还有烟火气十足的市民生活。”来泉游客吴先生说,一件件构思巧妙的文创作品,让他可以很直观地看见和品味泉州这座世遗之城的历史底蕴、文化内涵和城市味道。



颇具泉州特色的小夜灯



泉州的世遗点、刺桐花都是文创的热门元素



蟳埔女与“月下簪花”玩偶



文创日历也有泉州元素

文娱旅游或将引领消费新风尚

龙年春节假期,创历史新高的4.74亿出游人次让大好河山尽显动感。展望2024,文旅行业又将呈现哪些新趋势?

近日,全国工商联旅游业商会会长吉小冬接受新华网采访时表示,过去一年,中国旅游业跑出了复苏加速度,成为中国经济韧性强、潜力大、活力足的生动体现。新的一年,随着中国出入境旅游快速恢复,旅游业将凭借其广泛的带动作用,为提振消费和丰富人民幸福生活提供更好的动力。

文娱旅游将成新的消费增长点

2023年以来,各地把旅游作为扩大内需、提振消费的重要产业,出台支持政

策,推出惠民措施,开展丰富活动,旅游消费强劲复苏,展现出蓬勃生机。

旅游行业在复苏的同时,呈现出“旅游生活化”“目的地重塑”“住着玩兴起”等新趋势。在吉小冬看来,现阶段旅游休闲与生活服务的边界逐渐模糊。“游客不再只是逛景点,而是希望能像本地人一样获取日常生活体验。尤其是年轻人喜欢逛菜市场、海鲜市场、农贸市场、早集等,感受当地特色文化。”

“展望2024年,更多的‘诗和远方’值得追寻。”吉小冬说,去年的中央经济工作会议提出积极培育文娱旅游等新的消费增长点,意味着未来一段时间文旅发展的新方向。文娱旅游将很可能是2024年文

旅行业的新亮点、热点。文化、娱乐和旅游深度融合,将为大家带来更多元化、个性化的旅游体验,同时也为经济发展注入新的活力。

“为了提升游客的项目体验和服务品质,文旅业需要进一步与互联网、新兴科技及金融领域相融合,以科技创新为手段赋能产业发展,增强新动能。”吉小冬说。

康养文旅发展潜力巨大

在国家和地方政策的大力支持下,康养文旅在市场需求、产业规模、产品和服务创新、品牌建设和产业链条等方面都取得了显著的进步,成为经济增长的新动力。

吉小冬说,在康养文旅的未来发展中,要将健康、养生、文化、旅游深度融合,让人们在享受美好风景的同时,也能感受到身心愉悦、文化熏陶和自然生态带来的无尽魅力。

“‘康养文旅’的发展需以一系列优质项目为支撑。”吉小冬说,要深度融合乡村振兴、生物多样性、医疗健康等领域的资源优势,打造行业典范项目,吸引更多企业共同参与。全国工商联旅游业商会在2023年12月成立了商会康养文旅产业分会,探索康养与文旅产业的融合之道,完善产业链结构,丰富多元化供给,改善服务质量,推进“药、医、养、游”融合发展。(来源:新华网)