

**■海的馈赠****优势:**鲜味十足 **劣势:**易被取代

16日,在市区光明路一家海货店里,店主张女士正在忙碌着打包中秋节的礼盒。“成箱的小海带是180元,另外还有干货,可以搭配着来。”进入9月份,张女士就一直没闲着,每天都在按照客户的需求组合海鲜包装盒,“外地人尝个鲜儿,本地人体验新口味吧。”

而一家外贸公司的客户经理马先生则认为,“这些海里‘长’出来的特产,不光是在威海,别的城市也都能买到。”

**■应季水果****优势:**有特色 **劣势:**不便携带

孙女士是荣成市港西镇人,9月中旬无花果进入成熟期,孙女士每天早上都会从果园里,摘几十斤无花果,然后坐车来到威海市区售卖。

“要是这东西方便带走就好了。”王先生的孩子都在济南工作他很想带点给孩子,可怎么带却是个问题,“我想让孩子送点给他同事、朋友尝个鲜,但是几乎都没有包装,感觉不太拿得出手。”



“特产”这个词似乎总是和节日联系在一起,又要过节了,拿什么样的“特产”来走亲访友,什么样的特产又最有“威海味”呢?

**■渔具****优势:**产业发展有后盾 **劣势:**缺少文化内涵

每天早上8点,老周都会准时来到位于海滨北路的渔具店里,这家20平米的小店,老周经营了近10年。店里的销售以钓鱼竿为主,60%都是卖给外地人,但近些年生意并不如从前,“可能是卖的多了,竞争增强了吧。”

“我问过那些买渔具的人,不管是本地人还是外地人,都是买来自己用,很少用来赠送他人。”老周说。

**■韩国货****优势:**地理优势 **劣势:**参差不齐

在市区海港路、新威路、光明路沿线的几家商场、超市,“韩货”是商家打出来的特色招牌。高女士在新威路经营了一家服装店,每隔一段时间,她便去韩国淘货。

“但是这两年,冒充的牌子太多了,很多打着韩国货品的牌子,但实际上都不是,这对我们这些以销售韩国商品为招牌的商家是一种冲击。”高女士说,以前来旅游的客人,很多人都会穿一身“韩货”走,但是现在听到顾客议论更多的是,“这会不会是山寨的啊?”

**■特色礼品****优势:**有文化内涵 **劣势:**尚待推广

“礼品不应该仅仅是商品,更应该是一种有内涵、有文化的产品。”周瑶其说,他创作的纤维浮雕画,将威海的地域特色、历史文化、风景名胜搬上画板,别具一格。80后夫妻于海峰和李洁也创作出了方言卡片。



# 双节来威海 走时带点啥

策划统筹 李彦慧 本报记者 李孟霏

**相关链接**

## 让威海特产多些威海味儿

如何让传统产品更有特色,如何让新产品更有市场?经营渔具生意的毕先生认为,威海产的渔具质量还是“杠杠”的,但如果能够多多增加一些相关产业的文化活动,可能会让产业和产品更有特色,“比如说举办钓鱼文化节或是渔具展销会,先让别人了解咱们的海钓文化,然后便会想到咱们的产品。”做韩国食品生意的张先生,则希望利用与韩国地理优势的便利条件,多一些有韩国特色的主题活动,让外来的游客感到新鲜。

而周瑶其则认为,纤维浮雕画不仅仅是简单的工艺品,它所承载的文化艺术内涵和地域民俗信息,会让这个城市的辨识度更高,从成立之初,他便推出了海草房系列、老洋房系列、荣成天鹅系列都收到了很好的效果。

于海峰和李洁则继续致力于创作方言卡片,“方言本身就是文化,有了文化的传播,人家才会更加记住地域的特色。”

