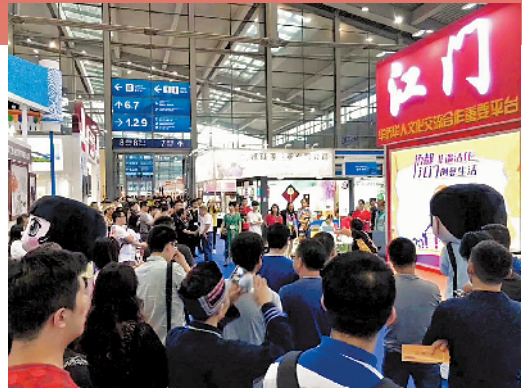


侨乡非遗文创产品 闪耀深圳文博会



深圳文博会期间,江门馆前人头攒动

文/图 羊城晚报记者 陈卓栋 通讯员 谭耀广

日前,第十五届中国(深圳)国际文化产业博览交易会(下称“深圳文博会”)盛大举行。记者从江门市文化广电旅游体育局获悉,本届深圳文博会江门派出了21家企业参展,参展企业数量虽然与上届持平,但参展效果优于上届。来自江门的广东省非物质文化遗产东艺宫灯等被广东省委宣传部、广东省文化和旅游厅选为1号馆广东展厅展示产品。以碉楼为主题的喜一堂文创产品、玉石花盆景等则首次亮相深圳文博会,吸引了大批观众前来参观。江门市文化广电旅游体育局相关负责人表示,据统计,展会期间江门企业成交额和意向成交额逾700万元,以侨乡非遗为题材的文创产品成为江门在深圳文博会上亮眼的“明星”。



参展的东艺宫灯

江门作品获一金一银五铜奖励

据了解,本届深圳文博会设立了9个展馆,其中江门馆在8号非物质文化遗产馆,展位面积约200平方米。今年江门馆以“侨都非遗活化江门创意生活”为主题,展现江门市文化产业成果及非遗文化的同时,突出以创新方式激活传统文化,赋予侨乡文化新的活力,推进粤港澳大湾区文化产业交流与合作。江门市文广旅体局人士表示,江门馆的特色是把非遗活化的东西、把非遗走进生活的内容都展示出来,通过这个国家级的平台,把江门的文化和江门的文化企业推出去。

本届深圳文博会上,江门市文广旅体局荣获“优秀组织奖”和“优秀展示奖”,参展作品获一金一银五铜两佳作的奖励。江门馆的设计兼统筹负责人蔡晓敏认为,这显示江门市文化产业成果及非遗文化得到权威的认可。

东艺宫灯晋身广东展厅展示

记者了解到,江门拥有大批非物质文化遗产。截至2018年6月,江门全市各级非物质文化遗产项目共计135个,其中国家级非物质文化遗产项目7个,省级非物质文化遗产项目29个,市级非物质文化遗产项目58个。作为侨都文化的重要组成部分,各类非物质文化遗产是江门文创产品中不可或缺的一类。如此次参展的江门东艺宫灯有限公司,其宫灯是广东省非物质文化遗产。在本届深圳文博会上,东艺宫灯有幸被广东省委宣传部、广东省文化和旅游厅选为1号馆广东展厅展示产品之一。

东艺宫灯代表性传承人李仰东介绍,东艺宫灯又称宫廷花灯,是中国彩灯中富有特色的民族传统手工

艺术品之一。以雍容华贵、充满宫廷气派而闻名于世。东艺宫灯制作工艺复杂,一般先以细木为骨架,做成八角、六角或四角形,然后在骨架之间镶以绢纱和玻璃,并外绘各种图案,除去照明外,还要配上精细、复杂的装饰。

李仰东说,随着时代的进步,宫灯除了配上山水花鸟国画等中国特色传统图案外,还配上了开平碉楼等侨乡特色绘画,内附走马灯,行云流水,令图案更具动感,吊穗随风飘逸,富丽堂皇,因此产品被海外不少大酒店、古庙等大量订购使用。“我们现在生产两种产品,一种是工业产品,另一种是艺术品。我们希望增加产品附加值,让东艺宫灯焕发出更美丽的光彩。”

玉石花盆景走红香港市场

本次参加深圳文博会的21家江门企业,其参展产品除了耳熟能详的罗氏柑普茶、鹿角椅、红木家具、镇濠泥鸡等外,还增加了不少“新丁”,如来自开平的玉石花盆景、大沙里茶叶文创产品、喜一堂文创产品等。其中,做工精致、小巧雅致的玉石花盆景吸引了到场众多客商的关注。

玉石花盆景是由开平市舟辉工艺厂带来参展的。厂长周平辉介绍,玉石花盆景制作是一种“特种工艺”,最早源自清代宫廷,用各色玉石雕刻成花草树木盆景,多用寓意、谐音来象征吉祥、福寿和太平等。上世纪40年代初,因为战乱,一些玉石花盆景工艺传人从北京辗转来到香港谋生并传艺。至上世纪80年代,周平辉、林妙珍夫妇学会了这种工艺,并发扬光大。他们制作的玉石花盆景日益精致、栩栩如生,且寓意吉祥如意,深受顾客喜爱。玉石花盆景销量从1999年的年销售六七十盆,到如今的年销售六七百盆。目前在香港市场上销售的玉石花盆景,绝大多数都是出自周平辉、林妙珍夫妇之手。据悉,“玉石花盆景传统制作技艺”今年5月刚申请到了开平市非物质文化遗产项目,周平辉说:“我们想宣传开平,宣传玉石花,宣传中国的文化。因为我们的产品在香港市场都很受欢迎,希望进入国内市场扩大影响。”记者了解到,本届深圳文博会上,玉石花盆景最终获得了创意奖铜奖。

从去年江门市博物馆推出的“五邑文礼”,到今年开平市舟辉工艺厂带来的玉石花盆景,江门的侨乡非遗文创产品可谓屡出新作。江门市文广旅体局人士认为,这体现了江门市非物质文化遗产保护发展工作取得的成果,通过非遗传承人的现场展示,特产与历史故事的完美融合,还实现了非物质文化遗产实践回归生活,使其在千家万户的日常生活中得到体现和传承。见人见物见生活,这才是中国非物质文化遗产保护工作的重要理念。

央视《国宝档案》来江门拍摄专题片

羊城晚报讯 记者陈卓栋,通讯员江讯、谭耀广报道:记者21日从江门市委宣传部了解到,日前中央电视台中文国际频道《国宝档案》节目摄制组到江门市拍摄五邑银信等专题片,暂定于下月底正式播出。



央视摄制组对刘进博士进行采访

据了解,该系列专题片由江门市委宣传部和中央广播电视总台共同策划,计划以“五邑侨批”“侨胞教育救国”“侨胞实业救国”为主题进行拍摄。在江门拍摄期间,摄制组采访了广东侨乡文化研究中心博士刘进,中国铁路建设先驱陈宜禧先生后人,并前往新会景堂图书馆采访教育救国的典型事例,去开平拍摄独具特色的乡村华侨建筑,以及台山银信博物馆、陈宜禧故居等地。

记者了解到,2013年6月19日,在韩国召开的世界遗产大会上,《侨批档案》通过大会投票表决,正式被列入世界记忆名录,成为我国第8项“世界记忆”遗产。这也是继开平碉楼与村落之后,在江门市产生的又一世界级的文化景观。作为《侨批档案》重要组成部分的“五邑银信”,以其数量多、历史跨度长、覆盖范围

广、内容丰富等特点,在《侨批档案》中具有独特的重要性。采访中,刘进讲述了银信由来和意义:“潮汕‘侨批’的叫法不同,江门往往把这些汇款和家书合一的载体称为‘银信’,是华侨华人留下的珍贵记忆遗产。当时,去海外谋生的五邑人都是通过这银信与家人建立联系的,其中许多对话能反映出当时的时代背景和人们的生活、心理变化等,具有很高的研究价值。”

江门市委宣传部相关负责人表示,近期,央视《国家记忆》《玩古》《国宝档案》接连到江门取景拍摄,这说明江门的华侨文化正吸引着越来越多国家级媒体的目光。

江门两校队分获 江港高中辩论赛冠亚军

羊城晚报讯 记者陈卓栋、通讯员谭耀广报道:记者从江门市教育局获悉,日前,荣获江门市第五届“李锦记杯”高中生辩论赛冠军的江门市第一中学辩论队、鹤山市鹤华中学辩论队,在江港高中辩论赛中,分获冠亚军。

据悉,第四届“李锦记杯”江港高中辩论赛共有4支队伍参赛,分别是香港德雅中学、香港旅港开平商会中学、江门市第一中学和鹤山市鹤华中学。江门市高中辩论队代表与香港两所学校辩论队分别展开了精彩的辩论友谊

赛,江门市第一中学和鹤山市鹤华中学同时胜出,两校间展开了“网络使人间更亲近(正方)网络使人间更疏远(反方)”激烈的辩论,最后,江门市第一中学辩论队以灵活思维、严密逻辑和言辞流利胜出,获得决赛冠军。

带队赴港的江门市教育局局长张璐表示,此次活动丰富了江门市中学生的见闻,感受到香港的人文风情,学习到全新的赛制,领略香港辩论队风采,也从中吸取了许多宝贵的经验,师生们纷纷表示受益匪浅。带队教师表示:“辩论活动有效活跃了江门市校园文化气氛,我们将继续弘扬侨乡文化,增强中学生的思辨能力、逻辑思维能力和语言表达能力。”

网红茶饮店来袭,是喜是忧?

文/图 梅尔 蔡舒榕

上个周末,珠海最热闹的茶饮店莫过于富华里新开张的喜茶。从现场顾客反映,该店从上午10时正式开业,随即引发一轮在珠海较为罕见的“排队热潮”,一小时已领取超过200个号码,一位成功买到产品的顾客告诉笔者,她已经排了将近3小时。如此疯狂的现象,对珠海茶饮行业来说到底是喜是忧?

1 三线城市仍火出“现象级”

事实上,喜茶的爆红早在2017年就呈现出餐饮业的一个现象级事件,引发了社会关注和热议。这家发端于三线城市的茶饮店,在资本助力下,从2016年开启了从广东向上海、北京等一线城市扩张的路径。最高峰时期,原价20-30元一杯的茶饮,被黄牛和代购炒到七八十元,依然有人买单。这次是喜茶首次进驻珠海,这股“排队热潮”也在珠海出现了。笔者记得,早在几个月前该店装修之际,仅靠门前的招牌已经在珠海年轻人中引发了一轮热烈讨论。因为喜茶早在珠三角已打出名堂,珠海人终于等来了这个网红品牌。

只不过,热度会随时间的流

逝和店面的扩张而逐渐退却。两年前海曾在广州中华广场排队买喜茶,等待时间超过2小时,但现在在广州想喝一杯喜茶,大概只需等15分钟至30分钟,在中山等地甚至可以直接即点即饮。有人推测,喜茶在一线城市的热度已逐渐减弱,于是该品牌正往三线城市发展。从其珠海店开业前几天的情况来看,这家网红店还是十分火爆,不少人愿意花时间去购买品尝。不过笔者随机询问了数位珠海市民,其中不少人颇为理性,觉得没必要在开业之际凑热闹,“过一段日子再去买也不迟”。有些人甚至表示:“要排那么久,情愿不喝了。”

2 网红店会否冲击本土市场?

今年,奈雪的茶和喜茶等全国茶饮行业中的网红品牌相继进入珠海。面对行业巨头,珠海的茶饮行业该如何是好?

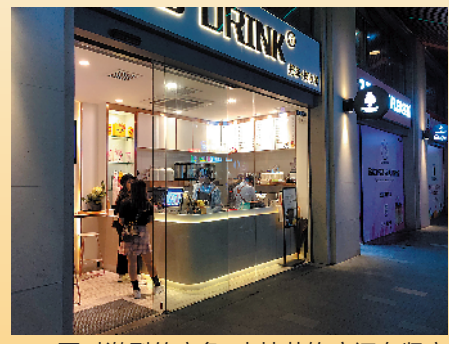
据笔者所知,近几年珠海的茶饮行业也十分火爆。Comebuy、Cheer-schees、喝喝、花调茶客、桃最、柒茶等珠海本土品牌颇受本地市民的喜爱;一芳、鹿角巷、答案茶、贡茶、地下铁等连锁品牌也有不少回头客;各种小品牌都在其区域附近占有一席之地。此前在奥园广场更出现了同一地段拥挤50家以

上的“奶茶街”,经过一年的发展,也在平稳发展中。如此可见,珠海的茶饮行业呈现出向上的发展势头,受众众多。

那网红店进驻后对珠海本土茶饮市场影响大吗?笔者采访了一家本土的茶饮品牌,其负责人向笔者坦言:“网红店刚开始的确会引发年轻人的购买热情,但我认为并不会持续很久。”该负责人表示,很多人对茶饮是有惯性的,只要认可了一家店的出品,尝新以后还是会帮衬原来喜欢的



网红茶饮店开业在珠海掀起“排队热潮”



面对激烈的竞争,本地茶饮店还在坚守



如今茶饮店注重店面设计,其简约和体验式的布局吸引了众多年轻人

品牌。的确,网红店奈雪的茶开业之际,也一度引发过排队热潮,但现在去购买大概只需要等10分钟。“不过这一切都要看自己产品的质量。”这家本土茶饮品牌的负责人说:“网红店来了不一定是冲击市场,也有可能更进一步带动市场,对整个行业来说可以是一个积极的作用。”



茶饮已从过往粉末奶茶,慢慢转向一种更加“高级”的茶饮文化

3 如何制造一家“网红”店

从目前茶饮行业的情况来看,过去街头巷尾随处可见的简陋茶饮店已被逐渐淘汰。产品也从奶精和果味粉冲成的粉末奶茶,慢慢转向一种更加“高级”的茶饮文化。茶饮“网红店”的秘诀,也正在逐步解密。

喜茶珠海店相关负责人告诉笔者,让年轻人爱上功夫茶也许有难度,但将功夫茶加入浓厚的芝士,包装成年轻人喜欢的方式,就能使传统茶饮的年轻化成为可能。据悉,喜茶从门店就开始着手向年轻人喜爱的风格进发,放弃了30多平方米街边小店的打法,而是转投100平方米的商场店铺策略,布置上也采用北欧风格,看起来时髦舒适。而质量上放弃了廉价的奶茶专用碎茶,而是提供乌龙茶、茉莉绿茶等更为优质的茶底。同时把目标定位锁定在年轻人身上,在潮流上制造出更多话题。

把茶饮店做成咖啡店般的布局,貌似已成为茶饮“网红店”的必备要求。奈雪的茶品牌总监张大曾透露,在开店初期,我们希望达至有生活品位的茶饮空间,所以希望能将商场拿下大空间的场地。“当时是被商场方的嘲笑,但我们还是坚持,最后这种新型的茶饮模式终于成功了。”而这种形式下的茶饮店,吸引了一众年轻消费者在此消费及社交,制造出了“打卡”的必备场所。

此外,排队文化和饥饿营销也是制造网红的一种重要手段。而在网络社交媒体平台中的传播,也让茶饮品牌制造出话题。不过,到底是制造一家网红店重要还是把重心放在产品本身重要?几乎所有茶饮店都告诉笔者如下一番见解:“网红只是一时,产品质量仍是王道,这样才能长久发展。”

部署禁毒宣传月工作

近日,金湾区禁毒办组织召开6月禁毒宣传月工作部署会议,围绕“全民禁毒宣传月”重要节点,将毒品预防和宣传工作推向高潮。

禁毒宣传进社区

近日,金湾公安分局组织民警在三灶镇唐人街周边开展禁毒宣传进社区活动,加强社区群众识毒防毒能力。

参观禁毒教育基地

近日,三灶中学组织50名初一学生参观金湾区禁毒教育基地,加强学生防毒识毒能力。

检查易制毒化学品企业

近日,金湾公安分局对青湾工业园周边易制毒化学品企业开展检查指导,严防其流入非法渠道。

禁毒宣传“进农村”

近日,金湾警方开展“禁毒宣传走进小林村”活动,号召村民自觉抵制毒品。

为群众普及防毒技巧

近日,金湾区禁毒社工在南山新村开展禁毒宣传进社区活动,为群众普及防毒技巧。

本版制图 黄江霞

(金轩)