

当古老遇见新潮

文创产品怎样才能真正为景区“带货”

随着旅游热度的不断攀升,游客已不满足于山川风物的观赏,更渴望在旅行中获得更深层次的文化沉浸与情感体验。兼具创意设计与地域特色的文创产品应运而生,它们不仅对景区营收起着重要的作用,也在悄然参与塑造着景区的品牌形象。

陕西这个旅游大省,如何让文创产品不再是一件冰冷的纪念品,而是提升景区知名度,成为讲述陕西故事、传递景区文化、激发游客情感共鸣的桥梁,这是当前陕西文旅从业者面临的新挑战。

山水人文 触手可及的情感纽带

当游人漫步于沉稳壮阔的古城墙与庄严伟岸的大雁塔时,他们渴望带走的不仅是美丽的风景照片,更是能触动心灵的文化印记。

“兵马俑看了、城墙上、大雁塔看了、不夜城打卡了、汉服写真拍了……马上就要回去了,咋能两手空空?”6月23日,大雁塔景区,正在挑选“塔宝”玩偶背包的浙江游客文女士边笑边说。

文女士对手中的“塔宝”爱

不释手,这款设计灵感源自千年古迹大雁塔的作品,以其精巧的构思赢得了她的喜爱——小巧的双脚与饱满的身体形成了对比,显得软萌可爱,那双灵动俏皮的小眼仿佛在顽皮地说:“你怎么才看到我?”文女士选了同系列的好几件商品,包括背包、挂件、玩偶等,准备带回家留作纪念、送给朋友当伴手礼。“这次来,感觉西安很跳脱,很有亲和力。”

而董女士在游览西安城墙

时,看到众多游客与威武的“金武士”合影留念,可生性内敛的她实在不好意思走上前。后来,当她看到一款以“金武士”为原型的毛绒公仔时,就立即将其收入囊中,作为温馨而又特别的纪念。

采访中记者发现文创商品已超越了单纯纪念品的角色,而是满载地域故事、历史情感与艺术创新的温暖使者,为景点镌刻上独一无二的文化烙印和情感温度。

设计“诚心” 文创的灵魂所在

然而,并非所有的文创产品都能让游客买单。文女士告诉记者,她在各地旅游时,见过不少文创产品,但大多只是简单地缩小仿造,缺乏设计,审美落后,且同质化严重、与时代毫不搭界,不像“塔宝”设计得这么时尚俏皮。采访中,旁边的游客也都表示目前大多数景区文创吸引力较弱,“感觉每个点卖的东西都挺像的,没有印象深刻的作品,刚看见还行,见得多了就审美疲劳。”“做得很粗糙,和当地文化没有关联。”“说真的,有点土得掉渣,很难引起购买欲。”

“要想文创产品真受欢迎,得让它既有文化味儿,又得赶时髦、实用,还得瞅准大家喜欢啥。”一旁的店主坦言,“那些老气横秋、没啥新意的东西,就算买回去了也是放着落灰,根本不能宣传咱这景点。”

如何提高文创产品的独特性和创新性,成为了设计师们面临的重要任务。陕西省非遗产业促进会会长袁红认为,文创产品若要触动人心,就必须超越物质属性,成为情感的载体。让文创产品真正成为景区“带货”的秘密武器,不仅需要创意的火花、情感的连接、跨界

的合作,更需要对文化的深刻理解和对市场趋势的敏锐洞察。“设计者应深入研究消费者心理,创造更多互动性强、情感价值高的产品,让游客在购买的同时,完成一次文化体验和情感旅行。这些设计不仅要让人眼前一亮,更应在无形中传承人文的温度。”

袁红建议,文创不应局限于某一形态,而应与时尚、科技、日常生活等多领域跨界结合,让文创产品以新潮的形式融入现代生活。让文化元素在日常生活中自然流淌,才能真正完成成为景区“带货”的计划。

赋能景区 陕西文创的创新实践

陕西,这片蕴藏着中华文明深厚根脉的土地,为文创产品的开发提供了无尽的灵感与素材。我省诸多景区都致力于文创产品的创新研发,力求通过多元化的产品线,为文旅产业升级开辟新路径。政府也通过举办设计大赛、强化版权保护等策略,激励原创精神,培育具有影响力的文创品牌。

比如,精致复刻的葡萄花鸟纹杨贵妃同款香囊,不仅重现了唐代精湛工艺与审美情趣,还将千年前的宫廷风情巧妙融入现代生活;体型憨态可掬的“唐富贵”摆件,以幽默诙谐的方式展现了盛唐时期的繁荣气象与文

化自信;兵马俑象棋,将庄严的兵马俑形象趣味化,让古老文物在轻松游戏中获得新生;尤其是陕西知名文创品牌“唐妞”,就是陕西历史博物馆与西安桥合动漫科技有限公司打造的文博原创IP形象,从2015年开始,先后开发出古风创意团扇、联名款杯套、手提袋、漫画科普书籍等30多款产品,涵盖多个品类。

此外,诸如七七熊猫公仔、宝塔砚台、社火脸谱、各景区开发的冰箱贴、钥匙扣等小巧实用的衍生品等,每一件都是对景区文化的创意诠释与现代表达。琳琅满目的陕西文创好物,不仅展示了陕西深厚的历史文化

底蕴,也体现了文化与创意产业的融合发展,成为推广陕西文化、传递文化自信的绝佳“带货”王,让每一位拥有它们的人,都能感受到来自陕西的诚挚邀请和文化魅力。

深入挖掘景区文化的独特性,创造个性鲜明的文化IP,是每一件文创产品应当承载的使命。陕西的文创产品,正以新颖的形式演绎着古老故事,不仅让游客带走了一份独特的文化记忆,更让世界通过这些小小的文创产品,感受到了陕西乃至中华文化的独特韵味与时代活力。

本报记者 夏明勤

大型话剧《把一切献给党》走进西安高校

本报讯(记者 朱娜娜 实习生 杨阳)6月24日,西安工业大学邀请辽宁大连话剧团创作的大型话剧《把一切献给党》走进校园,师生共同重温了被誉为“中国的保尔·柯察金”的英模人物吴运铎的光辉人生。

话剧以吴运铎临终之夜回首往事为开场,瞬间将观众带回那个战火纷飞、英雄辈出的年代。随着剧情的推进,演员用精湛的演技,将革命先辈的英勇事迹和无私奉献精神演绎得淋漓尽致。观众仿佛穿越时空,亲身经历那段波澜壮阔的历史。剧中,革命先辈们面对艰难险阻,始终坚定信念,将个人命运与党和人民的利益紧密相连。他们

为了革命事业和人民幸福,不惜牺牲生命,这种崇高的精神境界和伟大的爱国情怀深深地感染了现场观众。

本次展演在西安工业大学进行两场,每场时长两小时。下午场主要面向2024届毕业生,是学子们走向社会前的一堂生动的“思政课”,以此勉励他们从中汲取奋进的力量。晚场主要面向全校师生代表,让他们重温英模人物吴运铎的光辉人生,从而坚定理想信念,筑牢精神之基。

话剧《把一切献给党》迄今现场演出、线上直播共计60余场,观众达50余万人次。2024年3月,该剧入选国家艺术基金2024年度传播交流推广资助项目。

3V3羽毛球赛西安站火爆开场

本报讯(记者 陈飞波)6月22日至23日,西安导航羽毛球馆再次成为羽球爱好者的聚集地,2024道达尔能源·李宁李永波3V3羽毛球赛点燃了古城的运动热情。这是该项赛事自诞生以来的第15届,它起源于国家羽毛球队特殊的训练方式,注重队员间的协作与走位,经过15年的演变被广大羽毛球爱好者所喜爱,并因其集产品体验、运动体验和赛事服务于一体的多元化特色而备受赞誉。

本次西安站比赛报名开启仅48小时便迅速报满,展现了西安浓厚的运动氛围和广泛的群众

基础。世界冠军徐晨的到场使现场气氛达到高潮,他不仅与球迷互动,还为选手们提供了宝贵指导。赛事设置了青少组、女子组、家庭组及亲子组,鼓励不同年龄段的参与者通过运动引领健康生活。

据悉,整个赛事期间,共有810名羽毛球爱好者参与角逐。他们不仅在两天里通过激烈的比拼展现自身的实力,还将争夺进入2024道达尔能源·李宁李永波杯3V3羽毛球赛全国总决赛的资格。这场比赛不仅是对于体力和技术的挑战,更是对团队合作以及相互间默契的考验。

宝鸡市医疗机构疾控监督员全部进驻开展工作

本报讯(记者 朱娜娜 实习生 杨阳)按照宝鸡市医疗机构疾控监督员制度试点工作安排,目前,宝鸡全市医疗机构疾控监督员制度试点工作正式进入实施阶段。

连日来,由宝鸡市卫生健康委组织人员带领宝鸡市疾病预防控制中心、宝鸡市卫生监督所选拔的8名“市级专职疾控监督员”正式进驻宝鸡市中心医院、宝鸡市人民医院等8家宝鸡市卫健委直管医疗机构开展疾控监督工作,同时,由宝鸡各县区遴选产

生的80名专职疾控监督员也相继进驻辖区医疗机构开展疾控监督工作。

截至6月20日,宝鸡市专职监督员88名(市级8名、县区80名),兼职疾控监督员364名(市级17名、县区347名),疾控监督联络员957名已全部进入医疗机构疾控监督工作状态,标志着宝鸡全市医疗机构疾控监督员试点工作正式进入实施阶段,覆盖全市各级各类公立医疗机构、基层医疗卫生机构和社会办医院。

黄陵矿业铁运公司优化行车调配保煤炭增运

本报讯(周安博)黄陵矿业铁运公司优化行车调配保煤炭增运,数据显示,运煤车辆平均停时(核减后)稳定保持在6.4小时/车以内,截至6月23日,累计发运煤炭844.5万吨,较去年同期增运31.5万吨。

据悉,今年以来,黄陵矿业铁运公司面对运量持续高位运行、到达车辆集中、管内线路施工、灾害治理等多重压力,努力压缩各

单位、各工序配合衔接过程中的空费闲置时段。紧盯调车、检车、接发列车作业,优化货检流程,减少二次作业。

同时,统筹推进和卡控列车调、编、装、检、运各个环节,从组织各站均衡作业入手,不断规范集装箱装车对位作业,持续提高集装箱装车、对位作业效率,科学安排整列配车。快发多发双龙站直发列车,从源头上减少重复用挂作业。

陕西文旅 绽放四季的繁花之约