

手造“组团”，未来可期

9月15日，第三届中国国际文化旅游博览会、首届中华传统工艺大会在济南开幕。做工精美的传统手工艺品、历史悠久的非遗文化、独具匠心的手造产品、富有异域风情的全球好物、创意十足的文创伴手礼、活力澎湃的数字文化产品、高端智能的文旅装备等，吸引大家驻足观看。如果评选本届展会的“热词”，那么“手造”一定名列前茅。



记者 张九龙

在山东国际会展中心会场，汇集了国际、国内手造精品，中央广播电视总台、故宫博物院、国家博物馆、依文·中国手工坊等一批国内知名手造品牌参展，浙江、广东、陕西等省市的一批手造品牌企业也都精彩亮相。此外，山东国际会展中心会场还重点推出“好品山东·伴手礼”专区，汇集新文房四宝及全省多项文创设计大赛最具代表性的创意手礼，展示“好品山东”文化内涵。

在济南泉城路附近的山东手造展示体验中心，这座集销售、研发、会展、孵化、研学为一体的“社交型”手造产业园刚一亮相，就引发了大家的好奇和关注。“手造精品”“齐鲁手造”“手造会展”“手造研学”，山东手造展示体验中心聚合了纷繁悦目的体验场景，手造薪火相传的赓续发展和生生不息的文化魅力在此展现得淋漓尽致。

手造，源自非遗、传统手工艺。对于很多山东人来说，非遗、传统手工艺，不仅仅是一门古老的手艺，更是在齐鲁大地上传承千年的生活美学，是代表山东文



化形象响当当的招牌。名扬海内外的鲁菜彰显了“文质相含”“以物比德”的儒家造物观；临沭柳编、胶东纸管箩蕴含了“节用为本”“致用利人”的朴素造物思想；博山琉璃、莱芜锡雕体现了“尊礼造物”“制器尚意”的造物理念；曲阜楷木雕、东昌葫芦画则呈现了“象法天地”“道器合一”的造物哲理……

手造更是许多山东人安身立命、发家致富的本领。据统计，当前山东共有各类传统工艺类企业和经营业户119万个，直接从业人员350余万人。潍坊风筝、博山琉璃、临沭柳编、德州黑陶等已成为誉满海内外的“山东手造”名片，泰山桃木雕刻工艺品、铜金蟾铜器、黄铜工艺品、持棠无火香薰、香氛蜡烛等产品作为

“山东手造”的优秀代表入选第一批“好品山东”品牌名单。

由此可见，深耕人文沃土，推动文化“两创”，既是始终扛在肩上的责任担当，也是满足人们美好生活需求、推动产业振兴的必然选择。今年3月初，山东正式启动“山东手造”推进工程，提出发挥山东文化资源丰厚的优势，依托非遗或传统工艺，通过创意

新造，探索文化活态传承新模式，打造“山东手造”传统手工艺区域公用品牌，培育手造产业，推动全省文化创意产业高质量发展。而本次展会，既是对前期工作成果的一次集中检阅，也是对未来发展的一次全力推动。

文化，因交流而精彩，因互鉴而丰富。第三届中国国际文化旅游博览会、首届中华传统工艺大会让“山东手造”站在“C位”，让世人重新审视山东作为文化大省和制造业大省的实力和活力。更为难得的是，展会突出沿黄、沿运河区域交流合作，围绕落实黄河流域生态保护和高质量发展重大国家战略及大运河文化带建设，设置了沿黄手造、运河手造展区，集中展示沿黄省区、大运河沿线省市优秀手造品牌及产品，推动区域文化交流，深化产业对接合作。此外，俄罗斯、法国、韩国等多个国家的企业或驻华代表也来到泉城，展示各国特色手工艺品、文创产品及知名文化IP，推动手造“走出去”与“引进来”，符合文化发展和传播规律。

一辈辈、一代代手造工匠艺人在学艺、创作、创业、守业、转业过程中，展现了脚踏实地、坚韧不拔的匠人风骨，演绎了敢想敢拼、勇于创新的匠人精神，更内生出创新创意、与时俱进的产业基因。从展会情况看，手造有看点、有热点、有潜力，全力以赴推进“山东手造”发展，是文化大省的责任担当，未来可期。

从“旅游公路”到公路旅游 千里海岸线绘就文旅新图景

记者 李睿

从夏天火到秋天

环海路辅线上，柳树湾北岸，一只“大猫”静静地卧在海里，背部葱绿，两只“耳朵”尖尖竖起。猫头山，是当下威海最火的景点之一。虽然是周一中午，但“猫在这儿”观景平台附近依然堵车。“本想旺季过了来体验，没想到人还是这么多。”来自河北的杨先生表示，自己是自驾游的老玩家，这次旅行，他和朋友带上宠物，专程来感受山海间的“诗和远方”。

“猫在这儿”观景台是一个不足百平米的打卡点，这条长达1001公里的千里山海自驾旅游公路上，还藏着更多惊喜。

威海三面环海，山海相依、岛湾互映，基本囊括了国家公布的74种旅游资源，但旅游资源相对分散，如何化零为整成了下好旅游这盘棋的关键。2021年5月，千里山海自驾旅游公路正式投运，这条公路沿线分布着15个国家级海洋牧场、49家A级旅游景区、66处公共文化服务设施、8个非遗旅游体验基地和22处文化主题驿站，串联起威海全市90%以上的核心文旅资源，在接纳自驾游红利的时候，也将整座城市变成一个没有边界的大景区。

仅1年多，这条公路便打响了品牌，打出了名堂。统计数据显

示，2022年7月至8月，威海全市约接待游客1777万人次，实现旅游总收入217.41亿元。



示，2022年7月至8月，威海全市约接待游客1777万人次，实现旅游总收入217.41亿元。

“我们共有45间客房，暑期几乎全是满房状态，提前一个月就订满了，经营情况比2019年翻了一番。”孙家疃·哈雷驿站是千里山海自驾旅游公路的首批主题驿站之一，负责人贾春林今年58岁，是一位有着36年“骑龄”的哈雷骑士，经营着一家哈雷重机俱乐部。驿站去年成立后，便吸引诸多摩旅自驾爱好者的青睐。“不仅国内爱好者前来骑行，我们在世界各地的车友都想一睹这条公路的风采。”7月以来，哈雷驿站接待了40多个哈雷车队，“房车一族”“越野

一族”也争相来到千里山海自驾公路上驰骋。“除了自由骑行，客人们还能深度体验到威海的美景，现在我们的房间已经预定到十一之后。”

全时、全域、全龄

“立足打造国际滨海休闲度假旅游目的地城市的发展目标，千里山海自驾旅游公路对全域旅游资源进行了有效整合，打造覆盖全域、全时、全龄的‘目的地’旅游产品体系。”威海市文化和旅游局局长许宏妮表示，威海的旅游资源相对分散，以往，游客以“一日游”和“过路游”为主，现在，千

里山海自驾公路吸引越来越多的游客留在威海，体验“深度游”。

许宏妮介绍，围绕自驾游，威海市文化和旅游局打造了以“春游·初见”“夏游·热恋”“秋游·重逢”“冬游·表白”为主题策划的“爱在威海”四季文旅品牌产品。“整合每个季节的优质旅游资源，我们策划多条各具特色的路线。比如秋天采摘、泡温泉，冬天赏雪、看天鹅，打破了滨海城市淡旺季差异明显的情况，不管是年轻人、老人还是孩子，都可以找到适合的旅行线路和打卡点。”

威海的海纯粹迷人，声名远扬，亲海游一直备受游客青睐；威海的山含蓄内敛，山景游相对冷

清。千里山海自驾旅游公路火起来之后，带动了山景资源以及其他业态的发展。“在千里山海自驾旅游公路品牌的带动下，我们去年接待游客238万余人次，较2020年增长了36%。”威海里口山风景区管理服务副主任逢万涛告诉记者。

千里山海自驾公路的成功在业内引发关注。“不管是项目本身还是口碑效应，都产生了不俗的影响力。”在山东省自驾车旅游协会会长谢英民看来，千里山海自驾旅游公路在观念、模式、产品、运营等方面都进行了颠覆式的创新。“它既激活了威海原有的旅游资源，又催生了新的业态，比如自驾游、民宿、露营、后备箱经济等。”

“下一步，威海市将在年内开放自驾主题驿站22处、观景平台56处，建设特色创意路段12处，完成标线施划，标识设置线路500公里，为来威游客提供更加舒适的旅游体验。”威海市文化和旅游局副局长毕耀文表示，威海市还将出台《威海千里山海自驾旅游公路驿站建设与服务规范》标准，提升游客体验感和品牌美誉度。此外，围绕四季文旅品牌产品，千里山海自驾路还将重点推出“金秋重逢”“冬游表白”等系列产品，继续推出“慢直播”等云端和网端营销模式，加大主流媒体和新媒体的宣传力度，以多彩的活动促进精准营销，以文旅融合促进文旅产业高质量发展。