



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,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,涵盖了人们衣食住用行。“把IP形象植入到生活的衣食住用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。”

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

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,不断探寻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。这场降雨将持续多长时间?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

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。”