

旅游纪念品: 何时走出“都是义乌造”的印象

□ 史林静 骆飞 蔡馨逸

本应为旅游目的地独一无二的纪念名片,却以“同一张脸”出现在全国各地旅游景点,“同质化”“低端化”甚至“地摊化”成为我国旅游纪念品市场的尴尬标签。

甚至有人编段子调侃:义乌人民出去旅游一定没啥意思吧,毕竟纪念品都是从你们那拿货的。旅游文创产业如何更好地承载文化内涵、民俗风情及深层价值,如何满足游客对美好文创产品的需求,成为文创纪念品市场需要面对和思考的问题。

A 杭、苏、蜀、下,在哪儿卖叫哪绣

国庆节前,笔者在西安大雁塔、大唐不夜城、书院门步行街等景区走访看到,景区周边销售旅游纪念品的小商店里摆放的主要是皮影、剪纸、兵马俑摆件和印有大雁塔、钟楼的冰箱贴、扇子等,销售内容大同小异且缺乏设计感,做工不够精致。

笔者近期在多地景区采访发现,木梳、披肩、帽子、手串等成为多数景区的标配型“地方特产”,不同的是四川地区景点会多一些熊猫造型元素,陕西纪念品中兵马俑元素更为常见。更有甚者,一块一模一样的丝帕,在杭州叫“杭绣”,去了苏州叫“苏绣”,到了四川成了“蜀绣”,在河南又称“下绣”。

贵阳市花溪区的5A级景区青岩古镇的

古街巷道人潮攒动。沿街银饰、挂件、吊坠、民族服饰等琳琅满目。热爱旅游的四川游客徐海说:“这些东西虽然冠以当地民族特色,但一看就知道是从小商品市场里批发来的,没兴趣。”

当地一家银饰商店店员跟笔者坦言,这几年游客越来越多,但真正买东西的却越来越少,很多人进来拍个照片就走了,“感觉游客对旅游产品越来越挑剔,可商品都要从外面进货,我们也没有办法啊!”

在中部地区一些博物馆,所谓的文创设计也只是将文物的平面图案或者书画作品上的图案直接印制在丝巾、抱枕、手机壳上,缺少趣味性。甚至有些景区的纪念品销售橱窗常年蒙尘,售卖古文书籍、地球仪、石雕、首饰等与景区定位完全不符的“纪念品”。

旅游商品同质化的同时,也一定程度存在低端化、地摊化现象,真正能够结合当地和景点自身特点开发出的文创产品成为稀缺品。

有“商品”无“文化”也制约了旅游文化产业的发展。数据显示,发达国家旅游购物占旅游收入的比例在60%至70%,而目前我国旅游购物的比重还不到40%。“我们不缺购买力,缺的是能看得上的产品。”河南一家做文创产品的书店店长刘磊说。

一些地方积极尝试从设计、生产、销售、营运等多个环节理念创新,深度开发旅游纪念品市场。但研发费用、政策倾斜、市场开拓、知识产权保护等方面的力度不够,让优秀

创意无法落地。

陕西省社会科学院文化产业与现代传播研究所所长王长寿看来,目前旅游文创市场产品同质化现象较为严重,主要是一些企业看到利润后一窝蜂搞文创,只靠模仿复制赚快钱而不注重文化内涵的挖掘;相应地,对那些原创意识强的企业来说,创意产品很容易被模仿和抄袭,被侵权者维权难度大,市场上出现了劣币驱逐良币现象。

“经过市场调研、设计、反复更改最终投产的原创产品,无论卖得再好,不出两个月,市场上肯定会有同类产品出现。”刘磊说,“长期下去,谁还愿意做原创?”

此外,人才和创意的缺乏也成为行业持续健康发展的短板。“目前文创产业的门槛不高,但要做好很难。”陕西华夏文化创意有限责任公司总经理朱先慧说,大部分的文博单位在文创产品自主开发上都面临着缺钱缺人缺运营的窘态。文化创意产品开发人才不足,尤其是创意研发、经营管理、营销推广人才紧缺等制约文创产品开发。

B 纪念品如何告别“大众脸”

如何打破旅游纪念品粗制滥造的局面,让创意变成拿在手实实在在的,一些专家和业内人士也给出了自己的思考。

——文创产品以“文”当先,让旅游与文化深度融合。在河南博物院文博商店,以武

则天的文物“武器金简”为原型设计出的“贪、懒、忌、胖、妒、怒、痴”橡皮擦时常卖断货;在西安华清宫景区,葡萄花鸟纹香囊、翼虎、大秦帝国象棋、汉礼姗姗等兼具历史文化与实用性的文创产品,受到市场欢迎。

在文物文创领域耕耘8年头的陕西华夏文化创意有限责任公司,经历了由主营文物复制仿制开发,到文物复制、文创产品与旅游纪念品“三管齐下”的转变。总结转型经历,朱先慧说:“消费者对文创产品的期待是注重文化属性,历史文化内涵的发掘与创新展现形式任重而道远。”

知名策展人、安徽大学农村经济研究所研究员左靖对此表示赞同。他认为,目前国内大部分旅游纪念品的开发缺乏对乡土文化的梳理和提炼,资本诉求过于直接和急促。旅游文创产品的灵魂是地域文化特色,因此首先要梳理文化资源,摸清楚哪些能够产业化做成旅游文创产品。

——加大人才培养力度,将现代创意和传统工艺结合。刘睿说,旅游文创的核心在于创造,而创造的关键在人才。他介绍,贵州黔东南苗族侗族自治州州府所在地凯里市依托凯里学院,增设民族文化创意等专业,加大专业人才培养。同时,探索与东部沿海地区知名文创企业合作,通过“请进来”的方式,让这些企业参与地区文化挖掘、文创产品研发等,



从而生产出更多符合市场需求的文创产品。

——注重知识产权保护,让市场的创造力和政府的引导力更好结合。“知识产权保护不好,就会影响原创积极性,也会造成文创市场发展。”具有15年从业经历的设计师樊响说,加强文创市场知识产权保护显得尤其重要,建议结合本轮机构改革强化文化市场的监管和知识产权保护力度。此外,文化产业越来越受到各级政府重视,应围绕加强文化创意扶持、文化产业企业培养等,进一步完善政策。

笔者在采访中感受到,不少地区仍依赖于“门票经济”,对地区旅游文化内涵挖掘不深,甚至在有的知名景区,旅游文创几乎没有开展,也成文创行业发展缓慢深层次原因。我国经济进入新常态,旅游业也面临转方式、调结构的黄金战略机遇期。使旅游朝着更加有品质、更加有文化内涵的方向前行,能有力地推动中国传统文化传承。

经济观察

信息窗

韩城车务段提前做好防寒过冬准备

寒露节过后,天气渐冷,韩城车务段提前做好防寒过冬各项准备工作,严格落实冬季运输安全要求,确保冬运安全。

该段针对管内地处陕北、渭北高原,冬季冰冻来得早的特点,对管内设备进行地毯式排查,并对候车室、售票室、行李房、货场等场所的防火安全进行全面检查,及时更换、补充消防器材,彻底消除安

全隐患。组织职工学习防寒过冬知识,对500多名干部和行车职工进行了防寒过冬业务考试,提升了干部职工安全防範和冬季安全作业能力。对外露的油、水、风、气管道及阀门、仪表进行包扎防寒。修订完善应急处置预案,清点扫雪除冰应急备品,确保发生冰雪凝冻灾害发生时,车站能够及时快速处置。

□ 姚风雷 尹军玲

国网榆林供电公司加强反窃电专项检查

10月10日,国网榆林供电公司反窃电专项检查领导小组制订下发了详细的工作方案,将坚持重点排查与全面普查相结合,进一步加强日常用电检查和反窃电工作,提高用电检查的效率;并针对窃电规律和窃电技术新动向制定针对性预防措施,健全相关制度,提高技术上防窃电、管理上遏制

窃电的综合能力,并加大窃电安全隐患的整治力度。

同时,该公司还加大反窃电工作宣传力度,宣传窃电违法犯罪行为,努力营造良好社会氛围。加强与当地政府和公安、司法机关的联系沟通,协作配合,联合查处违规违约用电行为,形成长期、持续的反窃电高压态势。

□ 马倩



“延长石油首批国VI汽油产品正式投放市场!”10月1日,在延长石油所属的炼化公司国VI汽油产品首发仪式上,随着炼化公司总经理李军的一声令下,五辆满载国VI汽油的罐车从炼化储运车缓缓驶出,标志着延长石油国VI汽油正式投放市场并销往全国各地。

□ 曹锋 摄

陕西公布2018年第3批产品质量监督抽查结果

省质量技术监督局近期开展了第3批省级产品质量监督抽查,同时对输水管等4种工业产品进行专项抽查,并公布结果。此次抽查涉及日用及纺织品、轻工产品、建筑和装饰装修材料、农业生产资料等7大类24种产品。

根据抽查,合格率为70%至89.9%之间的产品有:课业簿册、合成树脂乳液外墙涂料。合格率为90%至99.9%之间的产品有:服装、合

成树脂乳液内墙涂料、建筑油漆、木质门、钛及钛合金加工产品、橡胶密封制品。

其中,课业簿册样品从西安、咸阳、汉中、西咸新区等地区的生产企业中抽取,4批次产品不符合标准,涉及白度、封面定量项目不合格。合成树脂乳液外墙涂料2批次样品不符合标准,涉及耐沾污性能项目不合格。

合格率100%的产品有:校服、卫生纸、纸巾纸、热轧带肋钢筋、热轧光

圆钢筋、冷轧带肋钢筋、混凝土外加剂、建筑防水涂料、绝热用模塑聚苯乙烯泡沫塑料(EPS)、绝热用挤塑聚苯乙烯泡沫塑料(XPS)、机床产品、柴油机油、汽油机油、饲料加工机械、输水管、机动脱粒机共16种产品。

据介绍,省、市有关质监部门将按照相关规定对不合格产品及其生产企业进行处理。不合格产品及其企业名单可在陕西省质监局门户网站进行查询。

□ 邵瑞

幸福都是奋斗出来的

——清华德人西安幸福制药有限公司深化改革带来的启示

□ 本报记者 阎瑞先

9月25日上午,秋雨绵绵,凉风习习。站在位于周至县集贤镇工业园区的清华德人西安幸福制药有限公司“幸福大健康高技术产品生产基地”建设工地,项目现场负责人李伟自豪地说:“这个投资6亿元、占地300多亩的生产基地明年建成后,将成为具有国际领先水平的天然药物生产基地,形成年300亿元的生产能力。”

今非昔比。“要是放在二十年前,投资建设这么大的项目,我们连想都不敢想!”该公司董事长杜成强感慨万分。追溯企业所走过的艰辛历程,从一个小小农企业到全国成长最快的生物医药企业之一,从资不抵债濒临倒闭的特困企业到国家火炬计划重点高新技术企业,该公司用近二十年深化改革、创新发展的实践,生动地诠释了“幸福都是奋斗出来的”这句话的深刻含义。

深化改革

濒临倒闭企业焕发勃勃生机

清华德人西安幸福制药有限公司原名西安幸福制药厂,是省政府为落实国务院“三门峡移民库区和库区老知青返城”的国家大战略于1987年成立的农垦小企业,原始注册资金仅有133万元,总资产500万元。由于企业投入少、设备陈旧、技术落后,安置了600多名返城老知青及其家属,人员包袱沉重、资不抵债,经营一直处于困境之中。勉强维持到1999年,企业的年销售额仅为50余万

元,生产的产品主要以小青龙玻璃瓶糖浆为主,连同给咸阳步长、康惠、太极等搞手工包装来维持400多名职工的生活,人均月工资仅210元。

1999年3月,杜成强被任命为公司总经理。面对一穷二白的烂摊子,他和领导班子一起,团结带领职工,从转变经营思路入手,以市场为导向,以改革为手段,调整产品结构,极力开发新产品,建立全国营销网络,使企业逐步走出困境。之后,他们对企业进行股份制改造,使之成为民营企业。先后建成西安新城总部、灞桥生产基地、三原生产基地等。其中,三原生产基地日生产量达到10万瓶,日产值达到600万元。

科技创新

走“产学研”协调发展之路

自然静软胶囊是该公司与西安交通大学合作研制的具有润肠通便功能的天然高端保健品。经过科技攻关,已完成了药材配方组合的试验研究,填补了多项国内空白,申请国内发明专利3项,国际发明专利3项。

像这样的高科技产品,在该公司还有好多种。在深化改革中,该公司积极与清华大学、中国中医科学院、第四军医大学等科研院所紧密合作,走“产、学、研”协调发展之路,专注于现代中药相关技术研究,建成了陕西省创新药物中试工程中心、陕西省企业技术中心等,与西安交大联手建有“天然血管活性药物筛选与分析国家地方联合工程中心”。

同时,经过多年的苦心经营和技术升级改造,该公司16条生产流水线通过了新版国家GMP认证和QS认证,通过了国际质量管理体系ISO9001认证、国际环境管理体系ISO14001认证、国际职业健康安全管理体系OHSAS18000认证,拥有自营进出口贸易权。

正因为拥有较强的研究开发和生产加工能力,目前该公司获得国家专利26个,陕西省名牌产品5个,西安市名牌产品6个,国家批准文号产品42个。在陕西省政府公布的75个医药优势产品中,该公司生产的生血宝合剂、热安宁合剂等6个产品位列其中。

经过持续有效的科技创新,该公司完成了产品结构调整及全国销售网络布局,企业经营成效卓越,2018年1-6月实现销售收入9.6亿元,同比增长29.9%;实现利税1.16亿元,同比增长14.8%。近五年来,企业利税连续以30%左右的平均速度增长,连续五年获陕西省工业增速百强企业,是近年来我国发展速度最快的生物医药企业之一。

依靠职工

为职工打造“幸福家园”

在企业改革改制中,该公司始终坚持以人为本,全心全意依靠职工办企业,全面落实职工代表大会制度,大力推行并深化完善厂务公开和项目公开,建立健全领导、公开、监督三种机制,将厂务公开纳入企业各项管理制度之中,保障了职工合法权益,促进了企业改革与发展,先后荣获

西安市五一劳动奖、陕西省五一劳动奖状等殊荣。

无论企业怎么进行改革,企业都坚持与职工依法签定《劳动合同》,缴纳“五险一金”,按时发放劳保用品、劳保福利,及时报销医疗费,发放防雾霾口罩、防暑降温用品等。企业工会组织开展的“夏送清凉”、节日慰问、义务劳动、春游、体检等活动,以及职工福利餐厅、职工书屋等一大批惠及职工的工程已建成投入使用,让职工感受到企业的温暖。该公司工会主席段新荣说:“为使职工享受到企业发展的红利,企业改制以来,平均每年工资和年终奖发放标准都上调了15%以上。”

近年来,企业工会相继开展了“假如我是总经理”“我为企业献一计”“职工技能比武”“我为企业降本增效献计策”“学习十九大,向党员看齐心里话”等活动,累计收集“微建议”500余条,创效300万元。他们还把职工素质提升作为一项重要任务来抓,加强技能培训、岗位练兵,开展核心价值教育、道德大讲堂等专题培训,鼓励大家提升学历层次,增长才干。

幸福都是奋斗出来的。为打造职工更加幸福、消费者更加满意的现代化制药企业,目前该公司仍坚持深化改革,以技术引领和服务创新做大做强健康产业,与国际知名健康企业“美国强生”对标,持续加大科研投入,初步完成健康领域6大产业布局,预计到“十三五”末销售收入有望突破100亿元,年利税20亿元。

商海观潮

第三方评估不能未成熟先变味

□ 常俊

近年来,社会上涌现出越来越多的第三方评估网站或APP,不少人根据这些平台给出的信息去选择产品、岗位等,平台的影响力也越来越大。据报道,最近有网友反映,第三方评估平台造出的“好物”并不好用,对岗位的评价也有杜撰的成分;一些被评价的企业反映,第三方平台暗含“不给钱就差差评”的潜规则,企业深受其害。吃饭、购物,无论是网上还是线下操作,不少人都习惯先在第三方评估APP上查询,对比一番,这大大降低了人们消费时的信息不对称状况。与这种用户习惯的养成相对的,正是近年来一大批市场化的第三方评估网站或APP的诞生和兴起。但是,依赖第三方评估的消费者和被评估的企业,都参与到对第三方评估的“吐槽”

上来,说明目前第三方评估市场确实存在着公信力的问题。这次媒体报道主要披露了当前第三方评估的三大乱象:自评评测标准,评价可随意杜撰,恶意评价时有发生。这些乱象说明,目前第三方评估仍缺乏足够的规范,无论是评测标准不明,还是评价立场存在偏差,都与第三方评估最重要的独立、公正、客观属性直接背道。如果纵容这些乱象的衍生,不仅会造成对用户的误导,实际也将伤害整个第三方评估的公信力。比如,同样一件产品,在不同的第三方评估平台,所得出的评估结论完全不一样,既让消费者无所适从,也构成对被评估的产品和企业不公。因此,由谁来“评估”第三方评估,已是个必须引起重视的问题。

较之于发达国家,我们的第三方评估市场起步较晚,但近年来发展势头很猛,也正因此,相关监管体系的出台滞后于行业的发展步伐。在很大程度上,

随着简政放权改革的进一步推进,第三方评估市场也是承接公共权力下放的重要一环,其作用范围不仅限于普通消费者,还包括对诸多公共事务和公共政策的评估。发达国家的专业表明,一些具有良好专业积累和较强公信力的第三方评估机构,在重大公共政策参考和评估上往往扮演着不可替代的重要角色。可以说,在现代社会的公共政策制定上,都应该予以足够重视。

去年有媒体报道说,有关部门已经开始着手起草“各级政府第三方评估指导意见”,将对第三方评估的范围、主体、评估者的资质、委托的方式、评估的公开等作出规范。这将是第三方评估市场走向规范化的第一步,希望这一步能够尽快迈出,推动第三方评估行稳致远。

左右观点

电子商务法明年1月1日实施

堵住电商交易税收漏洞

电子商务法将于明年1月1日正式实施。根据该法规定,“电子商务经营者销售商品或者提供服务应当依法出具纸质发票或者电子发票等购货凭证或者服务单据”。尽管此前有关法律法规对经营者已明确要求其应向消费者提供发票,但电子商务法再次以法律形式对此作出明确,必然会给那些不向消费者提供发票以借此逃避税收的电商经营者套上“紧箍咒”。

作为我国电子商务领

域的首部综合性法律,电子商务法的主要目的在于促进电子商务产业健康发展。电子商务法要求电商经营者依法向消费者提供发票,其目的除了堵塞税收漏洞外,更多的考量则是着眼营造公平的电商竞争环境。尤其是在当前不少电商经营者不提供发票作为主要避税手段的情况下,电子商务法把提供发票作为电商经营者应尽的基本义务,在客观上能起到堵塞税收漏洞的作用。

□ 张智全