



沂蒙手工小棉袄、铁道游击队实景亮相文旅博览会红色文旅主题展区 追寻红色记忆，感受当年烽火岁月

第二届中国国际文化旅游博览会于9月16日—20日在济南山东国际会展中心举办。以追忆峥嵘岁月、讲好红色故事，助力红色文化旅游融合创新发展为主题的红色文旅主题展，采用场景再现方式全力打造主题沉浸式特色互动体验区。在这个展厅里，参观者既可以看到来自革命老区的老人现场缝制非物质文化遗产——沂蒙小棉袄，也能领略缩小版解放阁、铁道游击队实景，还能进行射击体验。

文/片 齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 师文静 张向阳

红色故事成文创源泉

今年，第二届中国国际文化旅游博览会首设红色文旅主题展，通过图文、实物、影视、书籍、文创等主题展览的形式，追忆峥嵘岁月，再现其历史意义、精神内涵和当代价值，助力红色文化旅游的融合创新发展。

本届博览会的红色文旅主题展区设有山东红色文创产品精品展示区，桃木雕作品《挑山工的精神》等红色文创产品集中亮相，尽展齐鲁大地深厚的红色底蕴。

在峥嵘岁月中，山东大地上还发生过一段段英雄故事，出现过一个个英雄人物，这段历史也成为创作者们的创作源泉，他们用手中的笔记录党的光辉历程，以一部部红色经典文学作品将中国红色故事传扬海内外，引领后人传承红色基因。为更好地实现实用性、与红色经典的统一，红色文旅主题展区的一些衍生文创产品以“文学鲁军 薪火相传”为主题，分为“文学大家有话说”系列产品、“笔耕不辍”系列产品、“薪火相传”系列产品等部分，设计成T恤衫、卫衣、笔记本、文件夹、扇子、书签等产品，融入文学鲁军队伍中具有典型代表性的著名作家及其作品、名言。

此外，以刘知侠的《铁道游击队》、冯德英的《苦菜花》《迎春花》《山茶花》等红色文学作品为灵感来源，将书中形象实物化的系列冰箱贴也亮相，以更好地展示红色历史记忆，生动直观地讲好红色故事。

展区内的铁道游击队实景展示部分，枣庄铁道游击队景区和鲁西南战役纪念馆带来当地特色纪念品，再现铁道游击队精神。为增强市民沉浸式体验感，展区内特别设置“水弹射击体验区”，市民可现场体验射击项目，感受烽火岁月。

展厅还将济南地标性建筑解放阁展现出来，以解放阁造型特别设置时光通道，穿过解放阁，迎接新中国成立。在“我爱祖国海疆”展位，蛟龙号深潜让“中国龙”乘风破浪，遨游深海，深海VR互动体验，让市民亲身体验中国力量。

沂蒙小棉袄助力乡村振兴

展厅里，最引人瞩目的是来自沂蒙老区的多家文旅企业和他们



沂蒙乡村的老人采用传统纺织技艺，现场制作小棉袄、布鞋。

的特色产品，由革命老区老人采用传统纺织技艺现场织就的小棉袄、布鞋，既承载着老区人民的记忆，也是当下非遗助力乡村振兴的真实写照。

在展会现场，来自沂水县杨庄镇吴家楼子村的三位老人现场展示“沂蒙小棉袄”的制作过程，她们一针一线，纯手工缝制出一件件好看的棉袄。三位老人的现场展示引得参观者纷纷举起相机拍照。

2013年，返乡创业青年吴照京回到沂水县杨庄镇吴家楼子村，创办“沂蒙小棉袄”品牌加工厂，让这门濒临失传的老手艺有了焕发新商机的可能。吴照京告诉记者，小棉袄不只是孝心的载体，还是一种民族文化象征，更重要的是小棉袄是老区的传统手艺，在战争年代，小棉袄还承载着沂蒙老区爱家、爱民的家国情怀。“带有沂蒙符号的老手艺，不只是大众生活的物资需要，更多的是一种沂蒙文化的传承，代表的是一种红色基因、红色记忆。”

吴照京作为“沂蒙小棉袄”的发起人，他还带领村里的老手艺人，把吴家楼子村打造成一个“沂蒙小棉袄”非遗研学特色村。吴照京还负责开发、设计、运营“沂蒙小棉袄”，目前小棉袄年加工3万件，收入600多万元，带领村里的老人们走上了脱贫致富路。“我就做两件小棉袄，一件暖人身，一件暖人心。”吴照京如是说。

在动漫游戏展区，看『山东名士』焕发新活力 与古人同框，来一场优美的古筝弹唱

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 宋说

在文旅博览会5号场馆动漫游戏设计展区内，不仅有现场气氛激烈的电竞赛事活动，还有不少动漫IP形象同样吸引了人们驻足。其中，与山东历史名人相关的创意文创产品，成为动漫游戏设计展区很受参观者喜爱的文化类商品。

“海右此亭古，济南名士多”。在乘果广告的展台处，山东的历史名人们变得萌萌哒，辛弃疾、李清照等人化身Q版形象跃于眼前。据乘果广告(山东)集团有限公司总经理赵鑫介绍，“海右名士”系列包括了辛弃疾、李清照的“济南二安”和孔子、戚继光、诸葛亮的“山东大汉”，“这组IP形象在此次文博会上是首次露面，该系列是具有山东本土特色的原创IP。”

从徽章、纸巾、口罩到服饰背包，“山东大汉”和“济南二安”系列文创的应用场景丰富，涵盖了人们衣食住行。“把IP形象植入到生活的衣食住行里是老百姓喜闻乐见的，而且把文创设计做得接地气儿容易被大家使用起来。”总经理赵鑫介绍说。

在展会现场，参观者还可以与易安居士和戚继光同框，来一场优美的古筝弹唱。乘果广告的这部AR全景摄像机吸引了不少观众驻足，360度沉浸式体验传统文化的魅力。据现场工作人员介绍，展台上的漫说书也很受亲子家庭欢迎，“这个系列有三部，《漫说家庭》《漫说家教》《漫说家风》，是以漫画的形式传播家庭、家教、家风的新风尚，充分展现中华民族优秀的‘家’文化和‘家’传承。”

■文博会观察

文创品牌当“潮”不让 需向互联网品牌学习

齐鲁晚报·齐鲁壹点 记者 马辉

要想让文创产品真正具有可持续发展的生命力，获得源源不断的流量，就需要向一些当下时兴的互联网品牌学习，建构属于自己的商业逻辑。在本届文博会上，例如日照名片茶、德州扒鸡、阡陌书店等一些案例和模式，值得文创企业借鉴。

在日照展区，门前是一个可以品尝的茶桌，里面则是摆满产品的展台，醒目的“日照绿茶”和“日照红茶”字样映入眼帘，造型别致的包装盒、熟悉的区域品牌和清新扑面的设计风格吸引了不少观众。

记者采访中了解到，这个名为“日照名片茶”的文创产品，是由茶礼美学团队研发，通过文创+产品的思路去做日照茶礼。茶礼美学团队认为，他们的商业逻辑十分清晰，就是将文创与当地特产相融合，打造成一款城市爆款伴手礼。

在德州展厅，作为兴于运河、盛于铁路的德州扒鸡，却以一种网红文创产品的形象与公众见面。

为满足现代消费人群的不同需求，德州扒鸡当“潮”不让，将古法技艺与现代工艺融合，层出不穷地推出新风味、新产品，发布子品牌“鲁小吉”，进军休闲零食领域，包括鸡爪、鸡腿等。“德州扒鸡在引领国潮新风尚的路上不断前行，不断创新产品，不断探索与年轻人的沟通方式。”德州扒鸡股份有限公司常务副总经理崔宸说。推陈出新，迎合年轻人的场景化消费，基于金字招牌的文化和技艺积淀，用网红和明星去带动口碑的扩散，是鲁小吉要走的路子。

传统实体书店如何焕发新活力?在济南展厅，阡陌书店给出了答案。

有志于“木兰横戈好女子”的李清照、胸怀“了却君王天下事，赢得生前身后名”的辛弃疾，皆出自“诗城”济南，并称为“济南二安”。一系列文创产品的陆续面世，让济南展厅的阡陌书店成了“二安”打卡地，也让更多前来书店打卡的人认识了“二安”。此次参展，阡陌书店还携手济南邮政推出中国首个“二安”主题邮局。

除了将书店与区域文创产品相融合，阡陌书店还推出了其他商业模式，例如最美书店的营造，可以通过加盟合作的模式，在省内打造实体书店和城市文创店；再例如为城市和企业定制打造阅读空间，让更多人爱上阅读；传承城市文化和原乡精神，进行城市伴手礼的开发等。

我省发布暴雨预警，今天8市有暴雨局部大暴雨 强降水明天结束，中秋赏月不耽误

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 于民星

9月18日16时，在中秋假期前一天临近下班的时间，山东省气象台发布了暴雨蓝色预警信号，其中菏泽、聊城等8市19日傍晚至20日有暴雨局部大暴雨。这场降水将持续多长时间?是否会影响山东各地市民赏月?记者采访了有关专家。

“目前，我省中西部地区像是菏泽和聊城等地已经出现降水，部分地区出现中到大雨。”据省气象台首席预报员高留喜介绍，本次降水过程的强降雨时段在19日夜间到20日夜间。

具体来看，预计19日傍晚到20日，山东省自西向东有一次明显降雨天气过程，鲁西北、鲁西南的西部和鲁中的北部地区有大到

暴雨部分地区大暴雨，其他地区有中雨局部大雨或暴雨。全省累计平均降水量40毫米~60毫米，其中菏泽、聊城、德州、滨州、东营、济南、泰安和淄博北部50毫米~80毫米局部150毫米以上，济宁、枣庄、淄博南部和潍坊西部30毫米~50毫米局部80毫米以上，其他地区10毫米~20毫米。1小时最大降水量30毫米~50毫米。请

注意防范强降水可能引发的中小河流洪水、地质灾害和城市内涝等风险。

为切实做好强降雨防范工作，9月18日下午，省政府安委会办公室、省防汛抗旱指挥部办公室联合发文，要求各级各部门绷紧防汛安全这根弦，坚持在岗到位，强化值班值守和信息报送，及时会商研判、发布预警，全力做好本次强降雨防范。

此外，据省气象台预报，本次降水的主要降雨将在20日(八月十四)8时之前结束，20日白天降水明显减弱，到21日，也就是八月十五当天，除半岛地区云量较多一些，其他地区多云转晴。“从目前预报来看，八月十五晚上，山东省大部分地区天气晴好，应该不会影响到市民赏月。”