

激发文创产品消费活力

薛林

市场瞭望

党的二十大报告提出,要繁荣发展文化事业和文化产业,坚持以人民为中心的创作导向,推出更多增强人民精神力量的优秀作品,健全现代公共文化服务体系,实施重大文化产业项目带动战略。这为我们在新时代新征程做好文创产业提供了根本遵循和行动指南。

党的十八大以来,我国文创产品遍地开花、蓬勃发展,贯穿经济社会各领域各行业,呈现多向交互融合态势。仅2020年,全国博物馆文创产品开发种类就达12.4万种,实际收入超11亿元。文创口红、雪糕、朝珠耳机、考古盲盒、萌宠玩偶的出圈出彩,使文物“活”起来,让文物文化以看得见、摸得着、用得着的方式走进百姓、融入生活,拉动了消费、带动了经济。迈上新征程,经济高速增长、物质条件显著改善、民众素质和精神文化需求不断提升,驶入快车道的文创产品必将迎来爆发式发展。

创新体制机制。博物馆、纪念馆、图书

党的二十大为文化事业和文化产业发展指明了方向,文创产品也将迎

来广阔的发展空间。要进一步做好文创产品体制机制、开发模式、灵感创意、销售管理和保护知识产权等方面工作,推动文创产业高质量发展。

馆、文化馆等文化机构作为文创产品研发的主阵地和主力军,需要上下联动同向发力,敢为人先、创新突破,摒弃简单复制、粗放经营的纪念品类老套思路,探索走出一条既彰显地域文化特色又能为公众提供更多更好文创产品的发展之路。

拓展开发模式。当前,经济发达地区文创产品开发渐入正轨,但市县基层文化机构尤其是经济欠发达地区仍处于探索起步阶段。可采用“总分”模式,即以综合文化机构为龙头,县区文化机构为支撑,成立公司或寻求名企、名品及当地优质企业开展合作,共享文创资源,集团化运营、集约式发展,聚集力

量、提升影响、扩容效益,实现以大带小、区域协同。

激发创意灵感。消费者对于文创产品的热衷,不仅仅是基于产品本身的使用价值,更重要的是对其背后所承载的中国精神、中国价值、中国力量的认同和共鸣。要在充分研究阐释的基础上,提炼价值精髓、突出地域特色、注入时尚元素,以走心设计、舒服色彩、优质材料、科技手段和品控管理,提升实用性、体验性、现代性和附加值,打造精品名牌,融入现代生活,让中华文化焕发新时代光彩。

做好营销管理。一方面,在文化文博单位和重要商圈开设文创商店,并结合文物展

览、图书展销、传统民俗、重要节庆等设置临时商铺配套销售。另一方面,做好实体店面与网络商店、直播销售、新媒体平台推介相结合,不仅要扩大文旅耦合效应,让消费者在观光旅游、休闲度假的同时“吃进文化”“带走文化”,更要跨出当地当时的旅游市场小圈子,扩大基础消费群体,走向更为广阔的文化大市场。

保护知识产权。面对诉讼难、获赔少,“山寨”盗版屡禁不止等问题。需要内外环境双重净化。外环境净化,就是要加快健全文创产品相关知识产权制度,加大行政保护、司法保护、行业监管、普法宣传、侵权赔偿及全链条打击力度,营造良好发展氛围。内环境净化,就是文创企业和机构要统筹内控制度、生产环节、经营活动、技术手段等各个环节,降低被侵权的风险和成本。

文创产业增效经济发展,消费繁荣提振文创信心。要顺应文创产业化和产业文化化发展趋势,加快发展新型文化业态,改造提升传统文化业态,让中华优秀传统文化在新时代激活生命力、彰显新魅力、展现新担当,全面开拓经济发展“新蓝海”。



上海消费者选购西藏特色产品。(资料图片)

青稞面、青稞酒、青稞翰林酥、青稞植物奶、青稞拿铁……11月6日,在上海联合大厦举行的“藏品入沪”选品品鉴会上,来自雪域高原的青稞让消费者们大开眼界。

“原来,青稞可以做出这么多产品,每一种的口感还都不错,真是令人惊叹!”一边观看青稞翰林酥制作技艺,一边品尝着青稞产品的上海消费者周大雷说,满嘴都是青稞的香味,仿佛置身雪域高原。

以前,周大雷也曾买过诸如青稞面等西藏特色产品,对青稞并不陌生,但是见到并品尝到如此丰富的青稞产品还是第一次。不只是青稞产品,牦牛肉干、低氘小分子矿泉水……来自西藏的近百种农特产品让他目不暇接。在试吃一番后,他代表公司采购了20多万元的西藏产品。

“这些产品口味正宗,口感也是大众能接受的,有的还挺美味,发给员工让他们也感受一下来自西藏的独特风味。”周大雷说,西藏的生态环境优良,出产的产品品质好,值得消费。

为了打造出消费者满意的好产品,2012年以来,西藏立足资源禀赋,累计落实各类特色产业基础设施建设资金168.28亿元,建设了青稞、牦牛、藏羊等10个高原特色农畜产品基地。“西藏青稞”成为西藏发布的第一个农牧业区域公用品牌。目前,西藏拥有中国驰名商标5个,绿色食品、有机食品和地理标志产品等农产品总数达到1150个,是2012年的7.5倍,有效增强了农畜产品市场竞争力。

以上海对口支援的西藏日喀则市为例,通过大力发展净土健康产业,充分发挥青藏高原水、空气、土壤、人文环境“四不污染”的独特优势,日喀则不断挖掘具有民族化、区域化、人文特色的产品,并在援藏帮扶下,将它们销售到了上海市场。过去3年里,上海市第九批援藏干部利用“10个直营店、20个生活馆、100个专柜”的网络布局,帮助日喀则22家企业近50种特色产品打入上海市场,萨迦八思巴藏香等19款产品被评为上海首批“百县百品”特色产品。上海消费者对西藏产品的认识逐步加深,消费热情高涨。仅本次“藏品入沪”活动现场,西藏企业与上海采购商就达成了近百万元的采购协议。

上海第十批援藏联络组领队、日喀则市委副书记、常务副市长彭一浩介绍,现在,有机青稞、珠峰牛羊、唐卡藏毯、天然饮用水等特色产品在上海深入人心,广受欢迎。家住上海市杨浦区的孙翠华在品尝过西藏牦牛肉干等产品后,对西藏味道情有独钟,时不时就在网上购买西藏特色产品。“我特别喜欢吃西藏的牦牛肉干,香味浓郁,特有嚼劲。要是在上海就能买到多好。”孙翠华说,网购从西藏发货的话等待的时间比较长,从其他城市发货比较快但是又担心不地道。

如今,在西藏自治区政府驻上海办事处和上海第十批援藏干部人才联络组共同努力下,“西藏特色产品消费帮扶体验馆”落户上海,将把上海大市场、大流通、大平台优势与西藏资源禀赋优势更加紧密地结合起来,让更多消费者了解西藏特色产品,推动产销对接。西藏自治区政府驻上海办事处党组书记、主任杨中华表示,下一步他们将积极协调更多西藏优质农产品走进上海消费市场。

听到这个消息后,孙翠华十分激动,她想经常买到正宗西藏特色产品的愿望得以实现。

“前几年,我想买西藏新鲜的牛羊内,没找到合适的人拼单没买成,现在上海就有店了,买东西方便多了,品质也有保证。”孙翠华表示,以后会常常光顾西藏特色产品消费体验馆。

另一位上海消费者杨志军对记者说:“‘藏品入沪’活动和西藏特色产品消费帮扶体验馆搭建了上海消费者购买西藏优质产品的平台,希望西藏各级部门能更好地支持这个平台做大做强,让更多上海消费者便捷地买到优质的西藏特色产品,同时,反哺西藏特色产业发展,带动参与的农牧民增收。”

本版编辑 常理 美编 倪梦婷

海南做足做好热带农产品产销对接——

小众水果走上百姓餐桌

本报记者 王伟

地道风物

“我是第一次来摘红毛丹。红毛丹不仅好吃而且好看,一个个挂在树上像一串串红色的灯笼。”在海南省保亭黎族苗族自治县的红毛丹果园里,河南游客李逸阳告诉记者。

“保亭红毛丹”是海南省保亭黎族苗族自治县特产,也是国家农产品地理标志产品。保亭年平均气温在20.7℃到24.5℃之间,独特的地理气候条件造就了保亭出产的红毛丹外观鲜艳、清甜可口。前不久,首届“保亭拾光·当红不让”红毛丹主题文化节举办,不少市民游客慕名而来,让红毛丹这个小众的水果品种走进大众视野,给消费者留下了深刻印象。

佳果芳馨

对于山多田少的保亭而言,特色和高效无疑是发展农业的现实路径。“保亭依托稀缺的热带农业资源,做足‘季节差、名特优’文章,打出了一张张热带特色高效农业王牌。‘保亭柒鲜’声名在外,而保亭柒鲜鲜当,当数红毛丹。”保亭黎族苗族自治县县委书记穆克瑞表示,红毛丹年总产值已突破4亿元,是保亭特色农业的一张王牌。

保亭地处北纬18度,属热带季风气候区,年降雨量达1800毫米到2300毫米,长夏无冬,热量充沛,是发展热带特色高效农业的天堂,同时也是海南省“大三亚”旅游经济圈市县。这里出产的红毛丹鲜甜多汁,“似甘露凝冰,如脂浓芳馨”正是对红毛丹的真实写照。

目前,世界上栽种红毛丹面积最大的是泰国,其次是马来西亚、斯里兰卡、柬埔寨等地,而中国能种植红毛丹的地方只有海南。

“红毛丹珍稀少有,不易种植,经过60多年的培育,红毛丹终于在保亭这片土地上枝繁叶茂。目前拥有保研2号、4号、5号、7号等多个品种,种植面积从当初的400亩扩大到3万亩,成为全国种植红毛丹面积最大的地区。”保亭黎族苗族自治县农业农村局副局长陈振华说,保亭红毛丹品种丰富、品质上乘,颗颗剔透,甘甜多汁,风味极佳。

在京东购物平台,保亭红毛丹的好评率很高。在中国特产·祥符馆,保亭7号红毛丹礼盒3斤装价格为98元,好评率达到97%。不少消费者在评价区留言:“红毛丹很新鲜,香甜可口,很不错,下次还来买。”“太好吃了,超级新鲜,果实又大又甜。”

“红毛丹含有丰富的维生素、氨基酸、碳水化合物和多种矿物质,脆甜可口,我和家里的小朋友都非常喜欢吃,可以说是红毛丹的忠实粉丝。”北京市丰台区居民张颖说,“每年我都会多次回购海南的保亭红毛丹。”

产旅融合

《海南自由贸易港建设总体方案》提出,要发挥国家南繁科研育种基地优势,建设全球热带农业中心和全球动植物种质资源引进中转基地。

保亭不断拓宽产业链条,推动以红毛丹为代表的特色农业以及全域旅游等产业提



左图 晶莹剔透的红毛丹果肉。(资料图片)

下图 商场售卖的红毛丹商品。(资料图片)

质升级,持续为消费者提供更加丰富的消费体验。保亭红毛丹正在被打成海南省乃至全国的知名品牌。

从2012年到现在,保亭已成功举办了多届红毛丹相关的农旅活动。这些活动把景区、酒店、农家乐、乡村民宿、露营地和果园有机串联起来,丰富和促进了消费。如今,游客们行走在保亭的乡村田野间,有美景吃、有风景看、有产品买、有地方住,全景景、沉浸式感受吸引了越来越多的游客。中国科普作家协会会员杨晓洋建议:“可以通过创办水果节,打造水果主题旅游小镇、水果庄园等,开发出更多的特色旅游产品,打造出果蔬名片,更好地将海南果蔬推广出去。”

为促进文旅融合发展,保亭县不久前举办了红毛丹主题文化节,并启动了为期一个月的文旅活动。包括雨林时装周、红火露营等丰富多彩的活动。其中,在全民采摘月期间,保亭推出多条采摘路线,涵盖景区、温泉、酒店、农家乐和果园等特色文化元素,让休闲农业和乡村旅游更好地结合起来。

“通过这些活动,在原来红毛丹采摘季的基础上,注入更多的现代、国际元素,把保亭红毛丹推向全国,推向世界。”穆克瑞表示。

“在科研上,我们在充分利用省级红毛丹种质资源圃的基础上,推广新品种,保障红毛丹的品质更上一层楼;在规模上,我们将从现在的3万亩扩大到今后的5万亩种植面积。”保亭黎族苗族自治县农业农村局副局长林良表示,先进的技术可以赋能产业延伸,让保亭红毛丹合理扩种增产。

“为消费者提供更多更高质量的产品。”品牌中国战略规划院副秘书长周秋平认为,要在技术上突破红毛丹肉跟核的分离,突破树冠矮化等技术,达到优中更优。

拓展渠道

为了鼓励企业和农户种植红毛丹,保亭编制了《红毛丹产业发展专项规划(2016—2020)》,大力推进红毛丹产业发展,累计扶持452户农户种植红毛丹5574亩。同时,保亭还通过线上线下销售模式,拓宽农产品销售渠道。

每到红毛丹上市季节,保亭便会迎来客流量高峰,保亭山丹丹果园管理人员叶逢春说:“来旅游的人越来越多,我们很多村民都开了农家乐、民宿。大家的日子过得越来越红火。”

“我们合作社是最早在保亭成规模种植红毛丹的合作社之一。我们通过了高标准农业生产认证,种植过程无害。通过数据分析以及无人机作业,我们种的红毛丹在市场上非常受欢迎。”保亭什鹿岭农业种植专业合作社负责人符志魁说。

“红毛丹除了果实可以食用,树根、树皮也具有药用价值。种植户郭家英介绍:‘红毛丹的经济价值非常可观,目前的收购价格能卖到每斤10元,零售价格在20元到40元。除了鲜果食用,红毛丹植株的外表也很美观,可以作为园林观赏树木,这又给红毛丹涨了身价。’

“随着海南自由贸易港各项利好政策的推动,以热带蔬果、热带雨林、黎苗风情等乡村资源为依托,以保亭红毛丹作为‘一封甜蜜的邀请函’,我们邀请全国各地的消费者走进保亭,感受红毛丹别样的红色风情。我们也期待更多的热带特色蔬果装进消费者的‘购物车’,更多的农旅产品撬动本地旅游市场。”穆克瑞说。

