

文旅新意

赏花经济多维升级

本报记者 杨阳腾

盛夏,深圳市洪湖公园内,百亩荷塘碧叶无边,满池荷花竞相绽放。6月12日至7月6日,以“荷美深圳 万象共生”为主题的2025深圳荷花赏在洪湖公园如约而至。来自中国、泰国、越南、美国等主要产荷地的各类珍稀荷花品种,还有寓意好运连连的“双生奇花”并蒂莲、太空莲“星空牡丹”等,吸引着无数市民游客前往观赏打卡。

荷美生活新场景

本届荷花赏通过“公园+N”创新模式,以花为媒打造成为集荷花展赏、文化体验、艺术展示、科技创新、消费场景于一体的综合性花事活动,通过场景、活动等多维升级,带旺赏荷新消费。

洪湖公园种植荷花已有30多年历史,荷花种植规模和品质不断提升。从一片洪泽之地,到如今的百亩荷塘,洪湖公园荷花种植面积达17万平方米,盛花期预估超过100万朵荷花。历经沉淀,这里已拥有荷花品种700余种,涵盖中国莲系的古典风韵、美洲莲系的异域情调及杂交品种的创新特质,形成姹紫嫣红、千姿百态的活体荷花博物馆。超1.2万平方米的品荷园荷花专类园,不仅有“星空牡丹”太空莲、古代莲等各类精品荷花和睡莲,且建立起了集科研保育、科普教育、景观展示于一体的荷花生态体系。洪湖公园已成为粤港澳大湾区生态文化的重要地标。

“为创造源源‘荷’动力,罗湖联动公园周边企事业单位精心准备了一系列丰富多彩的活动。”据罗湖区城市管理综合服务中心负责人张剑桥介绍,其中既有带有洪湖传统色彩的荷花摄影展、碗莲比赛、寻找并蒂莲等活动,也有引入创新运营模式打造的吃喝玩乐游一条龙配套服务。同时,围绕荷文化主题,设置了文艺、生活、生态三条主要游戏。

走进洪湖公园东大门,《哪吒5DVR》沉浸式体验空间吸引着不少家庭排队体验。“通过‘文化+科技’创新融合,打造沉浸式VR空间,能带给消费者全新的穿越时空的体验;因其比电影更沉浸、参与感更强,已成为艺术文化消费新形式、新潮流。”深圳市影链科技有限公司华南区运营总经理唐飞武介绍,结合荷花赏的举办,公司带来了最新推出的哪吒5DVR大空间。戴上头显和手柄设备,观众能沉浸式跟随哪吒开启一段时空穿越之旅,并可在其中观赏荷池美景。

沿着荷塘漫步,不少市民正身着汉服打卡拍照。走累了,便可来到公园内的荷美空间歇歇脚,喝杯咖啡、吃个汉堡,还可在荷香咖啡观景台拍照打卡。“我们在此打造了园内首家无人零售咖啡馆,通过全新的消费场景,丰富公园服务业态,吸引更多年轻人前来享受自然生态美景。店内设置了8台一体式自助制冰&现磨咖啡机,以及自助雪糕机等。”深圳市卡法未来咖啡有限公司实体店总负责人赵永青介绍,为配合荷花赏的举办,公司特别推出了清雅荷香系列夏季限定手作咖啡新品,上新了谷饲牛肉汉堡。

赏荷流量增量

家住洪湖公园附近的张嘉佳每年夏天都会携家人一同来此赏荷。“今年我们比较想看星空莲和太空莲,还希望能找到并蒂莲。”张嘉佳说,现在,公园内越来越丰富的文娱、餐饮空间,让市民在赏荷的同时,还能有不一样的体验,价格也实惠,非常棒。

“荷花赏开幕以来,人流量十分惊人。我们的销售额也因此翻番,希望活动能持续办下去。”赵永青表示,为进一步促消费,公司推出了系列优惠促消费活动,如9.9元的醇香美式咖啡、29.9元的经典牛肉汉堡套餐等。公司也在加紧研发新品,即将推出清新果品特调咖啡、清爽柠檬茶等,进一步丰富饮品类。

“我们现场推出了单人票、亲子票等多类型体验套餐,单日票务销售达万元,十分火热。”唐飞武说,借助荷花赏暨荷美生活月活动平台,不仅有效扩大了公司品牌影响力,还为后期线上引流售票奠定了基础。“目前已有不少消费者在体验后,向我们进一步询问公司线下实体店信息。”

借助赏荷巨大的人流效应,第三届荷美生活月将夏日浓浓的荷意拓展至商圈街区,让“荷香”扩散至城区消费生活中。

据统计,本届荷花赏举办以来,仅11天,洪湖公园内人流量达23万人次,同比增加30%,单日最高峰人流约4万人次;园内消费营业额累计约60万元。

“从首届‘1+N’模式创下6亿元销售额,到第二届让利1.5亿元,荷美生活月已成为罗湖夏日消费的闪亮名片。”罗湖区笋岗街道办事处宣传负责人林子怡表示,以“荷美云街·CityWalk”为主题,本届荷美生活月在洪湖公园与罗湖区笋岗商圈中规划了一条城市漫游新路线;紧扣“产业提升年”定位,以“荷美”为魂、“云街”为脉,实现场景升级和活动升级,通过罗湖云街将洪湖公园的荷花与笋岗商圈的烟火气深度融合,实现从“赏荷消费”到“城市漫游”的全维突破。

业态叠加扩需求

“以荷为媒,串联古今烟火;以节会友,激活城市脉搏。”据林子怡介绍,本届荷美生活月精心设计了City-Walk打卡路线,从洪湖公园出发,免费乘坐“荷美号”生活巴士即可到达

上图 市民游客广泛参与我“荷”你来场音乐会主题活动。(资料图片)

右图 小朋友在荷花赏现场进行绘画创作。(资料图片)

市
场
瞭
望

别出心裁

原创潮玩IP“LABU-BU”以灵动的设计与独特的文化表达,赢得了全球消费者的喜爱。伴随着抢购风潮,市场中滋生出大量“Lagogo”“Lafufu”等仿冒品,侵犯了创作者合法权益。事实上,热门潮玩IP遭遇侵权已非个例,从一比一复刻的高仿版到偷换概念的山寨设计,乱象背后暴露出潮玩领域知识产权保护体系仍存在薄弱环节。若任由侵权之风蔓延,潮玩IP将沦为假货重灾区。因此,亟需构建全方位、多层次的知识产权保护体系,为原创潮玩筑牢防护屏障。

潮玩产品的核心竞争力,集中体现在独具匠心的外观设计中。然而,高辨识度的外观设计往往伴随可观的商业价值,这使得不少原创潮玩形象成为侵权重灾区。商家未经设计者授权,擅自使用、复制、伪造独特形象,侵犯了创作者的著作权。若创作者已申请外观设计专利,侵权行为将面临更严格的法律规制。侵权行为负面影响很大,试想,设计师们苦心孤诣创造出的作品,轻易就被仿冒者复制牟利,谁还愿意投入大量的时间、精力和资金去进行创新?长此以往,潮玩行业将陷入“劣币驱逐良币”的恶性循环。

商标侵权也是当前潮玩品牌知识产权保护面临的一大难题。对于潮玩品牌来说,商标是消费者识别和选择产品的重要依据。一些不法商家利用消费者对知名潮玩IP商标认知的模糊性,使用与正版商标相似的标识误导消费者,这些“换汤不换药”的蹭热度行为,本质上是对市场秩序的破坏和对品牌价值的掠夺。法律规定,未经商标注册人的许可,在同一种商品上使用与其注册商标近似的商标,或者在类似商品上使用与其注册商标相同或者近似的商标,容易导致混淆的,均属侵犯注册商标专用权。

随着行业逐步成熟,潮玩市场终究是要回到规范化和理性化的道路上。想要买到心仪的潮玩产品不能总让消费者依靠网上鉴定指南来“避坑”,而需要多方协同发力。

从源头治理来看,监管部门应双管齐下,保持对侵权假冒行为露头就打的执法力度,对于盗版产品要实现全链条打击,加强对原创产品的版权保护。同时,加强商标申请审查力度,对于与原创产品高度相似的擦边商标要精准拦截,持续整治,减少其对消费者的误导;从流通环节来看,一些潮玩回收和出售的线上平台要压实自身职责,不能成为盗版产品的“中转站”,要通过技术监测识别侵权产品,严格审核商家资质,严惩违规售假行为,斩断侵权链条。此前多起潮玩IP侵权案的判决结果也警示原创企业:要增强知识产权保护意识,积极主动地进行著作权登记、商标注册和外观专利申请,构建起完善的知识产权保护体系。

潮玩行业的繁荣发展离不开原创设计的支撑,原创设计的蓬勃生长依赖于健全的知识产权保护体系。筑牢潮玩知识产权的“护城河”,才能让原创IP在良好的市场环境中茁壮成长,让潮玩行业绽放出更加绚丽的光彩,为消费者带来更多充满创意与惊喜的作品。

本版编辑 银 晟 美 编 高 妍

稻梦空间

本报记者 孙潜彤

风吹稻浪,“牡丹”花蕊摇曳生姿。巨幅稻田画《国色天香》有了一种灵动的动感。

在27米高的览梦观景台俯瞰,游客欧阳如伊惊呼震撼,连按快门。“听说电影《我和我的家乡》在这里取景,我特地从北京来这儿打卡。”

6月22日恰逢周末,来沈阳市沈北新区“稻梦空间”景区的游人“像有一个亿”。“其实也就1万人次左右。”稻梦空间旅游文化产业公司总经理赵爱军比较懂网络的梗,呵呵地笑着向记者道出实情,暑假及国庆黄金周人会更多呢。

坐着挂满鲜花的小火车,缓缓驶入这片充满诗意的稻田画。人在画中,置身万亩稻田,沉浸领略这片七彩斑斓的梦幻天地令人陶醉。怪不得,一进景区,小火车始发站的排长队场面让人又焦虑又期待,大家都想早点“开”进画里。

赵爱军介绍,沉浸式消费的本质是“情感连接”,稻梦空间的消费体验多样,不仅可以观赏,还可以“动手”。景区围绕稻田文化开展了多元化的农事体验活动,包括稻田文化节、农耕体验、捕鱼、采摘等,从儿童到老人都能找到自己的动手乐趣。比如春季插秧、夏季除草、秋季收割,游客可领取专属“稻农证”,通过打卡积分兑换特色农产品。景区还与中小学合作开发“稻田课堂”,学生通过测量稻株生长、制作米糕等实践项目学习自然科学。

“来这儿能满足孩子的好奇心。”沈阳市民齐敏周末带着5岁孩子来旅拍。看着宝宝穿着连体下水裤有模有样地在稻田里摸鱼抓蟹,“驾驶”插秧机摆拍,齐敏的长焦镜头一刻没闲着。

休息一会儿,不妨在稻田边咖啡店里闲坐闲聊。齐敏对这儿的彩色稻咖啡、糙米冰淇淋兴致较浓。齐敏所在的单位举办过中医文化夜市,他觉得沈阳城乡带有烟火气的创意经济真不少。

“我们这儿的咖啡和冰淇淋独具特色,加入了煮熟的彩色糯米。”咖啡店店长张婉婷介绍,稻梦空间为了开发稻米饮品,聘请了专业的研发团队,将地方特色大米与文旅产业深度融合,将创意农业、稻米文化和乡村旅游有机结合,全力打造“稻梦空间”这个品牌。

在这里,游客可亲身领略一粒米的复杂走向。在田里,它是彩色画作的一抹金。在餐桌上,它又化身一小块米皮、一小条米线、一小丝米饼,或者磨成米粉作为饮品原料。即使啥也不变化,仅拿去米坊磨皮装袋也能卖出好价钱。“让城里人亲眼目睹、亲自动手,进而熟悉绿色大米种收的全过程,就会一点点地产生品牌信任和口碑,这比打广告强。”赵爱军觉得眼见为实是打消农产品消费成见和消费顾虑的最好说明。在景区门口,几位村姑打扮的店员给游客免费盛米饭品尝。游客随手买几袋,一天就能卖出绿色、有机和富硒大米上千公斤。一个稻梦空间,带富了周边不少村民。兴隆台村村民王丽君在景区小吃店做米皮,一碗米皮卖13元,凭这手艺月工资挣到4000元。“比外出打工不差啥。”王丽君喜滋滋地说。

稻梦空间不止有稻田,还有动手采摘的大棚果蔬。大棚采摘本是个老项目,可在创客高波眼里也能琢磨出道道儿。从北京被招商引资过来的高波,一下子在稻梦空间租下19个大棚,从蔬菜到水果,专选特色、绿色品种。比如嘉宝果这种直接长在树枝上,类似紫葡萄的热带水果也被高波引种过来。“一年四季都结果的嘉宝果特别适合大棚采摘,这种水果北方市面上一般见不到,因为保鲜期就两天,可它含有大量的花青素和维生素,营养丰富。”

69岁的邹玉春带着孙子一起来采摘,大棚管理员王宪文不忘叮嘱:“这儿的蔬菜都施的生物肥,嘎嘎好吃。”现摘现吃的邹玉春连连点头,和孙子一起分享着采摘的快乐。

待一天也不觉腻。通过构建以地理标志为核心的沉浸式文旅体验,撬动农文旅消费市场,稻梦空间果然“有货”。该项目已作为辽宁省地理标志产品“清水大米”与生态旅游融合的创新成果,计划在辽宁全省推广。2024年,该景区获评“省级文化产业示范园区”,全年接待游客近70万人次,旅游收入3500余万元。通过推动传统农产品向热门旅游商品转型升级,稻梦空间品牌农产品销售逾千万元。

游客在沈阳市沈北新区“稻梦空间”观景台俯瞰巨幅稻田画。传统农业+创意文化,激发出新的消费魅力。 本报记者 孙潜彤摄