

非遗也年轻，文博会刮起“国潮风”

山东优秀手造产品借势展示自身风采寻找新机遇

9月14日至18日，第四届中国国际文化旅游博览会、第二届中华传统工艺大会在济南的山东国际会展中心举行。记者采访本次盛会，因为会上“太有料”，好半天才逛完一个展馆。与以往参加的各类展会、交易会不同的是，上述两会均为“国字号”的文化产业类会议，无论是策展设计、展商招募以及展会观众的吸附，均与“文创”有关，无处不在的惊喜发现令与会各方均有满满收获。

文/片 记者 乔昱佳

展会汇集“新玩意” 观众淘宝好机会

记者注意到，时下山东以手造为代表的传统文化、非遗正在加速复兴，仿佛“一夜之间”，冒出很多的新品来。

在枣庄市薛城展区，记者目光被一片青瓷展台所吸引。眼前这些瓷器多为传统形制，从古代青铜器、代表瓷器而来，釉色则融合古代著名的耀州窑、龙泉窑、秘色瓷等，形成令人耳目一新的神采。枣庄窑负责人刘兵开心地告诉记者，这些青瓷是自己花了8年时间搞出来的，把历史上经典的青铜重器、经典瓷器，变成今人喜闻乐见的酒器、陈设器。刷新人们对“枣庄窑”的认知。

刘兵介绍，得益于枣庄的制陶传统熏陶，自己从小对中国传统陶瓷文化感兴趣，对历代山东瓷器产业发展了了然于胸。历史上，山东曾出现枣庄、淄博、临沂等制瓷高地，窑火鼎盛。但随着发展变迁，目前仅有淄博陶瓷打出“当代国瓷”的旗号，外界对山东其他地方的陶瓷所知不多。围绕中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展，新时代的“枣庄窑”不断吸收外地先进成果经验，发挥自身传统优势，潜心研发、创新，希望能早日跻身“全国手造名牌”之列，让“枣庄窑”重焕风采。

枣庄市文旅局副局长贺飞蛟介绍，此次枣庄市带来手造、非遗、文创类展商约四十家，充分显示该市门类齐全、名品众多的特点和优势。

“山东手造我给一个解释就是‘非遗文创’，它的提出完全激活了山东底蕴极深的传统非遗潜力，使齐鲁文化由实力变成魅力，进而呈现出文旅一业兴其他百业旺的喜人情景。”贺飞蛟赞道：文博会相比以往旅交会、非遗博览会更有内涵，众多“非遗活化”项目令参会观众别样惊喜，参加后有获得感。

参会激发展商创业热潮 溢出效应极大

近年来，山东高度重视文化产业培育发展，通过连续举行文博会，彰显政策引导力。很多参展单位受到启发，回去大搞投资和研发，形成更高质量发展新兴产业，同时，引导与重塑消费市场。

巡馆中，记者目光被日照莒县一参展项目吸引，这里展出一批皮具手作，在以往山东各地手造中，此类很少。负责人王室友正在给来来往往的展商和观众介绍。他本人曾在韩国首尔开皮具工作室三年，积累了不少制作和研发皮具的经验。山东在大力发展文旅产业中，重视挖掘非遗价值，培育手造产业，很快形成一股热潮，令他做出回国创业发展的决定。参会中，王室友不停地忙着接待各方带队领导、非遗传承人、文化参展商、专业媒体人。很多观众对于山东手造皮具感觉比较新鲜，产生浓厚兴趣。王室友与之交流互动，一天下来收获满满。

在聊城山东福至天来农业有限公司展区，展出葫芦手造作品，小的一手可握住，大的约两尺高，件件精美可爱。来自山东大学的卢同学看了又看，摸了又摸，最后买了3个小葫芦。问及青年大学生为何喜欢如此“小玩意”？卢同学有着较深刻的理解，他说，平时自己需要有一些“很



搭上文化产业顺风车，小小葫芦托起大产业。

亲人”感觉的物品陪伴，朝夕把玩，时间久了就会带入感情，“小玩意”也仿佛有了自己的温度。有朝一日送给最亲近的人，也是一份情谊的寄托。

福至天来公司的参展代表李倩倩介绍，该公司是一家对葫芦产业全链条开发的企业，从葫芦的种植培育到研发制作、市场销售全涵盖，在方兴未艾的文化产业中独辟蹊径，“掘金”一方。

据介绍，聊城东昌府区自古就有葫芦文化传统，福至天来的目标就是要让社会上的更多人了解东昌府的传统葫芦文化。公司的负责人曾在文旅部门工作，后来下海创业，投身山东文化产业市场大潮中。

采访中了解到，山东连续组织承办文博会让各地文化参展商收获满满，滋生新的创业动能。展会期间，同业交流火热进行。一位济南观众看了一件异形葫芦作品后，惋惜地说不该刻字，刻字反而就不高级了。参展人员认为这一建议很有见地，要马上反馈回去。一起参会的高唐麦秆画文化传播有限公司负责人提出，自己可与葫芦文化进行嫁接，让两个非遗项目结合在一起，必有令人耳目一新的呈现。山东剪纸传承人也找来了，几位非遗传承人商议如何结合，创新发展。格局一打开，灵感全来了。

数字赋能农文旅 线下展会依然被倚重

第四届中国国际文化旅游博览会、第二届中华传统工艺大会呈现出先锋数字文化、数字经济与传统文化、文创产业以及乡村振兴等并驾齐驱的情势。共同融汇在展会这个“大熔炉”中，且并行不悖。

展会突出数字赋能，一方面，邀请到百度、网易、凤凰数字等数字头部企业参展，围绕文旅的人工智能、数字视听等，营造、展示其沉浸式、互动性的消费体验；另一方面，诸多涉农副食品类项目，借文化的翅膀起飞。

威海姜不老多福食品有限公司的丛先生介绍，文登当地制作面食有传统，名食在外。通过参加文博会，宣传当地的饮食文化，回去后提高工艺，也使自身的文化附加值有所增加。文登生姜种植量大，在面食中加入生姜粉，可以让不喜欢单吃姜片的孩子们也能吃下去，补足阳气对身

体好。上届文博会，由姜不老制作的一款喜饼被观众一抢而空，产品有了回头客。本届文博会为加大销量，特意订了两个展位，品种也增加很多。

记者在展会现场还看到一家鲁北的面粉企业现场做“空心面”，在会场摆开面阵，吸引很多观众围观，纷纷购买品尝。企业同时开展网上销售，观众扫码根据提示即可随时完成购买。

另外像临沂草柳编、肥城桃木雕、巨野工笔画，章丘、齐河等地地产的黑陶，一批乡土特色浓郁，承载一份乡村振兴义务的山东优秀手造产品，纷纷利用展会并借助现场网络直播等手段展示自身风采。

在网络信息发达，电商兴起，各地间居民往来频繁的今天，如何看待线下展会的意义？对此，接受采访的展商看法比较一致：宣传机会特别重要。

聊城山东福至天来农业有限公司李倩倩说，来参加展会有很重要的意义，首先是宣传，即便在当下，加强自身形象和产品的宣传仍是企业发展的大事、命门。各参展商在参会中若有精彩表现，将非常有利于市场拓展，扬名立万。有的参展项目还受到领导和嘉宾的青睐，提出鼓励意见，成为一段佳话，激励企业加速发展。而在宣传的同时，加上售卖更好了。这一点本次展会做得非常好。记者采访中，见到有工作人员正在统计销售量。

第四届中国国际文化旅游博览会、第二届中华传统工艺大会由中国文化产业协会、山东省文化产业发展协会主办，山东省旅游行业协会承办，蕴含产业发展的诸多风向标。展会突出国际、省际特色，走进来、引进来相结合，全国20多个省份都有名企或名品参加。

展会突出“创见美好生活”的主题，特设“创见美好”生活艺术文化融合展区。在场外设黄河大集展区以及黄河美食展区。每天都有精彩活动。据介绍，除了设于山东国际会展中心的主会场，还同步在济南设置20个分会场，在全省各地同期举办50余项系列活动。

山东是公认的文化大省、强省。很长一段时间，只体现在资源的实力上，通过持续举办高规格的文博会，有助于激活全产业链，不仅充分彰显齐鲁文化魅力，对树立和巩固文化强省的地位也有极大推动。

现场观察

记者 师文静

本届文博会“新瑰宝”集结，“新技术”首秀，“绿色潮”涌动，“山东手造”物华天宝，大放光彩。文博会五大展馆、九大展区汇聚了来自山东、全国乃至世界多个国家的手造精品，慢慢逛展，总是能遇到脱胎自传统手工艺、传统文化的新颖文创，让人为之欣喜。

济宁展馆的董氏冷兵器是文博会会上亮眼的存在，而更吸引大众目光的是基于冷兵器打造的文创产品。董现行是非物质文化遗产山东济宁董氏冷兵器第四代传人，近30年锻造一千多种兵器，他利用不锈钢等现代新型材料加工制作的古兵器，因选料考究、典雅贵重、纹饰巧妙等特色而名声远扬。董现行的展台展出的枪、棍、刀、剑、矛、斧、钺、戟、鞭等兵器很吸引观众。

这些董现行复古锻造的各式冷兵器，除了在博物馆展陈外，还很受传统文化景区、武术爱好者、收藏爱好者的喜爱，近年来定制兵器的订单越来越多。董现行还打造了用于健身用的剑、七节鞭、三节棍、武术棍等，扩大了冷兵器的受众群。

近一两年，董现行又开始打造冷兵器文创产品，比如玩偶、缩小版十八般武器、摆件等，让冷兵器以另一种形式进入更多人的视野。

去年，六百多平方米的董氏冷兵器博物馆在济宁落成，各类研学活动、高校学子实践活动、实训活动等随即展开，学子们到博物馆了解和学习冷兵器历史、冷兵器锻造技艺、生产冷兵器的全套机器使用方法等，很好地传播武器文化。

董现行告诉记者，中国武术其实就是别的国家没有的体育运动，所谓古兵器就是我们传统的体育器材，传播冷兵器技艺，就是传播传统文化，应该让我们独有的体育器材让更多人知道。

烟台展馆的万偶殿木偶剧也格外吸引参观者。展区内一排排创新木偶造型可爱、颜色亮眼、形象多样，引得小朋友跃跃欲试。

万偶殿展台的工作人员告诉记者，这些创新作品从传统提线木偶中获得灵感，展开改良优化，打造出更容易操作、大小合适、造型更卡通可爱的提线木偶。这些木偶包括现代卡通角色、传统经典故事角色等，比如《西游记》主角群、《花木兰》主要角色、《三国演义》“刘关张”等人物，还开发了相应的表演剧本，可以展开各类表演活动。消费者也可以购买提线木偶，自编自导故事，在家里体验木偶剧。

文博会上的“山东手造”琳琅满目，兼具生活化、时尚化、潮流化。除此之外，还有来自济南的木工手作、数字《鹊华秋色图》、来自滨州的海瓷、孙武文创产品、鲁绣香囊，来自临沂的手工桑皮纸、来自聊城“新三宝”等一一亮相，在展会现场诉说纯正的山东故事。

冷兵器文创吸睛，创意木偶很潮

文旅博览会上宝贝太多了