国潮引流

□ 本报记者 杨阳腾

第二十一届中国(深圳)国际文化产业博览交易会港澳台展区——

多元文化聚合出彩

风靡全球的香港潮流IP、独具魅力的澳门文化遗产、美味可口的台湾夜市小吃，作为展示我国文化产业最新成就的重要窗口和平台，第二十一届中国(深圳)国际文化产业博览交易会吸引了众多港澳台文化企业参展，让观众“一站式”饱览港澳台文化特色，助力港澳台展商开拓市场。

①

②

图①　游客在参观文博会文化产业综合展台湾主题馆。

图②　文博会粤港澳大湾区文化产业创新展香港馆内，观众正在购买潮玩产品。

图③　文博会粤港澳大湾区文化产业创新展澳门馆，表演人员正在演绎澳门舞蹈。　邹羽涵摄(中经视觉)

展现潮流新风貌

“哇，好可爱，我要和它合照”“这个潮玩装置我也有”……在本届文博会粤港澳大湾区文化产业创新展香港馆，由香港艺术家龙家升、王信明、毕奇打造的泡泡玛特旗下潮玩IP“拉布布(Labubu)”“茉莉(Molly)”“毕奇(Pucky)”装置被融入香港冰室场景，成为热门打卡地，显示出香港潮流文化的强大吸引力。

记者在香港馆看到，能体现香港潮流面貌的文化创意作品还有很多，如剪裁多样的牛仔裤、流光溢彩的首饰、充满巧思的餐具等。香港展馆总策展人司徒卫镛介绍，本届文博会香港馆由香港特别行政区政府文化体育及旅游局文化创意产业发展处主办，以“香港原来咁有型”为主题，设有四大展区，共有14家企业参展，涵盖香港电影、漫画、时装设计、艺术玩具、老字号品牌等多个领域。

作为东西方文明交汇的国际都会，香港始终是潮流文化的天然孵化场地。“创作者们积极将外来元素融入本地创作，形成中西合璧的潮流风格，成为亚洲多国城市效仿的潮流标杆。”司徒卫镛说，香港是一座充满“型格”的城市，这种“型格”不仅体现在独特的时尚个性上，更扎根于深厚的文化底蕴与自由宽松的创作环境中。

老字号保温壶品牌“骆驼牌”正是这种创新传承的生动例证。该品牌由香港唯一冷热水壶厂有限公司出品，从1940年创立至今，其保温壶以独特设计与优良性能成为香港家庭的必备品。唯一冷热水壶厂有限公司财务总监潘显宇介绍，“骆驼牌”在本届文博会上不仅带来了早期推出的融入上世纪经典纹样与传统文化元素的“花样年华系列”“香港系列”保温壶，更与香港插画师苏颂文、当代艺术家曹志豪联合首发“116系列”保温壶，该系列保温壶瓶体以现代黑白插画手法，勾勒出香港标志性建筑与市井烟火，用传统工艺与现代艺术的碰撞诠释了香港本土文化的创新表达。

在年轻品牌的探索中，潮流文化的创新边界同样被不断拓宽。“潮流应该是不断循环的，没有绝对的流行或过时。”首次随香港展团亮相文博会的服装品牌GOC Studio创办人刘嘉颖说，品牌自2014年创立至今，已在香港开设2家门店。针对当下快时尚产业为逐利而频繁推新导致衣物寿命缩短及资源浪费的现状，品牌坚持打造不分年龄性别、可传承的高品质耐用服装，致力于让每件衣物都能历久弥新。

非遗传统焕新颜

步入文博会粤港澳大湾区文化产业创新展澳门馆，身着鲜艳传统服饰的舞者正踏着轻盈的步伐，热情演绎着澳门舞蹈，热闹的氛围吸引了大批观众驻足拍照。澳门特别行政区政府文化局局长梁惠敏介绍，该舞蹈源自葡萄牙农村地区，是具有极强感染力的民族舞蹈，历经数百年岁月沉淀，并不断融入澳门本地文化特色，逐渐发展成为澳门舞蹈艺术，于2020年被列入澳门非物质文化遗产清单。

梁惠敏表示，多年来，中西文化在澳门不断碰撞融合，塑造了澳门独特的城市风貌，更孕育出丰富的非物质文化遗产。目前，澳门已有70个项目被列入非物质文化遗产清单，其中11项跻身国家级非物质文化遗产名录。今年适逢澳门历史城区申遗成功20周年，澳门文化局携“文化澳门”主题展区第20次亮相文博会，展览面积约400平方米，展示澳门文化遗产、文化演出、非遗技艺和创意文化产品。

龙须糖制作技艺就是澳门拥有的一项非物质文化遗产。在澳门馆非遗技艺展示区，只见澳门老字号“祐记龙须糖”传承人阮银钊正专注地揉、搓、扭、拉手中的麦芽糖团，不一会儿糖团便化作上千条纤细的糖丝。阮银钊介绍，他的父亲阮天佑于20世纪80年代在澳门创立“祐记龙须糖”。他长大后正式接过父亲的衣钵，不仅熟练掌握了龙须糖的传统制作技艺，还不断思考如何让这门非遗技艺走得更远。为此，他在保留传统制作技艺的基础上，大胆创新，推出了巧克力、榴莲、肉松等多种口味的龙须糖，让老手艺有了新变化。“我这次带着龙须糖制作技艺来参加文博会，一方面是希望让更多人认识这项澳门非遗；另一方面也想借此契机，探寻内地市场机遇，借助市场的蓬勃活力推动技艺传承。”阮银钊说。

在科技飞速发展的今天，前沿技术正为非遗注入新的生命力。文博会上，由澳门美高梅与导演张艺谋联合打造的驻场演出项目《澳门2049》得到展示。该演出分为8个节目，集中呈现了蒙古族呼麦、苗族古歌、京剧、昌黎地秧歌等8种非遗代表性项目。团队结合遥控编程机械臂、人工智能影像制作、仿生飞行器等高科技手段，让非遗与现代科技碰撞，为观众提供了领略中华文化的新视角。“自2024年12月15日首演以来，《澳门 2049》已完成百场演出，向世界展示了中华文化的魅力与活力。”澳门美高梅品牌策划高级副总裁廖颖琦表示。

乐享民俗情韵长

在文博会文化产业综合展台湾主题馆，人头攒动，热闹非凡，观众在视听交融间，感受两岸文化同根同源的深厚底蕴，跨越海峡的文化情缘在创意与烟火气中持续升温。

台湾展团此次共集结30余家优质厂商参展，以702平方米展区构建了“宝岛妈祖”主题形象馆与“厂商专区”双板块格局。其中，“宝岛妈祖”主题形象馆成为最大亮点。馆内不仅陈列了融合传统纹样的“鹿港花狮”文创，更通过庙口小吃市集、街头表演等场景，立体呈现对妈祖文化的现代演绎。

“妈祖文化作为联合国教科文组织认证的人类非物质文化遗产，在两岸交流中具有特殊意义。”台湾展团工作人员介绍，妈祖文化倡导心怀善念、量力而行的处世哲学，鼓励人们以踏实态度经营生活，更推崇“守望相助、共善共荣”的社会理念。这种融合传统底蕴与现代价值的文化表达，让两岸同胞跨越海峡阻隔，在共同的精神信仰中找到情感共鸣，成为维系两岸情谊的重要纽带。

在台湾朋朋狗手作社创始人黄嘉文的手中，妈祖文化“爱与善”的精神内核化作了温暖人心的艺术表达。黄嘉文表示，退休后因养宠物萌生创作灵感的他，以动物为原型，以纯羊毛线为媒，潜心钻研毛线修剪工艺。多年来，他不仅将技艺打磨得炉火纯青，更将创作心得与修剪技法整理成册出版发行，让更多人得以领略这项手工艺术的独特魅力。“这是我第一次来到文博会现场，体验感很好。”黄嘉文说，文博会期间，朋朋狗手作社还特别设置了现场手作体验课程，观众报名后就能在专业指导下亲手修剪出可爱的动物造型，沉浸式体验手作带来的乐趣。目前，他已在台湾多地开设毛线球宠物制作课程，期待以后有机会把这份温暖的手艺带到大陆，让更多人感受手作传递的善意与美好。

台湾博士儿实业有限公司作为文博会10余届的“资深参与者”，此次携创意几何组教育玩具亮相。该公司总经理叶国义介绍，该系列玩具通过三角形、四边形、五边形、圆形齿轮等模块化组件，帮助儿童在拼搭、组合等操作中构建从平面图形到立体空间的数学认知体系，激发其空间想象力与创造力，实现教育性与趣味性的有机融合。

“文博会不仅是文化展示的窗口，更有助于企业持续深耕市场。”叶国义表示，这里汇聚了全国的行业资源与国际视野，公司通过展会曾找到了很多经销商与代理商，实现了文化产品与产业价值的双向输出。“期待本届展会能帮助我们链接更多优质资源，开拓更广阔的市场空间。”

③

筑牢“云端”防线

沈慧

小到一杯奶茶，大到一桶油、一袋面，随着消费习惯的变化，如今越来越多的消费者特别是年轻人将食品采购的阵地从线下转移到了线上。根据相关数据，2023年我国网购食品交易规模已突破万亿元，成为食品消费的重要增长点。然而伴随着行业高歌猛进，近年来网购食品安全问题日益凸显，不仅损害了消费者合法权益，也阻碍了行业健康有序发展。

从电子商务法到《网络食品安全违法行为查处办法》，再到《网络销售特殊食品安全合规指南》等，我国食品安全法律法规日渐完善。可网购食品安全问题依然不可忽视。以某品牌咖啡造假案为例，一份标价69元的冒牌咖啡粉，因原料低劣，实际成本只有五六元。暴利驱使下，一些不法分子铤而走险也就不足为怪。

与此同时，网络交易的特殊性以及监管的滞后性，也给不法商家提供了“可乘之机”。一方面，网络交易虚拟化、跨地域的特性，使得违法经营主体更易于隐藏；另一方面，由于交易链条涉及生产、仓储、物流、平台等多个环节，责任主体分散，容易形成监管盲区。而直播带货、社区团购等新兴业态的快速迭代，又让相对滞后的传统监管技术“有心无力”。多重因素相互叠加影响，滋长了不法商家的侥幸心理。此外，相较于违法所得，现行法律法规对食品违法行为的惩处力度不够，难以对不法分子形成足够威慑，也让其有了“顶风作案”的侥幸心理。

民以食为天，食以安为先。筑牢食品安全“云端防线”，加快构建“政府+企业+社会”的协同治理新格局，意义重大。市场监管、农业农村等部门要通力合作，加快构建智慧监管体系和跨部门监管协调机制，强化协同治理，缩小治理空窗与责任模糊地带。要将网络空间作为重点监管领域，督促相关平台严格落实主体责任；同时，加大对违法行为的打击、惩处力度，加强跨区域执法协作，形成监管合力，并积极运用信用监管等方法倒逼经营者主动规范行为。网络食品销售平台要积极履行社会责任，严格审核入驻商家的资质，加强对商品信息的审核管理，及时发现和处理违规行为。企业要诚信经营，守住食品安全底线。消费者也应提高自我保护意识，积极主动维权。

从线下到“云端”，变的是消费场景，不变的是安全底线。数字经济时代，推动食品产业高质量发展，不仅要让消费者买得方便，更要让其买得放心、吃得安心。这是行业健康发展的内在要求，也是满足人民对美好生活向往的应有之义。

入境游激发青岛文旅市场新动能

本报记者　刘　成

“我在网络上了解到，有了免签政策来中国旅游很方便。这是我第一次来青岛，希望以后再去北京、上海看看。”在青岛市市南区新开的GT PLAZA商场里，正在网红餐厅门口打卡拍照的韩国游客申庆俊说。

去年12月17日，我国过境免签政策升级，对已纳入过境免签政策的54个国家的来华过境外籍人员，过境免签停留时间延长至240小时。青岛作为北方旅游城市，成为韩国、日本等东亚境外游客周末短途游的优先目的地。

银鱼巷是青岛市市南区中山路历史文化街区里一条颇具网红气质的小路，集聚着一批精致创意小店，吸引了很多年轻外国游客。在哈霓风车冰淇淋蛋糕店里，来自日本的安慧子和朋友选择了“青岛老豆腐”和“崂山白花蛇草水”口味的冰淇淋。“来了就想尝尝当地特色，我从未品尝过这样的味道，很奇妙。”安慧子说。

“This one is more popular(这一款更受欢迎)！”在隔壁的Fufuland生乳舒芙蕾店里，店员边比划边用英语向游客介绍新款产品。店长张帅表示，面对今年外国游客增多的情况，他们对店员进行了简单的英语培训，以便为游客推荐反馈较好的口味和品类。

火热的“青岛游”，依赖配套服务设施的持续优化。去年5月，中山路“上街里”街区被打造成为首个外籍来青人员支付服务特色街区。目前，街区内200余家商户支持受理境外银行卡、扫码、现金、数字人民币等多种支付渠道。商户门口统一贴上了VISA、万事达、支付宝、现金、数字人民币等支付受理标识。对于规模以下商户和流动集市小微商户，发放聚合码牌、配备零钱箱。街区附近500米内工商银行、农业银行等营业网点均开通了货币兑换、账户开立的绿色通道，网点内ATM机均支持外卡取现，外籍游客支付起来更加顺畅便利。

在青岛海天大酒店，日韩游客入住率较去年同期增长了2倍以上。为了提升吸引力，海天大酒店与莴屋书店和云上海天观光厅等周边商家开展联合促销合作，住客可享受折扣优惠。“酒店入驻Trip.com、Booking等国际旅游平台，推出了‘周末连住’等促销活动，旨在提升品牌知名度，并使境外游客的预订变得更加便捷。”海天大酒店市场营销总监王方健表示，“这些举措有效促进了酒店的国际化发展和客源增长。”

越来越多的外国游客来到青岛，感受真实、充满活力的中国形象，为文旅消费市场繁荣带来了新活力。“面对青岛入境游市场的持续升温，我们将不断提升旅游服务质量，推出更具特色的旅游产品，更好地满足境外游客的多样化需求。”青岛市市南区文化和旅游局市场推广科负责人李小姣说。

韩国游客在青岛中山路游览。　(资料图片)

本版编辑　孙庆坤　美　编　倪梦婷