

### 打造文旅结合新赛道

# 台州文创雪糕频频“出圈”



本报记者李平

今夏,文创雪糕火热出圈,百花齐放,全国各地从景区到博物馆、再到城市地标、游乐园等,纷纷推出了各式各样的文创雪糕,让名胜古迹不仅能入眼入耳,还能由口入心。

台州神仙居景区、台州府城文化旅游区也先后携神仙居如意桥雪糕、兴善门旗开得胜雪糕加入这场文创雪糕的狂欢,不仅带来线上社交平台上的传播热度,同样也为线下旅游带来一波流量,在增加旅游趣味的同时,也带动了当地旅游事业的发展。

### 文创雪糕为景区带来线上线下双重流量

文创雪糕可谓是当下最火的旅游周边,一经推出就迅速成为爆款,不仅为景区增加了营收,也成为引流爆品。手持景区特色雪糕拍照“打卡”,是今年最火的旅游体验项目之一。社交软件上,不少年轻人对这种文创雪糕趋之若鹜,甚至专程为文创雪糕去打卡景点。

我市神仙居景区、台州府城文化旅游区的两款文创雪糕也是如此,打开抖音、小红书、微博、微信公众号等社交平台,能找到很多相关的打卡记录和体验分享。

“我们是5月1日推出的神仙居文创雪糕,推出以来形成了很好的宣传效果,市场关注度非常高,‘五一’假期5天销售近3万根,单日最高销量7000根,目前总销量已经超过8万根。”浙江神仙居体育发展有限公司经理吴艳说。

今年7月9日,神仙居景区2021年游客接待量超过100万人次,实现历史性突破。“疫情防控形势下,我们景区能取得这样的成绩实属不易。除了网红如意桥,我们的网红雪糕也是人气单品,很多游客为了买雪糕特地赶到神仙居。”吴艳介绍,“目前,文创雪糕带来的经济效益已经大于产品的设计开发成本,许多兄弟县(市、区)也来跟我们取经。”

“今年,台州府城文化旅游区正在创建5A级景区,我们也在摸索能够快速提升景区影响力的方法。受三星堆文创雪糕的启发,我们在8月1日推出府城第一款文创雪糕,希望借助文创雪糕的社交属性,更好地宣传府城景区。”临海市文化旅游集团有限公司副总经理陈健介绍,文创雪糕推出后的实际效果,也超过他们的预期。“小红书、抖音、微信朋友圈,都能看到很



神仙居如意桥文创雪糕。浙江神仙居体育发展有限公司供图

多游客的拍照分享,市级、省级媒体也有报道,这些都是对景区非常好的宣传推广。”

### 爆款背后的文化与品质内核

如何打造出让消费者满意,并愿意在社交平台上分享的文创产品,这两家景区花了不少心思,也下了不少功夫。

陈健介绍,最初景区选取了丹书铁券、揽胜门、兴善门等三个临海的文化IP作为第一款雪糕的设计素材,丹书铁券外形简单,可以快速出设计;揽胜门的好汉坡景点知名度高;兴善门标志性古迹集中,周边集合了长城、城门、千佛塔等,画面内容丰富。

“最终我们选择了兴善门这款,除了设计元素丰富,也考虑到兴善门周边交通、停车方便,更方便游客们购买、拍照。”陈健说。

神仙居景区在设计文创雪糕的过程中也投入了实打实的诚意,携手国内文创雪糕市场占有率最高的设计团队共同开发,多次邀请设计团队来景区实地体验,捕捉灵感,设计出最具神仙居特色的雪糕造型。

“最终,我们提取了如意桥、观音峰、迎客松、朱雀花、云海等神仙居核心元素,融入一副展开的画卷之中,这也契合了仙居正在建设现代化中国山水画城市的主题。”吴艳介绍,敲定设计方案后,在正式生产前,他们也对接了国内几家有实力的雪糕生产厂家,经过几轮样品试吃,最终才推出颜值又高口味又好的神仙居雪糕。

“5月份首先推出了牛奶、草莓、巧克力三种口味,后来我们想仙居,是‘中国杨梅之乡’,为什么不推出仙居独有口味的雪糕呢?”吴艳介绍,今年6月中旬杨梅一上市,他们就从当地杨梅企业采购了当季新鲜的仙居杨梅制作成原果浆交于雪糕生产厂家,经过20多天的赶工生产,2万枝杨梅限量口味的文创雪糕出现在景区商店中。

也正是这种丰富而厚重的文化内核和过硬的颜值、品质,台州文创雪糕推出后也带来一些意向不到的文化传播效果。

“最开始我们以为第一波游客体验者会是更喜欢新鲜事物的年轻人,没想到更多的是家长朋友们,他们带着小朋友来买,然后对着雪糕上的图案向孩子讲述相关历史。”陈健说,因为文创雪糕的文化属性,他们在雪糕售卖店的布局上也更慎重。“我们以打造品牌形象的定位进行布局的。售卖文创雪糕的店铺应该了解景区、临海的历史,这样在消费者问起雪糕背后的典故时,他们能做好临海文化旅游的宣传。”

### 如何让景区文创雪糕实现“持久红”?

由于文创雪糕爆红后的引流特性,旅游业里文创雪糕的风潮越刮越热。有数据显示,目前国内已经有百余景区推出文创雪糕,一支支带有景区特色设计的雪糕成为景区IP推广“招牌”与游客们的“打卡神器”。

然而,文创雪糕在成为“流量

网红”的同时,也陷入低水平模仿、缺乏创新的窠臼,良莠不齐的口感和品质遭到不少争议。其中北京香山公园的红叶文创雪糕,以树叶搭配大牙缝的笑脸,实现了“丑出圈”的效果。

在全国文创雪糕的赛道上,始于文化、陷于颜值文创雪糕,该如何保持消费者的消费热情?又该如何突破消费场景的限制?

对此,吴艳表示,神仙居文创雪糕选择从雪糕的品质上发力。“我们在口味选择上遵从老少咸宜,品质把控也很严格。因此,在实际销售过程中,不仅是游客,本地市民的购买热情也比较高,不少市民专程购买这个雪糕。”

据介绍,在仙居,神仙居如意桥雪糕不仅是景区游的限定周边,也成为不少当地市民夏日消暑的必备冰品,甚至是招待远方来客的新“特产”之一。为了让当地市民购买方便,神仙居景区在仙居城区永安溪绿道也设置了一个文创雪糕购买点,下阶段,还将开通线上购买渠道。

陈健表示,此次兴善门旗开得胜雪糕试水成功后,临海文旅集团将在此基础上针对消费者的群体需求,不断创新设计,改进客户体验和提升客户粘性。

“文创雪糕肯定不能一成不变,只有不断更新才能不断增加吸引力。接下来,我们将会增加更多的口味选择,在产品样式上也将陆续推出千佛塔、揽胜门等地标性建筑的雪糕,形成一个系列。”陈健介绍,“我们也计划,通过社会征集,与市民互动的方式,推出下一款文创雪糕。”

仅雇6个裁缝,年均卖出近2000套

# 台州汉服小店“整活”新国潮

本报记者李寒阳文摄

近年来,随着国潮风兴起,越来越多的年轻人开始穿汉服。

不久前的七夕,台州也迎来了一阵“汉服潮”,台州欧拉4S销售团队穿汉服卖车,椒江Le Z餐厅推出的汉服法餐体验,还有大街上身穿汉服出行的年轻人。曾经被视为奇装异服的汉服,正悄然破圈,走入普通人的生活。

而在临海杜桥镇,有一家开了八年的“老作坊”一直默默为汉服爱好者们输送着“弹药”。没有找工厂批量生产,仅靠店内6名裁缝量体裁衣,年均卖出近2000套,这家小店在汉服市场中努力推崇着这一“新国潮”。

### 从赚钱“养店”到年卖百万

9年前,临海人王珊珊在大学初遇汉服,从小喜欢中国传统文化和古装风格的她与汉服一拍即合。

加入“汉服社”、组建“汉服群”、自学了“汉服设计”,毕业后回家又开了“汉服工作室”,经营起汉服网店“沉香画舫”,王珊珊把爱好变成了事业。

但由于当时穿汉服的群体数量太小,销量惨淡,王珊珊一上班,一边用工资支撑着这项爱好。

凭借自己对汉服的热爱,王珊珊没有找工厂批量生产,而是请了几位裁缝用手工制作,她表示,虽然效率不高,但是衣服品质提升了,所以即便定价比“工厂”要高一些,但买家一收到货,就能感觉“精致”。

“一个裁缝生产一件汉服,大概需要1-2天,虽不能批量生产,但可

以‘量体裁衣’。”王珊珊说。

随着“古风”逐渐兴起,主打量身定制和品质做工的“沉香画舫”一下子打开了销量,去年,这家小店的年销售额已达到了140万元。

### “周边”市场广阔

2018年开始,每年农历的三月初三被称为“中国汉服日”,汉服产业也引来了爆发。汉服体验馆、汉服租赁、汉服剧本杀等周边市场陆续落户台州,“沉香画舫”的汉服也得到多个“汉服体验馆”代理销售、租赁。

“汉服租赁的利润率比出售更高一些,需求量也更大。”椒江兼霞汉服体验馆店主徐安表示,能将汉服作为日常装扮的人群毕竟还在少数。

徐安告诉记者,现在将汉服当“婚服”的人越来越多,而作“婚服”用的汉服通常以租赁为主。

“根据汉服的品质和设计,其租赁价格有很大差别,每件从几百元到几千元不等。”徐安说,一套零售价为4000元的男女婚用汉服一次可以租2000元。

此外,古风妆容、造型、拍摄都成了配合汉服的一部分,汉服的周边市场正在崛起。

数据显示,2020年我国汉服行业市场规模达79.6亿元,中商产业研究院预测,2021年我国汉服行业市场规模将达105亿元。

“台州的汉服产业仍处于发展初期,大多都是向外出售。”王珊珊认为,在制造能力和营商环境均在线的台州,汉服产业发挥的空间还很大。



汉服小店生意逐渐红火。

# 温岭:二级以下幼儿园食堂“智能阳光厨房”全覆盖

本报讯(通讯员朱苗苗)“通过手机端、电脑端和餐厅大屏幕就可以清楚看到食堂后厨情况。”据统计,截至目前,温岭市86家二级以下幼儿园食堂已完成“智能阳光厨房”全覆盖建设,进一步提升校园食品安全智慧化管理水平,打造市场可视化监管数字驾驶舱,有效提高校园食品安全监管效能。

今年初,温岭市将“全市二级以下幼儿园食堂建设智能阳光厨房全覆盖”列入市政府民生实事项目,该市场监管局联合教育局精准施策、保质保量推进“智能阳光厨房”。

与原先的阳光厨房相比,升级版的“智能阳光厨房”通过数字监管应用景迭代升级,集成互联网+视频监控、后厨物联网感测、AI智能抓拍、信息公示于一体,具有“可感知、

可监控、可识别、可抓拍、可示警”等优势,从而实现“后厨操作可看、食材来源可溯、食安管理可查、诚信承诺可示、餐饮服务可评”。

升级版“智能阳光厨房”在留样过程中,采用访问权限控制,实现人脸识别开锁,留样过程视频可查,留样信息在线监管,从而实现关口前移,帮助食堂从业人员更好落实食品安全主体责任。

“作为家长,最关心的就是孩子在校的饮食安全。现在我们在手机端、电脑端和餐厅的大屏幕上,可以清楚地看到幼儿园食堂的后厨情况,还能自动抓拍厨师未戴帽子等不规范行为,可以说是一切动静尽收眼底!”秋季新入园的小班家长朱女士在温岭市城西星辰幼儿园食堂参观智能阳光厨房建设后,发出这样的感慨。

# 市域铁路S2线要来了,哪些区块楼市将迎来“风口”?



本报记者周丽丽

近日,市域铁路S2线一期工程示意图对外公布,这意味着市域铁路S2线建设进入实质性阶段。

市域铁路S1线自北向南,串联起椒江、路桥和温岭,带动了相应区域的楼市。那么,市域铁路S2线,自西向东连接了黄岩、椒江、台州湾新区,对于楼市会有怎样的影响呢?

### 市域铁路S2线途经哪些区域?

市域铁路S2线一期工程起自黄

岩北洋镇,止于台州湾新区,线路全长66.3公里,其中地下线长度18.65公里,地下线占比28.1%。全线设站22座,其中地下站7座,高架站12座,地面站3座,预留2座高架站。项目一期工程总投资约308亿元。

从设置的站点来看,市域铁路S2线将串起黄岩北洋镇以及江口一带,然后通过台州湾新区,顺着市府大道连接椒江的老城区,最终接轨台州湾新区。

按照140公里/时的速度目标值,半个小时,乘客就可以从群山环绕的黄岩西部,到台州湾看海,这无疑拉近了台州中心城区东西部的距离。

### 哪些区块楼市又将迎来“风口”?

中心城市融合加快,也将带来一些区块楼市的发展。那么,哪些区块的楼市将会因为市域铁路S2线的推进,迎来新的“风口”呢?

黄岩西部生态宜居,但房产开发

还是相对滞后。随着市域铁路S2线的开通,想必黄岩西部的楼市发展速度会加快。具有浙东十八潭、富山大裂谷、黄岩大瀑布等丰富旅游资源的黄岩北洋镇,其旅游地产或许会迎来一波开发高潮。

同时,市域铁路S2线的开通,对于与椒江接壤的黄岩江口街道来说,无疑是一个很大的“红利”。

从市区地图来看,黄岩江口街道是市区融合的重要区块,也是主城区未来发展的储备空间。以往,台州人所熟悉的江口,大抵是黄岩医化、食品产业的集聚区,既有联化科技、天宇药业这样的上市公司,也有黄耀集团等大型房企,还有很多村居集聚地。随着市域铁路S2线的推进,江口或许将开辟新的人居环境。

此次市域铁路S2线与S1将在高铁新区汇合,对于周边楼市产生一定影响。市域铁路S2线途经椒江八中站,或许能带动老城区楼市发展。

市域铁路S2线也将进一步加速

城东的发展。最近,中央创新区的发展势头可以用“势不可挡”来形容,市域铁路S2线的途经也将进一步推动该区块的开发。

不过,影响最大的还是台州湾新区。从起始站、终点站的设置可以看出,市域铁路S2线将带动东西旅游资源的发展,而台州湾新区无疑是未来旅游开发的一个重点区域。

**共富之约 致富之跃**  
建行共富贷 带来好未来

利率更低: 抵押低至3.85%年化利率  
额度更高: 至高可达1000万  
范围更大: 县域经济、涉农产业  
期限更长: 最长3年, 按月付息、任意还本

客户服务热线: 95533  
网址: www.ccb.com