

# 让传统工艺“活”起来

## 以手造为媒,构建文旅产业发展新模式

权威发布

昨天上午,市政府新闻办召开“烟台手造 仙手创造”主题系列新闻发布会第二场,介绍山东手造烟台综合展示中心的运营情况,并回答记者提问。

发布会上,烟台市文化馆馆长张硕从坚持推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的“1”条路径,贯彻文化数字化战略、乡村振兴战略、黄河战略的“3”项战略,推动文化传承、社会美育、文化产业、文旅融合的“4”个发展这三个层面,全面介绍了山东手造烟台综合展示中心2023年工作的开展情况。

### “3”项国家战略 擦亮“山东手造”品牌

张硕介绍,今年2月,山东手造烟台综合展示中心正式面向社会免费开放。中心突出“传统与现代链接”“手造与非遗融合”“守正与创新并举”的策展理念,集中展示烟台手造、烟台非遗代表性项目以及与其相关的文创衍生产品。同时,创新打造沉浸式公共文化新业态,成为集“游购娱食学”等于一体的文创网红打卡地和城市宣传新地标。

围绕国家文化数字化战略,创新打造公共服务新业态。作为非遗大市,山东手造烟台综合展示中心通过打破传统文化场馆设计、打破传统空间的感知界限、打破文化的单一传播方向和传播形式,以沉浸式新业态圈粉年轻人,



山东手造烟台综合展示中心陈列的八仙主题文创产品。

展现沉浸式文化活动的丰富样态。今年9月,山东手造烟台综合展示中心(烟台市非遗体验馆)成功入选文化和旅游部“沉浸城市故事会”国家级试点,成为文化领域沉浸式体验的引领者和推动者。

围绕乡村振兴战略,培育发展优势非遗企业。张硕介绍,近年来,烟台市文化馆积极为非遗传承人、传统手艺人提供专业培训、资源扶持。组织100余位烟台市非遗传承人及从业人员参加抖音短视频培训;组织莱州毛笔、烟台面塑等16个非遗项目参加“2023山东夏日消费季”活动等,在实现生产

性保护当中促进经济发展,助力乡村振兴。围绕黄河战略,推动文旅深度融合。策划推出了“大美民间 海河之约”胶东民间窗花剪纸艺术展沿黄九城市巡展,先后赴济南、菏泽、济宁等地,以组织展览、交流互动等方式,搭建起省内馆际交流的活跃平台,推动烟台与沿黄城市文化资源共享。

### “4”个领域发展 让传统工艺“活”起来

近年来,烟台进一步助力“4”个领域发

展,让传统工艺“活”起来,让“老手艺”成为时代“金名片”。作为历史文化名城,烟台文化资源丰富,中心展陈涉及56个项目、9大类别、1000余件实物展品。在保持固定展陈的基础上,临展厅每2个月更新一次主题,先后举办各种精品展览,并在节假日推出夜间延时开放等系列主题活动,推动优秀文化传承发展。

眼下,烟台正打造非遗美学美育研学地,培育非遗“大师工坊”传习品牌,定期邀请非遗传承人和手艺人展示技艺、传承实践。开设研学课堂,推出16期“非遗星期六”、18节“非遗选修课”等针对性强、内容丰富的非遗研学服务项目,共有4万余人次参与游学研学。

目前,我市的“龙口粉丝”入选“好品山东”区域公共品牌,4家企业获“好客山东”品牌商标使用授权,7家企业入选“山东手造·优选100”名录,2家企业获评省级非遗工坊,入选数量居全省前列。全市认定41家市级非遗工坊、100家县级非遗工坊,其中政府主导打造的所城里非遗手造特色街区,首批引进19个项目免费入驻。

作为高品位的文化空间,中心在自身特色文化吸引力的基础上,打造数字创意互动区、旗源旗袍裁缝店等场景体验区,并在天井小院先后举办烟台手造新春市集等系列沉浸式体验活动,与所城里、朝阳街、芝罘湾等热门文旅打卡地联动、交相呼应,对烟台旅游品质提升起到重要推动作用。

YMG全媒体记者 张洁  
通讯员 旅宣 摄影报道

## 设立关爱老兵公益基金 发动社会各界捐款100余万元

本报讯(YMG全媒体记者 秦菲 通讯员 陈平 陈晓云)近日,记者从烟台市退役军人事务局获悉,新一届双拥模范城创建以来,该局做好优抚安置工作,设立关爱老兵公益基金,发动社会各界捐款100余万元,在全省率先开展“眼健康、耳健康、牙健康”活动,为老兵开展白内障手术、配发助听器、安装义齿,有效解决老兵晚年生活中的视力模糊、听力障碍、牙齿松动“三大难题”。组织开展驻军与烈属“结对子”,筹集社会资金对烈属住房应修尽修。

突出精准就业培训,烟台市退役军人事务局先后承接全省退役军人“双全双百”就业创业培训改革试点、全省退役军人“就业直通车”培训试点。开发“军岗专享”就业创业服务平台,实现退役军人培训、就业推介、创业辅导等线上“一站式”办理,是全省唯一入选大数据创新应用的典型案例。

探索军休网格化服务管理模式。重新对全市6个服务管理站的军休干部进行调整,建立起“以站为块、以支部为片、以联络员与党小组长为点”的三级服务管理网络。注重发挥党支部教育管理作用,新组建16个军休党支部,重新对支部人员进行调整,形成点、面、线相结合的服务管理机制。积极拓展多元服务方式,构建服务管理站、军休党支部、社区党组织和其他社会组织共同参与的服务体系。完善军休干部联络员和军休工作人员两支队伍组织架构,全市共架设以军休党小组组长为联络员的服务网络115个,服务联系网络初步形成。

## 我市发布道路结冰黄色预警 今明两天仍然有雪

本报讯(YMG全媒体记者 秦菲 通讯员 谢彤)昨日下午,烟台市气象局发布最新天气预报:预计28日夜间到29日白天,烟台沿海海面,西南风5~6级转西北风6~7级阵风8级,烟台市气象台继续发布大风警报。烟台市气象台继续发布道路结冰黄色预警信号,受冷空气影响,预计今天白天,烟台各区及龙口、招远、栖霞有小雪局部中雪,莱州、莱阳、海阳局部有中雪。今天夜间到明天,烟台市北部地区有小雪。

具体预报如下:  
28日夜间到29日白天:多云转阴,莱州、莱阳、海阳局部有小雪,其他地区有小雪局部中雪;西南风转西北风,海面5~6级转6~7级阵风8级,陆地3~4级转5~6级;沿海-3~4℃,内陆-5~7℃。空气污染气象条件预报:气象条件有利于空气污染物扩散;森林火险气象等级:二级(较低风险);一氧化碳中毒潜势预报:四级(容易)。

29日夜间到30日白天:阴,北部地区有小雪;西北风,海面6~7级阵风8级转6级,陆地5~6级转4~5级;-4~4℃。  
11月30日夜间到12月1日白天:阴局部有小雪,转多云;西到西北风,海面6级转6~7级,陆地4~5级;-4~5℃。

# 建30多处民宿打造“村味”休闲游

## 张格庄镇推进乡村旅游基础设施建设

本报讯(YMG全媒体记者 权立通 通讯员 侯心怡)福山区张格庄镇立足打造有历史记忆、地域特色的美丽乡村,积极推进乡村旅游基础设施建设,不断提高游客乡村旅游的体验感,在西水疃、楼子口等4个村建设民宿30余处,依托绿水青山资源为游客提供绿色农产品和“村味”休闲旅游,

以旅游带动农业,助力乡村振兴。

近年来,张格庄镇将乡村旅游发展深度融入乡村振兴、生态文明建设,促进一二三产业有机融合。充分挖掘“中国大樱桃第一镇”“航天女教师王亚平家乡”等特色名片以及绿水青山的资源优势,以“风情张格庄、人文樱桃乡”为主题,将村与村

串珠成链、连片成景,发展了以东凤村、权家山村等15个采摘园为核心的红色大樱桃采摘游,以崂岬寺为核心的金色静心文化游,以门楼水库和库区村为主的蓝色库区风光游,以楼子口村蓝湾和兴程食用菌产业园为主的绿色果蔬体验游,以车家村途远为主的青色民宿休闲游五条精品旅

游线路,擦亮了“五彩张格庄”旅游品牌,切实将张格庄打造成为烟台市的休闲后花园、烟台市乡村旅游集散地、烟台市中高端休闲度假目的地,积极推动构建“文旅融合”“农旅融合”新格局,为农村发展壮大赋予新动能,为农民生活注入新活力。

# 张裕走进北京大学 对话葡萄酒行业未来

编者按

11月25日,主题为“中国风土 中国味道 中国文化”的第一届大学生葡萄与葡萄酒科学文化节在北大开幕。

第一届大学生葡萄与葡萄酒科学文化节由北京大学现代农业学院和生命科学学院共同举办,旨在为高校与产区、企业搭建沟通桥梁,推动中国葡萄酒文化的传播,提升年轻群体对中国葡萄酒产业的关注与自信。

活动期间将举办“中国风土葡萄酒与乡村振兴”论坛、“最受大学生欢迎的中国风土葡萄酒”大赛等多项活动。其中“最受大学生欢迎的中国风土葡萄酒”大赛遴选全国产区100家优秀企业及产品,由全国各大高校的百大学生评委团公开、公正品鉴评选。

为让高校学子全方位感受中国葡萄酒的风土魅力与品质实力,张裕携旗下多款产品亮相现场:包括畅销全球50国的龙渝、“全球XO盲品赛”冠军可雅白兰地、外国元首访华宴会用酒爱斐堡、“全球大单品盲品冠军”张裕解百纳以及张裕专为年轻人打造的小萄葡萄酒等。

品质是根 技术是基 营销是魂

当天,张裕公司董事长周洪江先生应邀出席开幕式,并发表主旨演讲。

1892年,爱国华侨张弼士先生怀着



可雅15年XO。

“实业兴邦”的梦想,在山东烟台创立了中国第一家葡萄酒企业——张裕,由此拉开了中国葡萄酒产业化的序幕。

如今,张裕已经成长为一家国际化的企业,在全球布局了14座酒庄、拥有25万亩葡萄基地,旗下产品畅销到全球80多个国家和地区。

全球权威品牌价值评估机构Brand Finance发布的“2023全球最强葡萄酒&香槟品牌”榜单上,张裕以最高分位列第一名。

“今天来到北大,专门做了一下‘功课’,张裕葡萄酒和北大是有缘分的。”周洪江董事长介绍,北大老校长马寅初先生,曾在1932年张裕成立40周年纪念时欣然题词,以“白兰悠香,葡萄美汁”赞扬张裕美酒的品质。

同样担任过北大校长的胡适先生,也曾为张裕题词“葡萄美酒,爱国血诚,酒人之友,国货之精”,称赞张裕的爱国之心。

回顾张裕131年的发展,周洪江董事长与大家分享了三点深刻感受:

第一,产品质量是根。张裕建立了“以葡萄原料为基础、市场导向、标准引领、全过程精准控制”的质量控制体系。

此外,张裕还建设了行业领先的“产品质量安全控制平台”和国际领先的“全产业链分析检测平台”,能检测葡萄酒、白兰地生产全过程的208个安全性指标,为产品质量安全国际化标准体系建设提供了重要的检测保障。

对产品的严格把控,使张裕产品质量得到越来越多的国际认可。去年仅张裕本土品牌就在Mundus Vini世界葡萄酒大赛、Decanter世界葡萄酒大赛、FIWA法国国际葡萄酒大奖赛、柏林葡萄酒大赛等世界权威赛事拿下100枚大金奖和金奖,而今年到目前为止,张裕已经获得215枚大金奖和金奖,远远超过全球排名第二的企业。

第二,技术研发是基。技术是品牌最重要的护城河。目前张裕拥有包括2002年挂牌的行业第一个国家级企业技术中心、2003年设立的业内第一个博士后科研工作站在内的十大科研创新平



张裕公司董事长周洪江先生致辞。

台。其中,博士后科研工作站已进站8名博士后,6名已出站。在酿酒人才方面,张裕拥有来自中国、法国、奥地利、西班牙、澳大利亚、智利等葡萄酒主产国的65名酿酒师,是国内科研平台最多、技术力量最强的葡萄酒企业之一。

在葡萄酒板块,张裕战略品牌龙渝开创的“红酿白”——以红葡萄品种赤霞珠酿出的干白葡萄酒,被誉为“来自中国的真正具有开创性意义的葡萄酒”。

在白兰地板块,可雅牵头制订的、即将推出的白兰地国家标准,提出了世界白兰地最高标准,包括在世界范围内首次提出“酒庄白兰地标准”等级,设立了XXO新等级,增加不允许添加橡木提取液的规定;在国际白兰地相关标准中第一次增设了高级醇限量等判定过程真实度的量化指标;可雅主持的陶坛储存对白兰地风味影响的研究及应用、中国白兰地风味特征及风格特点研究都达到了国际领先水平。

围绕葡萄酒、白兰地全产业链关键技术,张裕一共获得国家、省、市级科技进步奖32项;国家发明专利21项;主持或参与制订国家标准、行业标准20项。

第三,营销推动是魂。“营销的本质是为用户创造价值。”周洪江董事长表示,在葡萄酒文化推广普及上,张裕不断

提升中国葡萄酒的文化体验。

1992年,张裕率先建成中国第一座专业化葡萄酒博物馆——张裕酒文化博物馆。目前,张裕酒文化博物馆已经第四次焕新升级,与时俱进地为游客带来“智能互动+数字化”的沉浸式体验。

与此同时,张裕还在全国布局了超过50家城市体验馆,让全国各地的消费者可以近距离体验葡萄酒文化。此外,每年张裕在全国打造超过10万场品鉴会,与消费者面对面地推广葡萄酒,让更多人感受到中国葡萄酒的魅力。

中国风土 张裕味道 世界品质

“展望未来,我们要坚持‘中国风土张裕味道 世界品质’的理念。”周洪江董事长表示:葡萄酒是风土的产物,我们的产品自然离不开中国风土。未来,张裕要更多地应用中国酵母、中国橡木桶,打造出更具中国风土特色的产品。“张裕味道”要求我们的产品能够凸显张裕的风味特点、有张裕特色的香气,让消费者一喝就知道是张裕的产品;“世界品质”则要求我们在和世界顶级产品同台竞争时,要有不输甚至更胜一筹的实力。

“作为传统产业的葡萄酒产业,也需要不断创新。”周洪江董事长强调,未来,

张裕还要坚持更大力度的创新。第一是产品的创新,张裕将充分发挥中国风土多样性的优势,提供不同风格特点的产品。同时研究不同消费群体,尤其是年轻消费群体的喜好,满足更多人群的需求;第二是数字化赋能,张裕不仅仅要做到在企业内部通过数字化管理提高效率,更重要的是要通过数字化的赋能,建立起企业和市场、消费者的沟通渠道,努力成为全球葡萄酒行业数字化转型走在最前面的企业;第三是营销模式创新,在传统营销模式的基础上积极创变,通过寻求更多跨界的合作伙伴,在圈层营销上实现更大的突破。

在当前酒类消费中,相比白酒、啤酒,中国葡萄酒的“蛋糕”比较小,消费氛围不足。但周洪江董事长指出,“中国有着庞大的人口基数,在当下消费者更注重健康的消费趋势下,作为国际化的酒种、低度碱性饮料,中国葡萄酒有着巨大的发展潜力。”

携手做好葡萄酒普及推广

青年人是时代的未来,也是葡萄酒行业的未来。

见证国家由大到强的年轻一代消费者,不仅有着更广阔的视野,对中国葡萄

酒的风土、文化也有更高的探索欲。近年来,国内不少大学设立了葡萄酒社团,中国学子在世界大学生品酒大赛的成绩也经常名列前茅,向世界证明了自己的专业与实力。

这次张裕与兄弟企业组团走进北大,积极助力大学生葡萄与葡萄酒科学文化节,正是希望一起携手做好中国葡萄酒的普及推广。

一直以来,张裕始终保持与青年人的交流,为中国葡萄酒产业的未来尽己之力。

在品类创新上,张裕内部成立了创新领导小组,专门研究低度葡萄酒、果汁葡萄酒、气泡酒等创新品类。

在营销创新上,张裕通过打造中国葡萄酒时光艺术展、葡萄酒音乐会、露天电影消夏酒会等形式,传递葡萄酒的美好生活方式。

周洪江董事长表示,未来,张裕将继续坚定中国葡萄酒的中国化推广,用广大消费者能接受的方式、能接受的语言、能接受的产品,做好葡萄酒的普及推广,共同携手兄弟企业以及社会各界力量把中国葡萄酒的“蛋糕”做大!

(孙文琦)



龙渝·龙12赤霞珠干红葡萄酒