



文旅博览会吸引各年龄段参观者 假日逛展会快乐收获多

步步有景致,处处见奇观。9月16日-20日开展的第二届中国国际文旅博览会可谓容纳千年气象,同时浓缩各地精华,无论从时间还是空间上,都极大地满足着观众们的耳目之需。无论年长还是年幼,都能在文旅博览会上找到心头之好。而其中一些别出心裁有型有款的观展者,本身也成为了一道风景。



参观者体验淄博陶瓷。



青岛网红打卡点搬到文旅博览会。



体验传统手工艺成为文旅博览会一景。



文创铅笔吸引参观者。

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 李康宁 徐宁

老物件唤起童年回忆

在济南市中区展区内,有一个不大的摊位,摆着一地茶杯,还有一个看上去有些旧的、带着提手的木头箱子。箱子总共一米左右高度,上面摆放着各式各样的陶笛。陶笛的主人朱一姝,熟练地从中拿出一个,吹奏起来。音调是老版《西游记》的插曲——《女儿情》。音阶涨落间,有一种独特的味道。

“其实简单的乐器,更需要有不简单的技术。”朱一姝又拿出一个白色的哨子来,吹起来声音格外高亢尖利。这种哨子,就是很多人小时候玩过的“泥哨”。泥哨跟一个行业紧密相关,那就是走街串巷的“货郎”。货郎的吆喝与哨声,会让四邻八舍的人得知自己的到来,所以声音务求要有穿透性。如今,货郎这种曾经游弋于零售业和物流界的专业人才,已经消失于时间的风尘中了。

朱一姝身前那个一米高的箱子,即是货郎用的“挑子”。“我们总想让这些宝贵的民间记忆得以延续,所以就着力设计了这些陶笛和哨子。”她与自己的同事、非遗传承人谷善龙一起,在济南南部山区制作陶艺。近年来,他们走进很多学校,传承这项正在远离日常的技艺。

在实践中,他们发现这些哨子在演奏之外,还可以当作安全哨使用。这也给老物件找到了新功能。泥哨的“活化”之路,渐渐有了一些新的方向。这对于朱一姝他们而言,是在努力之下偶得的灵感。当然,泥哨更多地还是唤起情怀。“很多人说,哨子一响就仿佛回到了童年。我们也觉得,珍藏的记忆不会那么轻易地输给时间。

德州展台上,参展商老杨看着来来往往川流不息的顾客,等着自己的下一单生意。他的产品,是大大小小的葫芦。“你看看这个手串,是把葫芦掏空了后,中间用小叶紫檀镶进去制成的。两种材料结合很好,一点儿瑕疵都不能有,再熟练的师傅也得弄几天才出一串……”他向记者推销着自己的产品。他说,在古代,葫芦因为跟“福禄”发音相近,带着一些吉祥的寓意。而且在塑料制品发明之前,葫芦也是人们日常生活的一个重要的盛器,尤其是游方道人和坐馆医生,随身带个葫芦的情形很是常见。而今,葫芦的功能性作用不断淡化,进而成了一种观赏盘玩的工艺品。

老杨心里,也自有一本“葫芦经”。他手边上这些大大小小的葫芦,也关系到厂里几十位工人师傅

的生计。老杨说,厂长派他来参加文旅博览会,一是能卖出一些商品,更重要的是展示一些传统技艺。“每天卖个十条八条手串,还有一些盒子什么的,主要为了交朋友。”

小小文创寓教于乐

济宁展区“孔圣文创”展台前,围满了前来瞧新鲜的观众。这座不大的站台上,密密匝匝地摆满了花色各异的铅笔等文具。参展商寻女士告诉记者,近年来“孔圣文创”在铅笔上打开了一条创新创意之路。“国内铅笔市场已经趋于饱和,如果没有创新,是很难有出路的。于是我们着意在科技性和趣味性上做文章。比如有一款‘用不完’的铅笔,其笔芯是一种特殊的金属材质,足可以写四五十万字;再比如五彩融合的彩芯铅笔,一支就可以画出多种多样的画;还有可以涂色的木质铅笔刀,可以根据小朋友的爱好设计颜色。”这些有趣又实用的创意,落在小小的铅笔之上,让这些司空见惯的工具有了文化的赋能,展现出新的生机和天地。

济南市民郭女士就带着自己小学一年级的女儿,买了几支铅笔。女儿很喜欢这款铅笔,迫不及待地表示,要拿着回家去画画用。郭女士说,之前她就来过博览会现场,但是一直没出手买东西,今天放假正好带着女儿来看看。几支铅笔,花不了几十块钱,算是给孩子上学的一个小礼物,而且“孔圣”的寓意也挺好的。

东营、日照等展区的液晶互动屏幕,一时间成了孩子们玩耍的乐园。济南市民赵先生看着自家的孩子跟小朋友们一起欢腾的样子,也相当开心。“这两天天气不怎么好,外出不方便。在家里又比较闷,到文旅博览会这儿逛一逛,既能让孩子有个宽敞的、可以玩耍的地方,又顺带着学点儿文化,收获挺多的。来看看,真是不虚此行啊。”

观众寻找家乡的味道

大二女生杨芊雯,在中国国际文化旅游博览会“时尚青岛展区”附近拍照。她戴着口罩,但微笑还是从眼角漾出来,开心到兜不住。

“这就是我家啊。我在青岛拍过实景的,这是一个缩微版。”她指着身后的红墙说。红墙上挂着两块路牌,一个指向鱼山路,一个指向大学路。在青岛市南区,这两条路交叉口,是著名的网红打卡地。很多新人都在这里拍摄婚纱照。而在周边,街头艺术和墙体彩绘,各种文创店面和小吃等比比皆是,旧城区容下了新概念,成为时尚一族最为宠爱的地方。

青岛姑娘杨芊雯考入了济南一所大学。这个小长假时间有些短,加上十一黄金周就要到了,她决定那时候再回家。“来博览会逛逛,真是有惊喜啊,很真切地感受到家乡的味道。”

其实,作为重要旅游胜地的青岛,在本次文旅博览会上展现出了多姿多彩的一面。除了网红与时尚外,还有着古典安静的另一面,可谓多种风格混搭。对此,杨芊雯说:“这次展会也让我从不同角度重新审视家乡青岛。这么说吧,哪一种风格我都很喜欢。”在她看来,“老字号”其实同样富有魅力。很多传统的文化产品,经过重新包装和挖掘一样能成为时尚。“其实没有积累,也不会有创新,很多东西能成为经典,一定有它独特的一面。我还是蛮喜欢这次文旅博览会的,展示的东西都很潮,不让人有什么负担。”

一身古风装扮的潘云梁和白露,在人丛中颇为亮眼。折扇慢摇,莲步轻移之间,便有了几分雍容华贵的味道。两人来自济南一家汉服社,身边有很多汉服爱好者朋友。穿汉服,已经成为他们日常的一种习惯。“今天我们身上的汉服,基本是依照明代风格设计的。明代的文化具有很鲜明的特色,在衣冠的选择上也有自己的风格和讲究。”谈起传统文化来,年纪轻轻的潘云梁说得头头是道。

他们喜欢上汉服已经有五六年时间了。随着传统文化热度不断攀升,像他们这样的汉服爱好者也越来越多。白露告诉记者,除了专门的活动或者表演之外,在平时的生活中,汉服也已经成为她日常的穿着。“最美丽的东西都在东方,在中国。而现在我们穿上汉服,更多的是对传统文化的致敬与追忆,我觉得现代的年轻人应该多学习一些汉服知识,这样也更能发现东方的气质之美。”

潘云梁表示,汉服穿起来确实有一些繁琐。但习惯成自然,流程熟悉后也就感觉不出来什么异样了,“大部分时间,虽然身上穿着汉服,但整个人的状态还是很随意的,跟现代休闲装区别不大。”他认为,相比较穿汉服带来的价值认同感,就算有些微的繁琐根本微不足道。而汉服的设计处处都有自己的特点,可以说每个细节都蕴含着礼仪、艺术等方面的讲究,这让他受益匪浅。在他看来,这也是一种沉浸式、体验式的学习。

“比如今天,穿着汉服来文旅博览会看看,见到一些古风陈设或者传统器物,会深深地被其魅力感染,那种感觉真得相当不错。也更让我们坚定信心,把汉服继续推广下去。”两人说。

总台文创玩起谐音梗,捧“春碗”看春晚

齐鲁晚报·齐鲁壹点
记者 刘雨涵

正在山东国际会展中心举办的第二届中国国际文旅博览会上,有很多值得关注的亮点。“总台文创”展区成功吸引了不少游客驻足,展区的顶部以CMG(中央广播电视总台)为元素设计,展区内陈列着各类根据央视自有IP打造的产品。其中以“CCTV”为元素设计的各类生活用品和办公用品大受欢迎,成为央视总台文创展区销量最高的产品类型。

本次展会恰逢中秋假期,央视总台文

创展区推出了猜灯谜赢文创礼品的活动,还有各类包含中秋元素的产品:比如月光兔lite摆件,巧妙运用少女、森林、神兽等意境和元素,打造了一组静谧、灵动而诗意的童话意境。还有中秋香包,其上绣着“海上生明月,天涯共此时”的诗词,具有文化韵味。

展区内的春晚复刻区,陈列着根据2021年年春节联欢晚会设计的各种衍生品,是央视总台文创打造的重点产品,包括福牛春碗、福牛摆盘、福牛手绳、转钱灯、牛正正等。总台文创还玩起了“谐音梗”,邀请广大参观市民可以“捧着春碗看春晚”。福

牛春碗的工艺也非常精良,经过116小时制作完成,每套春碗都有独立的收藏编码。福牛手绳是由贫困山区的妇女纯手工编织而成,不仅解决了当地的就业问题,也是爱心的体现。吉祥物牛正正的设计延续牛年春晚福牛的形象,采用传统榫卯结构设计与现代3D打印技术相结合,搭配汉代漆器以及青铜器的花纹与中国红,雅致大气。

展区区内还有不少文创产品是根据央视节目IP设计而成。在CCTV-4频道播出的纪录片栏目《国家记忆》,此次打造了一款CCTV《国家记忆》“世纪双子印”的收藏重宝。《衣尚中国》是由李思思担任制片人的



一档服饰文化节目,根据节目中著名设计师郭培所设计的葫芦图样,打造出财气满满葫芦丝巾和大吉葫芦帆布包两款产品。少年成团创演节目《上线吧!华彩少年》为选手提供专业指导以及国家级舞台,此次央视总台文创与“华彩少年”联名推出了镭射包,给人有一种耀眼少年、自成一派的感觉。