



文旅博览会上,乡村美食手工艺品异彩纷呈

来这里遇见最美“乡村振兴”画卷

文/片 齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 师文静

乡村工艺品走在时尚前沿

乡村美食有很多特产名吃,比如玉皇庙豆腐皮、魏集镇驴肉、武定府酱菜、胶东花饽饽、夏津桑果酒等。传统老字号被列入非遗名录,很多成为地方重要的支柱产业之一,为乡村产业的振兴增加动力,而且早就走出乡村,走向世界,展现它们的魅力。

在胶东花饽饽展台,很多参观者围着花饽饽仔细欣赏、拍照。如今的胶东花饽饽美得像艺术品,五颜六色、多姿多彩。展台工作人员介绍,胶东花饽饽这些年来不断推陈出新,蒸出花样,从简单的大枣饽饽,发展到刺猬、圣虫,再到龙凤呈祥、生肖祝寿等,花饽饽可以“变”出虎、花、鸟、龙等各种造型,兼具食用性和观赏性。这些寓意美好的花饽饽,已成为威海的城市名片之一。

来自黄河口的传统乡下苇编,也已经“蝶变”。苇编突破传统的炕席产品,走到了时尚前沿。在黄河入海口“大码头苇编”展台,不少参观者正在购买一件件漂亮的收纳盒、编织包。这些编织包造型时尚、配色好看,作为时尚单品一点儿不逊色。大码头苇编非遗项目传承人徐尊兴告诉记者,他们带来的编织包、收纳盒在展会前两天就已经卖得差不多了,因为还要带到深圳文博会参展,就留了几个代表性的包不再出售。“苇编包都是乡村的老手艺人纯手工编织的,质量好,但产得慢,一时还满足不了市场强大的需求。”

黄河口苇编有着悠久历史,在明朝就是当地支柱产业。几十年前,黄河入海口的苇编以炕席为主,因为隔潮、凉爽等特点,风靡全国。随着日月更迭,芦苇编织工艺不再是大码头镇及周边村庄农家人谋生的手段,只剩下村里的老年人,还在延续着六百年来养育这方百姓的传统手艺。在徐尊兴的带动下,传统苇席向日用生活用品、苇编工艺品转型,不断开拓市场,目前苇编已经有60余个品种产品,编织包、收纳盒等产品远销全国各地,苇席也被民宿、乡村风装饰爱好者追捧。更重要的是,保护传承苇编技艺的同时,黄河入海口苇编再次成为东营乡村振兴的亮点。

在乡村振兴展区,像苇编这样经历过“蝶变”的乡村产品比比皆是。而乡村里生产的果醋、果酒、桑黄粉、葛根粉、桃胶、蜂蜜、食用油、咸菜等产品也正在逐渐打出品牌,成为文旅融合的新名片。

乡村兴起骑行和自驾游

在文旅博览会上,枣庄市山亭区冯卯镇带来了桃子、粉丝、小米、辣椒酱、花蜜等农产品,纯天然的食品受到了不同年龄段参观者的喜爱。展台的镇政府工作人员一边给参观者介绍这些天然产品,一边热情招呼大家到冯卯镇去感受一下那里美丽的乡村美景。

冯卯镇是乡村振兴齐鲁样板省级示范区、省级历史文化名镇、省级生态镇、省级美丽宜居小镇,这里有国家传统村落4处,省级传统村落2处,有枣庄最大的水库岩马湖,文化底蕴深厚,生态旅游资源独特,风景秀美。该镇就像一个“世外桃源”,等着更多的游客落入此间,感受这里的美景。

上述工作人员称,冯卯镇围绕着岩马湖串联起20多个各具特色的村庄,形成一个特色旅游小镇,完全改变了过去村落泥泞不堪、房屋老旧破败的样子。镇上根据不同村落的特点,开发不同风格的乡村旅游景点,比如醉桃源温庄、忆江南赵庄、渔家傲山东、活力李庄、乡情竹园等,有的村庄通过闲置小院复活工程,发展了主题民宿、民俗体验等乡村新业态,吸引了周边城市不少游客。游客进了村,村民们原来不挣钱、不值钱的农特产品,摇身一变都成了旅游产品。“尤其是我们的桃源旅游、桃子采摘、农家乐等很受欢迎。我们镇有山、有水、有沙滩,还有水上游艇,风景四季不同,一年到头有美景,吸引越来越多的自驾游、骑行者前来打卡。乡村变美,也带动更多人返乡创业。”

像冯卯镇这样经历乡村“蝶变”的村镇在山东还有很多,比如同样在文旅博览会展示的济南历城区西营街道黄鹿泉村、广饶县大王镇、嘉祥县纸坊镇等,都是风景优美、独具特色的村镇,有现代农业产业园、田园综合体、高标准农田建设等项目,是乡村振兴齐鲁样板示范区。活力小镇、幸福小镇不断增多,切切实实提高了村民生活的满足感、幸福感。

广饶陈官短穗花鼓、玉皇庙豆腐皮、胶东花饽饽、王村醋以及天然蜂蜜、桃胶、苇编、柳编等来自乡村的美食、手工艺品、旅游产品在第二届中国国际文旅博览会上大放光彩,引得参观者纷纷咨询、购买。而吸引城市居民不断前往打卡的美丽乡村风景,也让文旅博览会参观者大开眼界:“原来我们山东的乡村这么美。”

第二届中国文旅博览会特设的乡村振兴展区,集中展示特色文化旅游小镇、旅游特色村的新风貌,来文旅博览会逛展,可以遇到最美的“乡村振兴”锦绣画卷。



来自乡村的苇编手工艺品在展会上受到关注。



各地的特色美食成为乡村振兴的亮点。

第二届中国国际文化旅游博览会闭幕

签约10个重点项目 总投资逾600亿元

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 师文静

9月20日,第二届中国国际文化旅游博览会正式闭幕,本届博览会最具市场化、国际化、专业化和信息化,充分发挥文旅融合的力量,集中展示文化和旅游产业融合发展新成就。记者了解到,展会现场交易额2.1亿元;签约10个重点项目总投资金额逾600亿元。

第二届中国国际文化旅游博览会交易总额达4.37亿元,较上届增长20.2%。其中,展会现场交易额2.1亿元,较上届增长10.5%;现场订单额0.56亿元,除去上届意向订单额,较上届增长15%;线上交易额0.47亿元,较上届增长9%;创新现场直播带货模式,实现较大突破,共汇聚100多名网红主播,粉丝量共计约9800万粉丝,在线人数共计约50万人,销售额为1.24亿元。

博览会举办文化和旅游部产业项目服务平台第二十六期精品项目交流对接会暨山东省文化旅游重点项目推介招商会,开心麻花密室逃脱济南旗舰项目与摩登天空livehouse济南项目、青岛平度市现代农博创意园项目、淄博希尔顿国际广场项目、东营黄河口知青小镇项目、潍坊青州不夜城项目、济宁石

门康旅慢城一葡萄酒庄园项目、威海金鼎·隐秀文化旅游综合体项目、日照红窑里1977文化旅游项目、临沂冰雪文旅小镇项目、滨州醴泉中华恐龙园农旅综合示范项目10个项目现场签约,总投资金额逾600亿元。

第二届中国国际文旅博览会沿黄文旅项目对接会暨发展高峰论坛上,山东文旅集团创业投资有限公司、山东金泽霖股权投资管理股份有限公司、山东汉福股权投资基金管理有限公司、山东泉信基金管理有限公司共同签署沿黄文旅投资共享平台战略合作意向书,四家发起单位管理基金规模为65.5亿元。

第二届中国国际文旅博览会采取线下线上相结合的方式,在山东国际会展中心主会场设置了文化旅游融合、沿黄文旅、“好客山东”、创意设计、动漫游戏、文旅装备、乡村振兴、“一带一路”、美术精品、艺术品等10大展区,重点推出“中国手造”“山东手造”“总台文创”“红色文旅”“齐鲁美食”等专题策划。线上建设交易平台、项目平台、直播平台、服务平台和宣传平台5大平台,打造“云上文旅博览会”。本届展会,对于激发文化旅游消费、推动旅游业复苏提振,有效发挥文旅产业对经济发展的带动作用具有重要意义。

■文博会观察

淄博陶瓷“文创觉醒” 让艺术更好融入生活

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 马辉

“文化赋能”和“产业赋能”融合共振,来自淄博的传统陶琉产业在插上文创的翅膀后,彰显出十足的艺术魅力。在诸多品牌中,既有可以进入上合峰会、全运会的国宴用瓷,也有可以博君一笑的瓷器盲盒,更有各种顺应城市群体喜好的生活用瓷。总之,将艺术融入生活,这些品牌做得淋漓尽致。

9月15日,第十四届全运会开幕式在西安举行,一位山东“选手”已经悄然提前来到西安,以它亮丽而独特的华青之色,点燃了十四届全运会的中国精神和国粹荣光。这位“选手”,就是华光国瓷为全运会承制的国宴用瓷。

在文旅博览会淄博展厅内,年出口陶瓷1.2亿件的华光陶瓷光鲜亮相。现场,无论是意味优雅的茶具系列、清新古拙的餐具系列,还是精雕细琢的刻瓷艺术、融合创新的“拓彩”艺术,都吸引了很多观众。

“为全运会打造国宴用瓷,使华光国瓷在打造国宴用瓷的专业化道路上更进一步。”展台负责人王伟介绍,华光陶瓷是世界上咖啡杯产销量最大、质量最好的企业,也多次承担了国宴用瓷的重任。这次全运会上,华光国瓷承制的国宴用瓷共2000余件,采用获得国家专利的华青瓷和抗菌无铅釉制作,以西安的特色元素结合浮雕金装饰,整套国宴用瓷端庄大气,又不失灵动。

“把艺术融入生活,也是华光国瓷一个重要的发力点。”王伟说,面向家庭用户的产品,一套瓷器从几百元到上万元不等,陶瓷作品上各种国潮风的传统元素、科技与时尚的融合、前卫配色以及现代表现手法等,让华光国瓷一改过去别人眼中的印象,在文化旅游博览会上“炫出圈”。

兆霞陶瓷也是淄博展厅里的一大网红,很多人围在一个展台旁,扫码抽着盲盒,一位大姐随便指了一下,好运随之降临,是曾获得2020年中国工艺美术博览会金奖的产品“圆融杯”。“圆融杯”的含义指灵活变通,不固执己见。这只造型别致的杯子,正是由淄博花釉陶瓷非遗传承人信兆国设计创作的。

兆霞陶瓷的福袋盲盒活动,顿时聚集了很多,大家纷纷上前试试手气。在一旁的展台上,兆霞陶瓷则推出了诸如星际奇缘茶具、齐礼百家扩音器、随手陶瓷茶杯等文创陶瓷茶具,均体现了中华文化元素的传承和与西方艺术的融合。

兆霞陶瓷此前是一家传统的制售类陶瓷企业。为摆脱创新少、产品附加值低的局面,自2013年入驻1954陶瓷文化创意园后,开始着力向陶瓷文化创意企业转型。“我们邀请陶瓷界泰斗级设计师和工艺师,结合企业的产品,用了三年时间转型研发。我们把文化融入到陶瓷中,让陶瓷作为一种文化的载体,为文化创意代言,为精致生活代言。”兆霞陶瓷董事长赵霞说。

在本届展会上,淄博展厅中参展企业多为淄博特色陶琉企业代表,展出的产品都是近期研发的新品、精品。目前淄博市规模以上陶瓷琉璃企业154家,从业人员已达20余万人。截至2020年底,陶瓷琉璃文化创意产业集群营业收入达到155亿元。文创对于整个陶瓷琉璃产业的助力是十分明显的,

出口瓷器生产中,汉青陶瓷结合各国民俗风情,为缅甸总统府、尼泊尔皇家等定制了国宴餐具。当代设计创新的出发点,早已从开发端转移到了消费端,研究用户需求,直接对研发设计产生影响。“应该把生产优势与文创优势结合起来,与消费者、设计师一起共建文化创意的价值体系。”汉青陶瓷总经理黄少晨认为。