

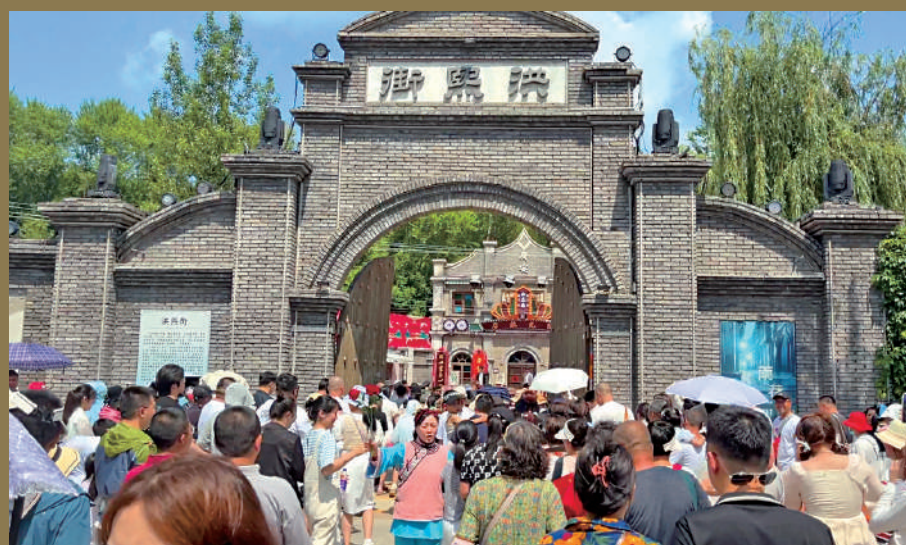


▲民俗園內裝扮好的朝鮮族公主隨處可見。



「旅遊僅靠門票收入的時代，已經過去了，經營模式單一的景區，生存空間越來越窄。」長春蓮花島影視休閒文化園（長春蓮花島）聯合創辦人孫語良慨嘆。爲了擺脫困局，長春蓮花島開發文創產品和旅遊商品，近半年累計收入倍數增長。吉林工程技術師範學院教授、旅遊管理專業負責人李埋表示，「景區+文創」讓老牌景區重煥活力，逐漸成爲許多景區盈利增長引擎。

大公報記者 盧治（圖、文） 林凱（文）



▲蓮花島洪熙街前人潮洶湧，成爲國內外遊客鄉村旅遊目的地。

吉林省推沉浸式影視體驗 力拓少數民族風情 傳統景區打好文創牌 盈利倍增

穿越抗聯街道，體驗民國風情。作爲東北首家「沉浸式」影視體驗旅遊項目，長春蓮花島以民俗文化、影視文化及東北抗聯文化爲主題，仿造了民國時期的長春街道，復古了21家店舖，通過「演藝」+「紅色」+「文旅」的模式營運。

孫語良坦言，長期以來，全國各地景區收入在旅遊業佔比非常低，大約介乎5%至10%，沒有什麼可以買來紀念的文化創意產品，成爲景區發展的頭等難題。發展文創產業，是延伸景區產業鏈、擴大旅遊消費、推動旅遊業提質增效的有效途徑。

提升研發水平 為旅遊賦能

今年4月，長春蓮花島與吉林省愛未來文創集團簽約合作，實現「景區+文創企業」模式。5月，「長春禮物」在長春蓮花島洪熙街內正式開業。長春禮物產品經理沈迪表示，開店5個月，「長春禮物」文創店客流量達10萬人次，總營業額超50萬元（人民幣，下同）。孫語良透露，文創店刺激景區近半年客流量達68萬人次，累計收入4500萬元，增長率120%。

李埋介紹說，文化產品要爲旅遊賦能，必須提升文創產品的研發水平。近年來吉林省文化創意產業呈現以市場爲導向、企業爲主體、龍頭引領、項目帶動、產業聚集的發展特點，文創產業綜合實力有所提升，逐漸成爲旅遊吸納客源。

愛未來文創集團創始人艾立兵認

爲，「長春禮物」+蓮花島模式，更容易讓遊客接受，主要原因是，深受青睞的新潮文化產品蘊含地方文化和景區特色，跨界融合的方式更容易吸引遊客。他說，具地域特色的文創產品，能夠加深遊客對該城市的印象，有助推廣城市。蓮花島店收益見好，「長春禮物」已把經營模式複製到偽滿洲博物館、長春龍嘉機場以及吉林省國家廣告產業園。

租民族服飾拍照 體驗獨特文化

11月初，東北天氣開始轉冷，來自浙江的單澤汀、劉爽夫妻倆身著朝鮮族新婚服飾，興致勃勃在延吉市的中國朝鮮族民族園拍照。「兩套服裝搭配妝容，還有獨立的跟拍攝影師，才花1000多元，卻能體驗獨特的朝鮮族文化，非常值得。」園區運營總監朱保坤介紹，園區日均人流量1萬人左右，依託朝鮮族民族文化，更吸引了多個電視劇組前來拍攝。朱保坤認爲，節目組進園，對提升延邊州旅遊知名度、推廣民俗文化具有積極意義。

吉林倚重偽滿皇宮、長影製片廠、淨月潭、蓮花島等重點景區。吉林省文旅專家團專家施立學表示，吉林很多地域文化沒有完全發掘出來，長白山下的天女浴躬被認爲是大清的龍興之地，滿族文化的發祥地，可以圍繞天女浴躬池，發掘康熙、乾隆東巡的故事，發掘文創產品，而東巡路過吉林地界的各個驛站，更可以深入挖掘。



▲依託文創產品，「長春禮物」成爲南北北往的遊客都來打卡的地方特色伴手禮文創店。



▲近五百米長的洪熙街，展現了老長春洪熙街的繁華魅力。

全省接待遊客 2538.86萬人次
●同比增長 113.56%
●恢復至2019年同期的 139.95%

今年中秋國慶假 吉林省文旅市場

實現旅遊收入 192.15億元人民幣
●同比增長 179.29%
●恢復至2019年同期的 143.03%

主要特點
●旅遊景區人潮湧動
●夜間文旅產品受追捧
●鄉村旅遊特色民宿人氣爆棚
●中遠程休閒度假需求攀升

資料來源：新華社



▲瓷板畫清晰度，且不褪色、不發霉。

文創產品獨具特色 鑰匙扣日賣數百個

「第一次來長春，總想買些紀念品回去。」來自廣西遊客雷宇說：「這裏帶有長春印記的書籤、杯墊、貼紙和小禮品，價格合理，帶回去送朋友也是一份心意，我一共買了8件禮物，總價不超過300元（人民幣，下同）。」

「鑰匙扣的價格是12元、冰箱貼15元、手工皂38元，還有其他長春文創地標產品，價格大都在5至50元不等。」「長春禮物」總經理沈迪介紹。在蓮花島店，針對蓮花島現有的IP（知識產權）洪熙街、鐘樓，以及其他地標建築的形象，「長春禮物」設計團隊設計開發了鑰匙扣、手工皂、冰箱貼等的文創產品。其中，單價12元一個的鑰匙扣最好賣，每天能賣出幾百個。

瓷板畫融入本土鄉情

沈迪認爲，每一件產品都離不開消費者人群分析、文化梳理、產品定位、市場營銷等方向內容，所以本土文創相關設計更需要了解所在地文化，本地人對家鄉都有一份獨立感情，所以「長春禮物」的大部分團隊都是本地人。

吉林泓雨軒北部陶瓷文化藝術公司總經理謝麗麗指出，通過吉林省文旅專家團隊的指導，創作出結合地方文化、融合陶瓷特性、符合本土鄉情的陶瓷文創作品。截至目前，共開發出瓷板畫、陶瓷水杯等5大類20件文創作品，其中，瓷板畫可以將藝術照或水墨畫一比一還原，清晰度高且不褪色、不發霉，目前定價爲每平米4800元。



▲蓮花島洪熙街形象文創雪糕。



▼帶有蓮花島洪熙街、鐘樓等地標形象的文創鑰匙扣。

非遺手藝吸金能力強

一舉兩得 滿族、朝鮮族的美食，能傳揚文化，也能「吸金」。

鳳吉園買家火鍋店2014年10月在外地成立首家加盟店，隨後陸續有12戶商家加盟。賈鑫作爲火鍋店第五代傳承人，他表示，按照合同規定，每年每家加盟費5萬元人民幣，但是近年考慮到受疫情影響，就把加盟費免掉了。他希望將滿族烏拉火鍋推廣到全國各地。

「我婆婆作爲延吉市非物質文化遺產朝鮮族活米露第三代傳承人，也將非遺手藝轉換成經濟價值。」崔錦表示，除了經營旅拍店，在景區內還承包了一個小院子，院內還原了幾十年前朝鮮族村屋裝修風格，爲旅拍遊客提供取景地的同時，也經營米露、米腸、烤蛋等朝鮮族小吃，「不能小瞧這些小吃和小的文創產品，每天能有近萬元的收入呢，景區現在淡季很少，寒冷的冬天也會有非常多的遊客來拍雪景，熱乎乎的米露每天能賣100多杯。」



▲鳳吉園買家火鍋店是鎮上規模最大的滿族火鍋，至今已140餘年。

陶瓷火鍋熱賣 公主旅拍有價有市

生意興隆 吉林省吉林市是滿族發祥地之一，延邊州是中國僅有的朝鮮族自治州，以及最大的朝鮮族集居地區，有能吃能收藏的「滿族火鍋」，也有「當一天朝鮮族公主」的旅拍體驗，有價有市。

火鍋首批百套 單價近萬三

走進吉林泓雨軒北部陶瓷文化藝術公司，在中央放置了一套帝王黃釉色滿族瓷火鍋。該公司總經理謝麗麗介紹，那是「滿韻清風」陶瓷火鍋，是無價寶，不售賣的，但是來店裏的人都很喜歡，於是公司將其轉變了釉色和花紋，衍生了3個釉色系列。首批只做100套，每套售價12800元（人民幣，下同），如今僅剩20多套。

「近期，在這3套的基礎上，又衍生出年輕人喜歡的靑釉滿族火鍋，造型更簡潔，價格更親民，幾百元一套，非常受歡迎，還沒有正式推向市場，就有人把實驗品買走了。」謝麗麗認爲，民俗文化不僅是傳統藝術瑰寶，還是推動經濟社會向前發展的新興生產力，吉林有深厚的民俗文化底蘊，要用好民俗文化這張王牌。

「吉林」滿語是「烏拉」，距離吉林市區

30公里外的烏拉街滿族鎮，鎮上超過三分之一共97家商戶從事餐飲，全都可以吃上烏拉火鍋。烏拉火鍋源於滿族及其先民的民俗生活，私房佐料配製講究，每家都有自己的秘方。鳳吉園買家火鍋是鎮上最大的滿族火鍋，店舖營業面積800平方米，至今已有140年歷史。火鍋店傳承人賈鑫表示，旺季的時候每天平均80桌，640餘人次。按照人均消費70元計算，單日收入44800元，生意最好時，每天更達到150多桌，1000人次，單日收入達70000餘元。

旅拍店忙碌 員工月入萬元

「當一天朝鮮公主」的體驗項目非常吃香，推動了旅拍、美妝朝鮮族民族服裝租賃等行業發展。在民俗園附近，這樣的店就有200多家，在延邊州則有上千家。崔錦今年5月加入朝鮮族旅拍行列，在中國朝鮮族民族園開辦「崔尚宮民俗服飾」旅拍店，店內還原、改進300套朝鮮族服飾，基本套餐299元，最忙時候7位化妝師每天連續工作12小時。有兩位化妝師之前分別在理髮店和影樓擔任助理，據其中一位化妝師孫麗表示，之前每月只能賺三四千元，現在月入萬元不是問題。



▲賈鑫的母親正在爲客人裝扮滿族服裝。



▲謝麗麗向記者展示陶瓷文創火鍋。



▲陶瓷火鍋有3個釉色系列，首批做了百套。