

今日运河

一纸蝶变只为一城

齐鲁晚报 2019.9.23 星期一 读者热线：0531-85193700
13869196706

渤海银行 济宁分行在售专属理财产品

产品名称	认购起点	业绩基准	期限
2019GH(金秋专属)	1万元	年4.55%	119天
2019GG263(新客户/新资金)	5万元	年4.51%	132天
2019GG244	1万元	年4.80%	707天

地址：琵琶山路新世纪广场西邻

财富热线：0537-6588688

6588698

6588658

产品详细情况请咨询网点

开放·融合·创新

第八届山东国际文化产业博览交易会济宁展区

济宁拿下泰山设计杯“组织促进奖”

连续四年举办“创意济宁”文化产品设计大赛

本报济宁9月22日讯(记者 汪泷 通讯员 高震) 正在进行的第八届山东国际文化产业博览交易会上,当“孔孟之乡 运河之都”的济宁展区人气爆棚的同时,为期近半年的山东省文创设计类最高奖项——泰山设计杯文化创意设计大赛也落下帷幕,济宁市委宣传部荣获“组织促进奖”。

本届文博会开幕当天,来自五湖四海的宾客就被济

宁展区丰富多样的文化旅游产品所吸引。而在现场的宣传视频以及展板中,不少宾客也都注意到了“创意济宁”这个连续举办三届的文创盛宴,“看了视频才得知,原来现场展出的这些精美的展品,其中大多数都曾在创意济宁上获得佳绩,而且也看得出来,得益于这场大赛的持续推动,济宁才能为积淀深厚的历史文化资源注入新鲜血液。”来自江苏徐州的一

位客商葛先生告诉齐鲁晚报·齐鲁壹点记者。

济宁展区展出的众多展品中,像诗礼夫子、至圣先师、周广胜木梳、豆神动漫等人气展品,几乎都参与过“创意济宁”文化产品设计大赛。济宁展区的负责人介绍,连续举办三年的“创意济宁”大赛,已先后吸引全球数以千计的文化企业、创意机构、艺术家、在校大学生等组织或个人积极参赛,累计参赛作品高达2000余

件,其中许多作品经过赛事主办方的积极推广,在文化旅游市场上均取得了不俗的市场反响。

而令人期待的是,第四届“创意济宁”文化产品设计大赛也已于今年3月份如期启动。高达18.6万元的总奖金、32个获奖机会,以及将在济宁巡展,都将为参赛的文化旅游产品提供最佳的发展路径。目前,大赛网络报名作品征集阶段已经临近尾声,也已经收到

了来自全球的数百件参赛作品,感兴趣的文旅企业、机构及个人,可以把握住最后的时机进行网络报名。

作为主办方的中共济宁市委宣传部、共青团济宁市委、济宁市文化和旅游局等单位,即将组织省内外的文旅专家组成评审团,对参赛作品进行评审。2019年12月上旬,将举办本届大赛的颁奖典礼,并将面向全市展示获奖作品。

冷兵器成了热销品 兵器订单接到“手软”

作为文博会的常客,济宁市的董氏冷兵器一向是济宁展区的热门展品。兴许是武侠文化在国人的心中总有一席之地,所以每逢文博会,非遗传承人董现行的冷兵器,不仅现场引得许多兵器迷抢购,而且还有许多企业、景区前来下单求购,“去年文博会,现场销售加订单,总额大概有80万元。”

董现行告诉记者,得益于济宁市的精心组织,他锻造的冷兵器总能在展会上大放异彩,“许多客商都是在文博会上得知,原来济宁也有能锻造冷兵器的企业。”虽然在历届文博会上积攒下了好口碑,董现行和他的冷兵器早已从过去的无人问津,到现如今的订单

不断,“展会这才开始半天,已经有好几家外省的企业前来咨询。”

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者看到,许多观众都被董氏冷兵器的制作工艺所吸引,纷纷表示买回家摆起来,也是一件非常不错的工艺品。而董现行也告诉记者,早在展会开展前一天,他布展的时候就有一位客商慕名前来,“他是做泥塑的,怕展会开始后人多我顾不上,所以特意提前来找我。”两人经过洽谈,这位做泥塑的客商为了给自己制作的关羽等人物的泥塑配上小号的金属兵器,一次性在他这里订购了近300把,“这下子工厂又得加班加点。”

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 汪泷

从自主开发到IP授权 济宁动漫有了市场主导权

自动画片《多宝一家人》成功上线以来,随着市场反响越来越好,济宁豆神动漫也再接再厉,在本届文博会上带来了《多宝一家人》第二季,原创卡通形象小呆鸡也成功授权广东一家企业。彰显出了济宁动漫企业正逐渐做大做强,在行业中也渐渐有了主导权。

“多宝的形象比较偏龄化,其主要面向的就是少年儿童。但随着市场的拓展越来越好,所以我们又推出了面向青年人比较喜欢的呆萌文化。”公司负责人赵立军告诉记者,“小呆鸡”的形象应运而生。

赵立军解释,其实呆萌并非贬义词,而是现年轻人的生活工作节奏都在加快,发呆成了一种生活状态,意思是年轻人希望能够有时间静下来,“所以我们推出小呆鸡,就是去迎合年轻人的喜好,让它

成为年轻人的朋友。”

而小呆鸡的形象一经推出,很快便获得了广东一家文具企业的青睐,对方主动找上门来,表示希望能够获得IP授权,把小呆鸡印到他们最新款的磁性黑板上,来丰富这款产品的形象感,“合作很成功,目前这款产品已经成功上线,而且接下来还有济宁本土的一家饮品企业,将把小呆鸡印到他们的饮料易拉罐上。”

赵立军表示,随着小呆鸡的成功授权,也表现出了济宁市的动漫企业正从过去单一的自主开发、自主推销,到如今像迪士尼一样可以进行IP授权,产业链也越来越丰富,“这说明了济宁的动漫产业正渐渐步入正轨,我们也将有希望掌握更多的市场主导权。”

齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 汪泷

邹城市深挖孟子文化,文旅企业创意不断

《邹鲁礼乐》声中,做足孟子“文章”



《邹鲁礼乐》表演吸引了众多宾客围观。

本报济宁9月22日讯(记者 汪泷) 在第八届山东国际文化产业博览交易会上,孟子故里邹城市成为了济宁地区首个设立独立展区的县域。在古色古香的展区氛围下,步入这里仿佛时空穿越千年,让宾客们在《邹鲁礼乐》的悠远乐声中,感悟孟子文化、孟母文化的千年魅力。

走进会展中心的D展厅,和一众现代化的展厅截然不同,一面仿古大门上写着的“孟子故里邹城”,让观众们感受到了与众不同的文化气息。当日上午,展会刚刚开始

便吸引了许多观众围拢在邹城展区外面。原来,邹鲁礼乐团创编的礼乐文化剧《邹鲁礼乐》正在上演。

伴随着悠扬的古琴声,身着汉服的乐手熟练而优雅地操作着面前的仿古乐器,这些平日里只能在博物馆中见到的礼乐器物,如今不仅就在观众面前,更是能发出令人陶醉的声音,一时间在古典的展区内,营造出了邹鲁文化的独特魅力。

而作为首次设立独立展区,邹城市也精心组织了十余家文化旅游企业,带来了极具邹城特色的文旅产品。

“这件孟母棋,是我们在邹东山区的农家文化中挖掘出来的,在当地考察时曾发现放羊的老人彼此时常在地上画个方格,用石块便能下这种棋。”邹城市圣城文化旅游发展有限公司副总经理苏艳芝告诉记者,这家文旅企业还结合邹城市丰富的儒家文化资源,创新性的开发了用皂角树制成的肥皂、含有智能AI系统的传统文化图书等。

记者了解到,本届展会,邹城市还带来了孟子研究院一体化、孟子大剧院提升改造、上九记忆小镇等一批重点文化旅游项目。

自动画片《多宝一家人》成功上线以来,随着市场反响越来越好,济宁豆神动漫也再接再厉,在本届文博会上带来了《多宝一家人》第二季,原创卡通形象小呆鸡也成功授权广东一家企业。彰显出了济宁动漫企业正逐渐做大做强,在行业中也渐渐有了主导权。

“多宝的形象比较偏龄化,其主要面向的就是少年儿童。但随着市场的拓展越来越好,所以我们又推出了面向青年人比较喜欢的呆萌文化。”公司负责人赵立军告诉记者,“小呆鸡”的形象应运而生。

赵立军解释,其实呆萌并非贬义词,而是现年轻人的生活工作节奏都在加快,发呆成了一种生活状态,意思是年轻人希望能够有时间静下来,“所以我们推出小呆鸡,就是去迎合年轻人的喜好,让它