

非遗之花绽放天山南北

新疆,被誉为古丝绸之路上的明珠。多文化交汇,多民族聚居,让这里成为非物质文化遗产的富集区。塔城市塔塔尔族传统糕点制作技艺、喀什土陶、民族乐器制作……新疆各级政府公布的非遗代表性项目有4600余项,其中入选国家级非遗代表性项目超过80项、自治区级非遗代表性项目310多项。新疆维吾尔木卡姆、玛纳斯、麦西热甫被列入世界非物质文化遗产项目。

多年来,新疆通过法治保障、政策扶持、非遗展示等多种形式做好非遗保护传承工作。同时,非遗扶贫在助力新疆精准脱贫中发挥了积极作用,让广大农牧民群众从中增收致富。

产业化打稳致富根基

近年来,为推动文化的创造性转化和创新性发展,新疆把非遗保护传承与脱贫攻坚、乡村振兴有机结合,让非遗活起来,变成生产力,非遗产业助力打稳致富根基。

在位于新疆墨玉县喀尔赛镇巴格其村的文化扶贫项目“非遗+工坊”内,海如丽尼萨·巴克尔正忙着制作都塔尔(维吾尔族传统弹弦乐器)。“我在这里不仅学会了制作技艺,还有了稳定收入,月工资2000元。”海如丽尼萨·巴克尔说。

这家工坊主要从事新疆特色民族乐器研发制作及销售,负责人是民族乐器制作的第五代传承人买合木提·夏克。近年来,新疆维吾尔自治区文化和旅游厅、墨玉县教育局驻墨玉县喀尔赛镇巴格其村“访惠聚”工作队发挥自身优势,引进和田买合木提夏克民族乐器有限公司发展非遗扶贫工坊。通过“公司+非遗+工坊+农户”的方式,买合木提·夏克亲自



教授村民制琴技术,并将当地果木原料优势转化为经济优势,带动村民就近就业、稳定增收。

“我们家已经有五代传承人制作民族手工乐器,每年大小乐器能制作1500多个,已经卖到了全国各地。”民族乐器制作国家级非遗传承人艾依提·依明说,他从小跟着父亲学习,会制作20多种民族乐器。

在这个有名的“乐器村”,前些年却因为产销路不稳定,村里的年轻人不愿再传承乐器制作技艺。当地政府鼓励和支持像艾依提·依明这样的传承人建立工作室,成立乐器制作农民专业合作社,建立规模化制作车间,线上线下拓宽销售渠道。通过扶贫工作和非遗传承融合,加依村在2018年摘掉贫困帽。

阿克苏地区民政局驻新和县依其艾日克镇加依村“访惠聚”工作队队长、第一书记彭亮说:“通过逐步向规模化经营转变,村里非遗产业逐步做大做强,群众人均收入从2014年的2000多元,已经增加到9000多元。”

技能培训拓展增收本领

“我们这几年都会定期开展培训,保护塔城地区非物质文化遗产的传承和发扬。”塔城地区非遗保护研究中心副主任党福说。

近年来,新疆各地每年举办非物质文化遗产培训,帮助传承人进一步扩大教学、传承与展示活动。

塔城地区是少数民族集聚的边境地区,因此也形成了多元融合的民族文化,有着极其丰富的非遗资源。全地区有文化项目760余项,其中国家级非遗名录项目14项。今年1月,塔塔尔族传统糕点制作技艺成功入选为国家级非遗代表性项目。“今年,我们还计划录制传统糕点制作技艺的视频,让更多人了解这项非遗制作技艺。”党福说。

“一把好的木勺必须选用树龄20年到30年的杏木雕刻,这种木勺不仅质地细腻、结实耐用,还能散发出一种天然的杏香味。”在柯坪县盖孜力克镇库木鲁克村“非遗永流传”民族民俗技艺课堂上,自

治区非遗柯坪木勺代表性传承人买买提·卡德说。

2018年,新疆将“柯坪木勺”列入少数民族传统手工艺产业化发展项目目录,同时将其列为扶贫项目,项目获批资金100万元,用于开展传承人培训、作坊改造、购置制作工具、推广销售等。

柯坪木勺作为当地独具特色的手工艺品,通过非遗文化传承人融合家族传承与师徒传承的方式,开设“非遗永流传”民族民俗技艺课堂传播推广木勺加工技艺,目前共吸纳“徒弟”40余人参与木勺制作,确保非遗文化传承发展“后继有人”。

线上线下搭建销售平台

为了让新疆非遗“走出去”,每年“文化和自然遗产日”及春节期间,新疆都会组织开展百余项特色鲜明、互动性强的非遗文化和旅游展示宣传推广活动,展示全疆各地特色非遗项目,为非遗产品“创品牌”搭建销售平台。

2020年6月,新疆举办了首届非物质文化遗产购物节线下活动,剪纸、柳编、面塑、桑皮纸等非遗产品展出。同时,新疆各地还通过直播带货方式进行展销,依托淘宝、拼多多、京东等平台开设“新疆非遗馆”。

今年春节期间,自治区文化馆联合全疆各地州文化馆,采取线上线下、双线互动的形式,开展一系列内容丰富、形式多样的群众文化活动。都善县文化馆举办的“非遗产品线上销售”、托克逊县文化馆举办的“非遗购物”等系列活动,进一步拓宽了非遗产品销售渠道,让更多人参与非遗保护,共享非遗保护成果。

(耿丹丹)

以服装、眼镜行业先行试点

浙江温州瓯海组建八大传统产业联盟

记者3月20日获悉,为强化产业链上下游融合,破解共性难题,浙江省温州市瓯海区出台《推动组建传统产业联盟实施意见》及服装、眼镜产业联盟组建运行建议方案,实施组建八大传统产业联盟,推动民营经济高质量发展。

产业联盟,是指企业间结成的互相协作和资源整合的一种合作模式,通过资源共享、优势互补、联合开发、风险共担的“抱团”模式,做大产业增量、提升

产业质量。

近几年,瓯海区已形成服装、眼镜、锁具、鞋革、汽配等八大传统优势产业发展格局,其中,森马集团跻身“中国企业500强”,“瓯海眼镜”获批国家地理标志商标。此次组建联盟将以服装、眼镜两大行业先行试点,按照成熟一个构建一个的节奏,计划在1—2年内实现鞋革、锁具、汽配、电气机械、食品加工、包装等八大传统产业的联盟全覆盖。(温州)

山西将以更广范围更严要求实施“禁限塑令”

超市购买的塑料袋,外卖订餐订购的一次性碗筷,网上购物产生的快递盒……人们在享受塑料制品为生活带来便利的同时,白色垃圾也在“侵占”人们的生活空间。今天,从山西省政府新闻办召开的新闻发布会上传来消息,为加快提速塑料污染治理步伐,山西印发出台了《关于加快推进塑料污染治理行动方案》(以下简称《行动方案》)。

据介绍,《行动方案》参照浙江等8个先进省份在禁限塑范围、时序等方面的经验做法,突出山西特色,提出山西禁限塑提速目标,并在禁限塑范围、时间、治理等方面高于国家要求。其中,由国家要求的省会城市建成区实施范围,扩大到大同、长治、临汾3个省域副中心城市。对不可降解塑料袋、不可降解一次性塑料餐具和一次性塑料制品等3种难回收、消耗量大的塑料制品的禁限塑时间比国家要求提前了一至两年。开展《山西省禁止

不可降解塑料规定》立法工作,将其纳入法治的轨道,从立法的角度更加符合法规地推进实施。

今年山西聚焦重点领域,提速塑料污染治理,提出从2021年7月1日起将在全省禁止生产、销售和使用一次性不可降解塑料制品。为缓解对塑料及塑料制品的依赖,实行限塑禁塑后,山西将积极推广使用纸袋、环保布袋、无纺布袋等替代产品的同时,鼓励省内企业加大技术研发,开发生产可降解塑料。

可降解塑料作为山西全省生物基新材料引领性新兴产业,山西省政府将在政策、资金等方面加大支持力度,鼓励可降解塑料企业实施技术改造和创新研发,提升企业品牌竞争力。随着限塑禁塑的推行,山西省内可降解塑料生产企业将进一步扩大产能,提高绿色产品供给能力,以满足山西省内和国内市场需求。(秦莉媛)

河北将重点整治超标滥用食品添加剂

为保障食品安全,切实解决和消除当前市场销售食用农产品存在的突出问题和风险隐患,近日,河北省市场监管局作出安排部署,从即日起至6月底,在全省范围内开展食用农产品市场销售质量安全整治“百日行动”。

活动针对批发市场、农贸市场、超市、便利店、冷库等区域,聚焦消费者投诉和举报集中的问题产品,着力加大风险隐患排查和违法违规行为打击力度。重点整治以下内容:畜禽肉含“瘦肉精”等禁用药物、兽药残留超标、病害、注水或注入其他物质;水产品药物残留超标、滥用食品添加剂;水果蔬菜农药残留超标、使用违禁物质;禽蛋产品兽药残留超标、病菌污染。

根据要求,各地市场监管部门要督促食用农产品集中交易市场开办者和销售者,严格落实食品安全主体责任,

重点自查销售和贮存食用农产品的环境、设施、设备等是否符合有关食用农产品质量安全的要求,是否采购、贮存和销售来源不明或不符合食品安全标准的食用农产品;督促畜禽肉经营者从定点屠宰场(厂)采购畜禽肉,严格查验检疫合格证明、肉品品质检验合格证、购货凭证,严禁采购、销售无合法来源的畜禽肉。

“百日行动”期间,要进一步加大食用农产品抽检频次和批次,并依据有关规定公布检验结果。加大畜禽肉的监督抽检力度;增加牛羊肉的抽检批次,强化不合格畜禽肉的核查处置。针对不同类型的食用农产品,采取定向检测、跟踪检测和快速检测等多种方式,运用质量检测结果进行综合分析,有针对性地加强监管。(马彦铭)

贵州着力培育农产品深加工高成长企业

3月27日,记者从贵州省农产品(食品)深加工高成长企业产品推荐活动启动仪式上获悉,贵州计划通过三至五年的重点培育,将一批农产品(食品)单品打造为全国具有一定知名度和影响力的特色优势品牌,将相关企业发展成为生态特色食品领域的龙头企业。

近年来,贵州农业发展呈现良好态势:茶叶、辣椒、刺梨等产业种植面积居全国首位;李子、蓝莓等重点单品种植面积进入全国前三;食用菌生产进入全国第一梯队,为全省食品工业发展提供了厚实的发展基础。

贵州省委副书记蓝绍敏在活动中表示,在全面推进乡村振兴的时代背景下,

做好农产品产销对接,需要从小生产加工向规模化生产拓展转变,从爱心式消费扶贫向市场化消费扶贫拓展转变,从局限性消费市场向全国性消费市场拓展转变。

为此,2020年以来,贵州按照“原料供给本地充足、产品业态深度加工、价格定位大众快消、现有规模适度适中”的原则,全面启动农产品深加工高成长企业培育工作,计划通过3年左右,将首批16个单品和企业打造为具有一定知名度和影响力的龙头,坚持分批遴选、常态开展、动态调整,以单品培育带动重组打造贵州农产品精深加工的“联合舰队”。

据了解,贵州将以市场为导向,以创新为动力,以企业为主体,以单品为核心,以品牌为支撑,力争首批农产品(食

品)深加工高成长企业实现单品产值“一年打基础、两年翻一番、三年大突破”,助推生态特色食品产业高质量发展。

目前,贵州已出台《全省农产品深加工(食品)高成长企业培育工作方案》,针对产业发展的难点痛点和关键环节,制定了加大财政支持、强化融资保障、强化宣传推介、强化市场拓展、强化技术创新、优化发展环境等六大政策支持培育首批农产品(食品)深加工高成长企业。从金融、市场、技术、环境等多方面支持企业增强发展活力。



“贵州将坚持质量为本,生产最绿色的农特产品;坚持市场为基,打造最一流的营商环境;坚持品牌为先,擦亮最优质的黔货招牌;坚持机制为要,实现最长效的合作共赢,助推黔货出山、风行天下。”蓝绍敏表示。(龙章翰)

图片新闻



湖北秭归脐橙变身四季常鲜“致富果”

湖北省宜昌市秭归县是脐橙种植大县。近年来,该县着力改良脐橙品种,种植在春季成熟的伦晚、中华红等新品种脐橙,与传统秋冬季成熟的脐橙实现错峰销售,受到消费者青睐。目前,该县春季脐橙种植面积已突破10万亩,产量突破18万吨,有效促进果农增收致富,助力乡村振兴。

图为3月28日,秭归县郭家坝镇邓家坡村果农在脐橙园里采摘春季脐橙。

郑家裕 摄

体量与“加工贸易”“一般贸易”三分天下

跨境电商跃升为广东玩具出口生力军

新冠肺炎全球流行,对经济生活影响深远,催生了许多新业态、新模式,它们为传统经济的转型及可持续发展注入了新的动能。记者获悉,作为今年全球首个大型玩具专业展览会——“第33届国际玩具及教育产品(深圳)展”——于3月30日到4月1日在深圳国际会展中心举行,“第12届国际童车及母婴童用品(深圳)展”“2021国际授权及衍生品(深圳)展”同期展出。1400多家玩具、童车、婴童用品、IP衍生品等类别的参展企业同场竞技,数十万计新品全球首发亮相,它们将共同展示玩具经济的新趋势、新力量。

疫情促全球玩具市场重新布局

我国是世界最大玩具生产和出口国,受新冠肺炎疫情突然爆发影响,去年我国玩具产业运行一度备受打击,1—2月产品出口同比急剧下降25.7%。二季度在国家复工复产政策扶持下企业生产逐步恢复正常,全年玩具出口2317.3亿元人民币,同比增长7.7%,显示出中国玩具产业强大的韧性。

与产能恢复相对应的是,全球玩具市场格局也悄然发生着改变。虽然欧美国家仍是世界最大玩具消费市场,但新兴经济体国家玩具消费正快速增长。广东作为全国最大玩具生产和出口基地,去年疫情下玩具对欧盟27国出口同比下降5.4%、北美自贸区下降0.64%,但对东盟出口增长9.09%,中东增长10.8%,对一带一路沿线国家出口全部正增长,其中对西亚北非16国增长达到10.7%,世界玩具消费市场发展更

趋多元化。对此,业界资深专家、广东省玩具协会会长李卓明做了详细分析。他认为,2021年国际玩具市场可说是机遇与挑战并存:一方面,由于海外新冠肺炎疫情仍严重,东南亚国家原本就不完善的产业链受损较大,玩具跨国公司产品技术要求高的订单不得不投向中国企业,预计加工贸易企业订单仍会沿去年四季度较充裕的情况;但另一方面,受疫情影响,使得海外商家参加专业展会、产地采购等商务活动受阻停滞,我国玩具企业自有品牌产品出口仍不乐观。因此,他建议企业积极加大企业和产品宣传力度,多方疏通产品流通渠道,特别是要发展线上贸易。

李卓明也指出,防疫、居家隔离措施的实施,令得家长陪伴孩子的时间多了,拼图、积木、智力玩具、游戏机等多类别玩具销量大增,不论是海外市场还是国内市场,都有此表现。

跨境电商成为玩具出口生力军

全球新冠肺炎疫情肆虐下,中国玩具出口成绩依然有不错的增长,除因市场需求外,也与企业积极拓展销售渠道特别是网上销售的努力密不可分。

李卓明介绍,去年玩具电商、跨境电商、直播带货等新业态都十分活跃,跨境电商更是跨越式发展,已跃升为玩具出口主力军之一,广东玩具出口约占全国70%,去年广东玩具以“其他贸易”(含跨境电商)方式出口的产品数量同比大增61.7%,体量升至占出口金额的25.73%,几乎要与“加工贸易”、“一般贸



易”三分天下。而在新冠肺炎疫情爆发之前的2019年,广东玩具“其他贸易”出口占比只有15.94%。

国内玩具消费新热点闪现

2021年是我国“构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进新发展格局”的开局年,中国玩具产业向来以出口为导向,新形势下产业如何发展引人注目。

记者从广东省玩具协会了解到,行业对此有几点共识:一是借力IP为产业赋能。因为随着中国经济发展生活水平提升,以及新一代消费者的习惯生成等因素,当前我国授权衍生品市场正进入高速增长期,市场规模不断扩大。2020

年,名创优品、泡泡玛特先后在美国及香港上市,让业内看到了以IP为基础的衍生产品和潮流玩具的巨大商业价值。故宫、陕西博物馆、敦煌研究院等文创产品成“网红”,受到年轻消费者的热烈追捧。

二是关注各类新兴、跨界渠道的发展,包括时尚品牌连锁店、礼品精品店、连锁便利店、影院院线店、书店、儿童乐园、旅游景区、母婴品牌连锁、相关教育领域、电商、跨境电商等,积极构建各类玩具消费新场景。

三是坚持打造知名品牌策略。随着我国全面建成小康社会,国民经济水平及居民可支配收入不断提升,消费升级,社会购买力将越来越向品牌产品聚集。这一点,在市场上已经得到验证。(广州)