

# 同舟共济 风雨前行

## ——致全国“花炮人”的一封信

全国花炮行业的同仁：

大家好！

众所周知，烟花爆竹行业受安全生产和环境保护制约，在禁限放政策持续纵深推进的情况下，已经步入了困难与机遇双重挑战的时期，花炮人势必要探索出属于烟花爆竹行业自身的改革之路，才能在曲折中找到前进的方向。

烟花爆竹是中华民族的传统文化遗产。千百年来，烟花爆竹文化就像长江黄河一样，流动在中华民族的血液当中。上至国家庆典下至民间婚丧喜庆，从婴儿呱呱坠地到老人撒手西去，都有烟花爆竹的见证。烟花爆竹在上千年的历史中集合了我国劳动人民的智慧，发挥了自身独特的风格，形成了独特的文化内涵。在其发展历程中有很多文化特色、文化元素能汲取并发扬光大，这就需要花炮人在这段发展历程中去寻找，去发现。

花炮人应该加强对社会各界的宣传，努力让人们认识到烟花爆竹是一种非物质文化遗产，即安全可控、环境友好的文化产品。同时，我们也要加强与政府部门和媒体的沟通，通过科学的实验数据证明烟花爆竹对环境造成的污染可控，逐渐让大众和媒体了解燃放烟花爆竹并不是环境严重污染的主因。

花炮行业应该在自省其身，从本身寻找突破。各烟花爆竹生产经营企业应严把产品质量关，扼守安全生产的生命底线，严格遵守烟花爆竹行业相关的法律法规、标准；行业协会制订切实可行的行业规范，并督促各成员单位严格执行，维护行业成员的共同利益，保障行业的可持续健康发展。

此外，烟花爆竹企业在产业销售上，无论是经营管理，还是营销推广上，许多企业还处于相对落后的状态，不善于借助新兴事物来为己所用。当今网络平台如此开放，新媒体、新数字技术如此发达，可烟花企业还在一根筋找传统渠道。花炮人需要突破固有思维，去探索新模式。

现在的烟花企业，大多还是针对传统市场布局，时代变化了，现在更应该崛起的是一批专门针对年轻群体的烟花品牌。这些品牌由年轻人创立，用全新的颠覆性思维、互联网思维打造新型烟花产品，为年轻人研发适销对路的创意产品，为年轻人把产品换上潮流时尚包装，在年轻人聚居的平台进行营销推广，普及烟花的新玩法，推广年轻人的新生活方式。学会运用互联网工具，学会制造话题，积极培育“眼球经济”、“时尚经济”，为传统的文化插上时尚的翅膀。

“芳林新叶催陈叶，流水前波让后波。”历史一直在前进，只有与历史同步伐、与时代共命运，才能赢得光明的未来。回首烟花爆竹自诞生以来，从古至今不断衍变的关键就是创新。“不忘初心，砥砺前行”，这八个字时刻提醒着我们烟花人，过去成就虽然辉煌，但必须时刻保持创新的心态，才能在时代发展的浪潮中生存下来。

消费日报·中国花炮专刊始终秉持“和谐、合作、发展、共赢”的原则，助力我国花炮产业的改革创新，并本着促进发展、友好合作的原则，团结全国花炮人和花炮企业，达成共识，形成合力，共同努力推动中国花炮产业的健康发展。