

旅游商品瞬间打动游客

本报记者 赵 珊 文/图

吃、住、行、游、购、娱，购物是旅游六要素之一，但购物却不是出游的必须。游客在旅游中可能分文不花，也可能一掷千金，这取决于旅游商品是否能打动游客的心，激起游客的购买欲望。什么样的旅游商品才能让游客高高兴兴地掏腰包呢？

众多精品闪亮登场

这是一件名为大美长白的变色茶台，磨盘外形，上面竖有两块长白山型的小巧石雕，茶台遇热水时立刻变成一潭湖蓝色的水，意为天池，长白山山水环抱的景象呈现在眼前，令人眼前一亮。那是一个便携式音乐香薰机，是结合了中国传统中草药和现代科技的创新产品，又集香薰、夜灯、蓝牙音箱、充电等多功能为一体，让人爱不释手。

毛皮画拉杆箱、长江江豚石钟灯、人文意境丝带、平津战役益智棋、《千里江山图》茶道用品、布达拉宫立体便签本、喀纳斯野生动物立体书、充电笔记本……在第11届中国国际旅游商品博览会现场，一件件精美



荣获2019中国旅游商品大赛金奖的大美长白变色茶台。

实用又富含创意的旅游商品吸引了众人的目光，每件旅游商品都能激起人们的兴趣。

据文化和旅游部资源开发司司长徐海军介绍，本届旅博会从旅游商品设计、旅游商品展示、旅游商品交易等环节全方位引领了旅游商品创新和旅游消费服务的潮流。展会展品来自77个国家和地区，集中展示世界各地的特色商品和文化旅游创意。

展会期间，2019中国旅游商品大赛评出了东方密语·人文意境丝带长巾系列等10个金奖；纸铺·旅游环保纸品创意系列等20个银奖；布达拉宫立体便签本等50个铜奖。中国旅游协会旅游商品与装备分会秘书长陈斌向记者介绍说：“从获奖作品来看，多数参赛旅游商品充分展现了文化内涵，已逐渐脱离贴画式的文化表达。中国旅游商品大赛已成为旅游商品创新的风向标。”

把文化创意买回家

旅游商品一直都是中国旅游业发展的一块短板。曾经，游客常常抱怨，走遍东西南北，在景区景点见到的旅游商品千篇一律、做工粗糙，同质化严重。比如丝巾，可以说几乎任何一个景区都把它作为了旅游商品。你在杭州、海南和东北，能买到一模一样的丝巾。随着人们出游频次增多，游客看到这些旅游商品时，越来越失去了购物的欲望。现在，这种状况已经发生了改变。陈斌介绍说，中国的旅游商品已从以工艺品、纪念品为主的狭义旅游商品时代，逐步向利用文化资源、物产资源、技术资源等地域特色旅游商品时代转化。

记者认真欣赏展品发现，这些旅游商品有一个共同特点，就是浑身散发着浓浓的文化气息。在一件件旅游商品中，总能找到书法、绘画、美食、服饰、书籍、笔墨纸砚、乐器、瓷器、玉器、剪纸、皮影、刺绣、中医药等某种中国文化元素，很多旅游商品就是一件精致的文创产品。买一件富含文化韵味的旅游商品，其实是游客对某种文化的喜爱，对某种审美的认同，就是把文化创意买回了家。

旅游商品富有文化创意，不一定只是一味创造出全新的产品，老面孔

也能焕新颜。比如说，背包挎包手提包是最常见的旅游商品之一，很容易同质化。但展会上各色包包却特点十足，一款海南沙滩多用包，通过变化配件配饰，可以化身成四五种不同功能的包。背上一款簪花仕女图、兰亭序等著名书画图案的包，文艺范儿脱颖而出。

文化创意产业在旅游领域的拓展和延伸，为旅游商品注入动力。如今，把文化创意设计融入旅游产品开发，走入大众生活已成为了一股新潮流。

旅游商品要有特色

来自广西南宁的旅游达人邝伟楠告诉记者：“我觉得具有明显地域特色的旅游商品是吸引游客购买的关键。比如在云南昆明，我喜欢买当地用玫瑰花做的鲜花饼，因为它是昆明特色。此外，旅游商品还应具有实用、价格适中、方便携带等特点。这样，游客才更喜欢购买。”

旅游商品要想打动游客，需要具备哪些特征呢？陈斌向记者分析说：“人们购买旅游商品和平时在常住地购物、网上购物不同，游客的购物时间很短，所以一件好的旅游商品需要瞬间打动游客的心。如果选旅游商品像看懂一本说明书，需要太久时间来决定是否购买，这就不是好的旅游商品。比如，新疆夏天很热，喝冰饮料并不好，一个55度杯正好满足需要。这就是瞬间打动。”

旅游商品要具有生活实用性、地方特色化，还要有创新、有创意，才能受到市场欢迎。陈斌表示，游客最大的需求是生活化的旅游商品。能打动游客的旅游商品要具有功能新、造型新、材料新、工艺新等，再附上文化，不是贴画的方式，而是有创意地和商品完美结合的文化，给人感觉就不一样，科技、文化、艺术，缺一不可。

陈斌说，外形漂亮堪比摆件的路由器、时尚高雅的智能手链、功效独特的手工皂、不易粘连的菜刀……无不以生活化为前提，再与文化结合，成为生活必须、特色明显的旅游商品。先生活，后文化，为幸福生活而开发特色旅游商品逐渐成为开发的主流理念。

嘉年华请来八方客 创新带动乡村振兴

澄迈古村打“国际牌”

董 欣 谢文湘

“万年火山沧桑海，千载古村继前贤。”日前，一场国际创新嘉年华活动，让海南澄迈罗驿村这个古老村落一下子变得热闹起来，村民及国内外专家学者汇聚一起，共同探讨罗驿村“再造新生”，为澄迈县乃至整个琼北火山岩地区乡村振兴提供示范。

海南本土文化的瑰宝

琼北地区众多的火山古村落是海南本土文化的瑰宝。石道、石门、石屋、石井、石盆、石墙、石臼……大量火山岩材料的生产生活用品，形成了独具特色的火山岩文化，也见证了人与自然相融合的历史变迁。近年来，澄迈县突出保护与开发结合，把古村落保护纳入乡村规划建设，修复人文遗存，挖掘历史文化价值；同时，启动火山古村落群申遗工作。

澄迈县把古村落保护与城乡一体化、生态文明建设、农村文化建设等共同推进，培育乡村旅游品牌，打造旅游服务产业，带动高效生态农业发展。目前，全县申遗的23个火山古村落中，已有15个人选中国传统村落名录。乡村公园、农家乐、乡村客栈、休闲养生馆、放心菜园、果园采摘、特色农产品销售等“生态优势”已成为乡村“经济优势”，不少农民通过赚“生态钱”“文化钱”走上致富之路。

古村燃起振兴之火

罗驿村已有800多年历史。整个村落传统建筑集中连片分布，36条石板村道交叉相通，村前湖泊环绕，人文遗迹鳞次栉比。千百年来，和睦、孝顺、感恩、诚信、重文兴教的传统美德在罗驿村代代相传。火山古村落群申遗工作启动后，澄迈县挖掘整理罗驿村人文古迹，整修村里的古驿道、节孝坊等，恢复古村落原貌。打造精品工程，实现乡村振兴，罗驿村如何才能发展的更好？澄迈县近日以罗驿村为蓝本，开展国际创新嘉年华活动，希望在创意创



海南澄迈罗驿村国际创新嘉年华现场。谢文湘摄

新方面为澄迈乡村发展再添新动力。

“这次我们与本地村民充分融合，了解他们的需求后，再做振兴规划，自下而上多个利益共同体一起讨论，相信对投资、文物保护、发展路径等都会有很好的结论。”参加活动的芬兰阿尔托大学城市规划专家安西教授说。

罗驿村变身“国际范儿”

来自国内外专家学者与村民直接互动交流，深入了解罗驿村的人文历史、特色建筑、文化遗产、传统技艺和农副特产等，了解村民的所思所想所需。

“这是我第一次来到中国的乡村，罗驿村丰厚的历史人文底蕴、良好的生态环境以及中国家族聚居式的生活方式让我们大开眼界。如果能挖掘利用这里的文化历史，促进休闲旅游业发展，乡村振兴未来可期。”芬兰赫尔辛基大学历史学教授劳拉说。

负责本次国际创新嘉年华工作营活动的同济大学设计创意学院教授、上海国际设计

创新研究院常务副院长方运升博士说：“历史人文是罗驿村最大的特色，但要实现乡村振兴，还需要融入更多现代元素，例如5G、人工智能等手段，让古村发展更加与时俱进。”

国际工作团队将以国际眼光，为罗驿村提供“再造新生”方案，让罗驿村成为国内外游客关注的“中国古村”，成为澄迈乃至琼北地区火山古村落实现乡村振兴的示范和标杆。

罗驿村村委会副主任李运达说：“这么多国内外专家、学者来到村上，帮我们谋划发展，罗驿村的未来一定会更加美好！”



欢迎关注本版微信公众号
“人民日报行天下”

广西巴马·山沟沟

山沟沟变成度假好去处

权晟 周国强 文/图

广西巴马瑶族自治县被称为“上天遗落人间的一块净土”。这里，奇山秀水、锦绣田园遍布乡野，步步是景；这里，长寿文化、民俗风情特色鲜明，处处含韵。巴马不仅是长寿养生国际旅游区的核心区，也是深度贫困县。风景无法直接变为“钱景”，如何让“开门见景”的山区群众，拥有一条具有巴马特色的旅游脱贫致富路呢？

摸索多年后，巴马找到了答案：通过“企业+村集体+农户”“配套产业+乡村旅游+农户”“基地+文旅产品+农户+旅游购物+技能培训”等旅游扶贫模式，让秀美山水结出扶贫硕果。贫困户收获旅游产业带来的红利，吃上了“旅游饭”。如今，放眼美丽寿乡，无论是赐福湖畔、盘阳河两岸，还是瑶山深处，红色故土，旅游扶贫的春风所到之处，致富之花渐次开放。

旅游景区扶贫是通过景区强大的带动功能，把周边村落作为景区休闲、观光和民宿文化体验承接区。在仁寿文化源景区，贫困户不仅可以通过土地流转入股获得分红，还能到景区务工，获得稳定收入。旅游线路扶贫，即通过串联相邻或者类似的乡村旅游景点，多方面带动线路沿线贫困村落的经济发



巴马休闲养生田园

展。近年来，巴马先后将6万多贫困人口全部纳入全域旅游发展范围，除了一如既往地支持以赏花、采摘、养生、度假为内容的农家乐、民俗游外，还把过去

零星的旅游景点转变为全域旅游，并大力推动旅游与康养结合，让游客由三五天的观光转变为十天半个月的养生休假，敢烟、坡月、仁乡、坡纳等一批旅游村落迅速崛起。

产业兴则经济活，经济活则农民富。在旅游扶贫的带动下，巴马的山沟沟变成了休闲度假的好去处，老宅子变成全国“候鸟人”“稀罕”的好地方，农家饭变成城里人津津乐道的“新口味”……

随着文旅深度融合，“旅游”不断做加法，“贫困”不断做减法，巴马旅游扶贫的循环“造血”功能日益增强。去年，全县旅游业继续保持强劲增长势头，共接待国内外游客657.85万人次，同比增长24.17%，实现社会旅游总消费64.92亿元，同比增长36.44%。

未来，巴马将继续深入挖掘贫困村屯的自然山水、人文历史、民族民俗等特色旅游资源，以“旅游+文化”促进文旅共进，“旅游+农业”促进农旅一体，以“旅游+城镇”促进产城融合，以“旅游+服务业”促进三产优化，以业态的多样化促进旅游与其他产业融合发展，以旅游精准扶贫助力脱贫攻坚、助推乡村振兴。

海外游客池州品茗

张靖雯



留学生品尝祁门红茶。刘小娟摄

日前，20多个国家的160位留学生走进安徽池州有68年历史的制茶老厂房——安徽润茶业公司的老厂房品茗。祁门红茶是中国茶文化的代表之一，池州市“祁门红茶”老厂房融合了文博艺术、文化旅游、工业遗产、历史人文诸多创意。如今，该厂房已被选入“第二

批中国20世纪建筑遗产名录”。池州市副市长贾璋日前在《悠远的祁红——文化池州的“茶”故事》首发式上介绍说，池州有丰富的人文旅游资源，将开展“做工业、游工业”的文化特色旅游，而“国润祁红”正是“文化池州”建设的一个重要内容。

世界旅游联盟举办义乌对话

探索旅游目的地高质量发展

本报电（记者赵珊）由世界旅游联盟、义乌市人民政府主办的“世界旅游联盟·义乌对话——旅游目的地高质量发展”论坛近日在义乌开幕。此次“义乌对话”通过高端论坛和专家对话的方式，聚焦全域旅游的发展、文旅融合的实践和旅游业态和商业模式的创新。

当前，中国旅游业进入大众旅游时代，旅游出行需求呈现出高品质、多元化、个性化的特征，正在从旅游高速增长阶段转入优质旅游发展阶段。论坛旨在着力解决影响广大游客旅游体验的重点问题和主要矛盾，着力创造广大游客需求升级紧缺的新产业和新业态，着力构建高品质的旅游目的地。

世界旅游联盟秘书长刘士军表示，旅游已成为新时期人民群众美好生活和精神文明建设的重要内容。目前，中国旅游业正在进入提高管理服务水平、提升旅游品质的新阶段，对

旅游目的地高质量发展提出了新要求。面对新形势，各方应该形成合力，才能更好更有效地推动旅游目的地高质量发展。

北京大学教授吴必虎认为，中国旅游已经进入大众休闲消费时代，中产阶级成为休闲旅游消费的绝对主力，单一的观光型旅游产品已经无法满足中产旅游消费需求，打造目的地异地生活方式将会成为中产旅游新体验。

世界旅游联盟是由中国发起成立的全球性、综合性、非政府、非营利的国际旅游组织，以“旅游让世界和生活更美好”为宗旨。截止目前，世界旅游联盟会员已达182个，来自全球38个国家和地区。世界旅游联盟自2017年成立以来，已先后成功举办了大河文明旅游论坛、上海合作组织旅游合作研讨会、中欧旅游年“欧盟蓝”点亮活动以及“世界旅游联盟·湘湖对话”等丰富多彩的活动。