

# 带得走的城市记忆——凉都有礼

贵州日报天眼新闻记者 桂榕



在文旅消费升级的背景下,如何让游客带一座城的记忆?六盘水找准自身文化特色,创新文化表现形态,以“凉都有礼”品牌为核心,将地方特产与文创产品打造成激活经济、传递文化的新引擎。

9月10日,记者走进位于六盘水贵州三线建设博物馆旁的凉都文创店,一系列以“三线建设”为主题的文创产品映入眼帘,水城烙锅冰箱贴、农民画、刺小妮等系列产品,以及融合民族元素的耳环、胸针等配饰,成为游客的热门选择。

自8月8日开业以来,这家店迅速成为打卡地。从拍照留念到购买文创,再到品尝“凉都三宝”,这家能逛、能玩、能吃、能带走的店,成为游客了解六盘水的新窗口。截至9月10日,该店售出文创冰淇淋1642支、冰箱贴238个。

“店内397种产品始终坚持本土化、原创性,并融入非遗技艺,自主研发的烙锅和羊肉粉造型冰箱贴等产品深受游客喜爱。目前线上店

铺正在筹备中。”凉都文创店负责人方荔璞告诉记者。

“买点什么回去,证明我来过六盘水。”这是不少游客的心声。他们不再满足于游山玩水,更希望将独特的美食与旅行回忆带回家。

“以前很多顾客问能不能打包羊肉粉带走,但当时技术有限做不到。今天,我们的生产线每天可生产6万袋羊肉粉。”9月10日,在六盘水老翁记电子商务有限公司的智能生产车间,总经理翁明镜告诉记者。

今年6月,老翁记投资3000万元建设的新厂房投入使用,配备了全自动化生产线,从原料处理到熬汤、配料,再到灌装、包装,智能化控制系统全程把关。既守住了老工艺熬出的醇厚汤底,又实现了规模化生产的稳定高效。

如今,老翁记已实现90%的机械化生产,每月销羊肉粉、牛肉粉等产品超20万袋。“我们要让产品走出去,提升复购率。”翁明镜告诉记者。从实体店到现代化中央厨房,老翁记的蛻

变正是六盘水特色美食产业化的一个缩影。当前,越来越多的地域特色文化正依托产业化,成为城市礼物。

去年11月,六盘水曾举办“遇见臻好·凉都有礼”创意设计大赛,收集到150件作品,这些作品不仅展现了六盘水的地方特色和文化底蕴,更贴近市场需求,易于购买与携带。

独特的文化不仅需要生动表达与鲜活传承,更需要展示的窗口。今年7月21日,“凉都手伴”万达旗舰店开业运营,汇聚130款本土好物,从刺梨制品到盘县火腿,宛如一个微缩的伴手礼博物馆。

从一碗羊肉粉的工业化生产到一个冰箱贴的文化表达,六盘水通过“凉都有礼”品牌,将气候资源与文化底蕴转化为实实在在的消费动能。这份可带走的“城市记忆”,既满足了游客“带走一座城”的情感需求,也提供了独特的审美体验和精神享受,创造新的消费场景。

## 手伴店,浓缩地域文化魅力

贵州日报天眼新闻记者 郭立

走进六盘水市钟山区万达广场的“凉都手伴”店里,货架上既有盘县火腿、天麻面、水城羊肉粉等充满地域风味的食品,还有斗纹布蜡染、水城农民画等极具少数民族特色的文创产品。

“从销售情况看,外地游客喜欢速食羊肉粉、烙锅辣椒面、刺梨等产品,线上订单多半都发往广东、四川、上海等地区。开业以来,日均销售额近万元。”凉都手伴店负责人李婷婷说。

广东游客王倩在文创戒指前停留许久,精美独特的蜡染装饰让她非常欣喜,最后把心仪的几款都买了下来。“这些蜡染纹样之前在六盘水的民族服饰上见过,这种设计‘戳’到了我的

心。所以,我要多买几个带给家人和朋友。”

在文旅消费升级的背景下,城市礼物逐渐成为“连接城市文化与消费者情感”的商业发展新潮流。游客不再满足于看山看水,更希望把独特的旅行记忆带回家。从过去简单的布艺、钥匙吊坠、明信片,到现在的非遗文创、创意雪糕等产品,六盘水的伴手礼也呈现出多元化发展趋势,不仅体现地域文化的持续注入,也满足了消费升级的需求。

不同的地理环境造就了不一样的风土人情,这是激发游客购买伴手礼的重要原因。李婷婷表示,店里在产品选择上设置了较高的准入门槛,力求每样产品都能让游客感受到六盘水独特的文化魅力。

今年夏天,一场马拉松不仅点燃了六盘水的激情,也让赛事吉祥物“刺小妮”成了文旅消费的新晋顶流。

这个头戴刺梨花、笑容甜美的小女孩,不仅出现在赛事周边、城市海报上,更是被制作成毛绒公仔、钥匙扣等文创产品,成了来自跑友与游客青睐的伴手礼。仅在赛事期间,“刺小妮”系列产品销售额突破500万元。

“刺小妮的灵感正是来自‘凉都三宝’之一的刺梨。”贵州初好农业科技开发有限公司平面设计师黎熙告诉记者,“金黄的头发象征刺梨,一身绿色代表猕猴桃和春茶。”

曾藏在深山的“凉都三宝”,如今早已声名远扬,成为六盘水现代农业的亮丽名片。目前,六盘水已建成高标准猕猴桃“吨产园”6万亩、刺梨“千斤园”268万亩、茶叶“万元田”3万亩。

今天的产业优势,不一定就是明天的发展胜势。只有与时俱进,持续推动产业提质升级,才能让传统农业焕发生机。“怎么能让年轻人也喜欢上农特产品?”黎熙坦言,得把这个关键问题想透、做通。文创,为“凉都三宝”注入新的活力。

除了“刺小妮”,黎熙还牵头设计了“凉都三宝”文创雪糕,对应刺梨、猕猴桃、水城春茶三种口味,每一款雪糕在造型上都巧妙融合了果实形态与六盘水地标元素。黎熙表示,“六盘水凭借19℃的夏天已成为夏季热门旅游目的地,我们想用这样的方式,让游客对六盘水的印象更深刻、更长久。”这是“凉都三宝”从传统农产品升级为文化符号的一次积极探索,成为了可触摸、可品尝、可带走的“凉都记忆”。

在基地体验手绘的四川游客笑着说:“亲手画个有当地文化特色的杯子,比买任何纪念品都有意义。”体验式消费正带动实物销售,手链、绘本、耳饰等游客喜爱的产品成为基地产品开发的重点。



水城农民画除了挂在墙上,还能放在哪里?

9月5日,在六盘水市水城区的夜郎风文化基地,一幅幅色彩浓烈的水城农民画“跃”上帆布包、“绽放”于手链耳饰……水城农民画悄然“走”下画布,融入日常。今年7月以来,基地日均接待游客超过200人次。

基地负责人徐源手持一款绘有水城农民画图案的手链介绍:“入夏以来文创产品销售额已突破200万元。小配饰尤其受欢迎,很多人会选购两三件。”

水城农民画是六盘水市级非物质文化遗产代表性项目。作为水城农民画代表性传承人,徐源自幼随父亲学画。早在2011年,他便开始尝试将水城农民画元素运用于生活用品。

从最初简单印制图案的水杯、抱枕,到如今开发出的布艺、陶瓷等36类近千款产品,他致力于将乡土艺术转化为可体验、可消费、可带走的文创产品。

徐源认为,“水城农民画,不能只挂在墙上。”他意识到,非遗必须与生活相融合。

2019年,他打造水城农民画艺术餐厅,让游客“吃在画中、玩在画里、住在画境”,构建起集研学、写生、体验于一体的文化综合体——夜郎风文化基地。

在基地体验手绘的四川游客笑着说:“亲手画个有当地文化特色的杯子,比买任何纪念品都有意义。”体验式消费正带动实物销售,手链、绘本、耳饰等游客喜爱的产品成为基地产品开发的重点。

在这个基地,游客不仅能将城市记忆带走,还能“戴在身上、用在日常”。目前,徐源正着手建立水城农民画数字库,希望吸引更多专业团队参与,“非遗传承既要守正创新,也要与市场接轨。”



在六盘水市盘州市,时间有着另一种刻度。它不由分秒构成,而是等待着阳光、盐霜和耐心来丈量。在这里,一条盘县火腿,需要历时超过700个日夜的淬炼。

王亚的父亲王福生,是盘县火腿制作技艺的传承人。年少时,王亚常看父亲腌制火腿,盐粒与猪肉的碰撞声,空气中的咸香,是他对“传承”的最初认知。2022年,王亚辞掉工作,接过火腿加工的接力棒。

今年7月,乌蒙大草原景区里,王亚在旅游团必经地吆喝,借助景区的高人气进行推介。看得见的品质、尝得出的鲜香,让许多游客停住脚步。一对定居美国多年的华裔夫妇试吃后连连惊叹:“这味道太好了!”欣喜之下,他们买下一整只火腿,并表示回到美国后,会让国内亲戚代购。

盘县火腿之所以广受喜爱,源于它的制作技艺。首先需挑选跑山猪猪腿,精修成柳叶或琵琶状,用盐和天然佐料腌制,经堆码、翻压、清洗、定型,再晒挂沉淀1年半以上才能制作完成。从小作坊到拥有自主品牌的城市福生火腿加工有限责任公司,王亚坚持传承技艺,“原料不好,再厉害的厨子也烧不出好菜。作为传承者,我会把盘县火腿的匠心与味道传下去。”

为了更好地走出大山,也要有创新之招。为满足游客购买火腿作为伴手礼的需求,王亚带领团队设计小包装,把整条火腿切成多个部位来销售。“轻量化、小型化、精品化是食品类伴手礼的趋势。我们会告诉顾客每个部位适合怎么吃,让大家有更好的体验感。”

今年避暑季,该公司小包装火腿销售量达30余万,占总销售额的一半,比去年同期增加一倍。



## 第五届职工职业技能大赛举行

本报讯 (记者 刘定珲)日前,六盘水市第五届职工职业技能大赛在盘州市盘江文化园开幕。本次大赛以提升技能大比武,建设幸福六盘水为主题,旨在激发产业工人学技术热情,为六盘水市高质量发展提供人才支撑。

大赛设置通用行业和煤炭行业两大类共10个竞赛工种,涵盖电工、焊工等通用工种,以及综采维修电工等具有本地产业特色的煤炭行业工种,吸引近200名技术工人参赛。在奖励机制上,各工种竞赛一等获得者,被六盘水市总工会授予“凉都工匠”,被六盘水市人社局授予“六盘水市技术能手”。据了解,近年来六盘水市高度重视技能人才培养,形成“党政支持、工会牵头、上下联动、共同推进”的工作格局。此次大赛便是通过以赛促学、以赛促训,进一步带动广大职工提升技能水平。

## 科技超市推动26项成果转化

本报讯 (记者 郭立)9月11日,记者从六盘水市科技局获悉,目前六盘水市科技成果超市已上架189项科技成果,其中累计推动26项科技成果转移转化,进一步为地方产业延链、补链、强链夯实科技支撑。

“煤炭是六盘水的优势产业,科技成果超市围绕煤炭采掘、瓦斯治理等内容,转化应用了一批成果,助力煤炭产业提质增效。”六盘水市科技局科技成果科负责人甘胤介绍,六盘水师范学院联合中国矿业大学研发的高效能支撑与快速掘进技术,已在该市多家煤矿应用,支护效率提高25%以上,成本节约20%。在能矿装备方面,贵州贵能投资股份有限公司转化应用世界首台矿用机动车硬岩掘进机(TBM),综掘效率提高3至4倍。该成果获2023年省科学技术进步奖一等奖,填补六盘水市在该奖项上的空白。

据了解,六盘水市科技成果超市于2023年建立,是汇聚、展示、交易科技成果的“大型商场”,也是精准匹配、深度服务、高效赋能供需双方的桥梁,在进一步畅通科技成果转化渠道、降低对接成本、提升服务能力、激发创新活力等方面发挥了重要作用。

## 多举措推动农特产品走进大湾区

本报讯 (记者 鲁媛)近日,记者从有关部门获悉,六盘水市依托粤黔协作,深耕粤港澳大湾区市场,2024年在大湾区农特产品销售额达7.86亿元,同比增长8.71%。

据了解,六盘水在广东中山设立“贵粤荟·中山馆”,成为六盘水市农特产品进入大湾区的“企业洽谈区”“商品展示区”和“招商桥头堡”;开设运营“水城羊肉粉”“水城烙锅”等餐饮店,有效助推农特产品销售大湾区。

同时,六盘水市还积极邀请大湾区企业实地考察,看厂房、看基地,看业态,与企业在资源互补、市场共享、利益双赢基础上进行合作。利用东西部协作的政策和资金、项目资源,为企业在物流运输、宣传推广、展会销等方面给予补助,降低企业销售成本。此外,该市还积极组织推荐企业申报进入国家“832”脱贫地区农副产品网络销售平台。目前,全市已有59家企业进入“832”平台销售。

## 银社携手推动社保业务“就近办”

本报讯 (记者 黄瑶)今年以来,为切实解决企业和群众异地办理社保业务多地跑、折返跑等问题,六盘水市积极探索政务服务新模式,联合中国工商银行六盘水分行,将高频社保业务延伸至银行窗口及线上平台,明显提升群众的获得感。

据了解,该市利用银行网点广覆盖、服务规范、科技赋能的综合优势,实施“线上资源互通、线下专窗办理、日常业务赋能”三维协同的服务机制,选择位置便利、服务能力强的工商银行网点设立“社保跨省通办”专窗。同时,该市依托一体化政务服务平台、社保服务平台及工商银行线上渠道(APP、小程序等),打通业务系统壁垒,实现政务与金融资源的深度共享、系统互联,将高频社保业务延伸至银行智能终端及线上平台,企业、群众可通过线上渠道实现“指尖申办”。

为确保银行网点服务人员能准确、高效地承接社保业务,六盘水市社保部门与工商银行紧密合作,通过联合组织专项培训、上门指导等多种形式,有效提升银行网点经办服务人员的专业化水平,确保每一项“跨省通办”业务都能规范操作、一次告知、快速受理,切实提升服务质效和群众办事体验。

## 图书馆开讲《史记》

本报讯 (记者 邓倩)9月13日,六盘水市图书馆国学经典课堂举办讲座,邀请六盘水师范学院文学与新闻学院副院长支媛为读者讲解《史记》,以“一路成就的伟大——走进司马迁与《史记》”为主题,带领读者穿越时空,与历史对话。

据了解,去年六盘水市图书馆获得国家图书馆古籍保护中心授牌挂“中华经典传习所”,推出了“国学经典课堂”活动,先后邀请了省内专家学者开展国学经典解读,已吸引2000余名爱好国学的读者现场参与。同时,在线直播12场国学经典传习活动,吸引8000余人在线学习交流。