非遗“活”起来，市场“火”起来

牵手时尚，非遗产业展实力

阅读提示

非物质文化遗产带着岁月痕迹，是民族文化的载体。但是，年代久远的“遗产”与年代生活有着较大的“距离感”。如能巧妙融合当下网络传播和销售的特点，和生活连接起来，往日冷门的“非遗”，会越来越受青睐。

本报记者 吴铎思

日前，第八届“新疆非物质文化遗产周”活动在吐鲁番葡萄沟景区启动。活动采取线上线下结合的方式，在全疆同步举行“云游新疆·非遗影像展”、非遗购物节、线下线上非遗宣传展示活动200余场。在葡萄沟景区内近2000平方米的非遗集市上，上千种新疆非遗商品、一大批非遗传承人现身，让游客感受着非遗产品的魅力。

非物质文化遗产带着岁月痕迹，是民族文化的载体。但是，年代久远的“遗产”与年代生活有着较大的“距离感”，使得让人们对许多非遗项目知之甚少，甚至敬而远之。让非遗“走向”市场，不少地方推进传统与现代的融合，通过牵手时尚，引起人们对非遗的关注和兴趣，让非遗“软实力”展现出“硬实力”。

融入百姓生活

刻着京剧脸谱的葫芦、绣着牡丹花的笔记本……日前新疆哈密市举行的刺绣展示活动上，设计师将哈密维吾尔族刺绣这一非遗因素，巧妙植入到各类产品中。

“我们将文创产品与非遗相结合，打造出年轻人喜欢的文创产品，让该非遗文化传承下去。自植入非遗元素的文创产品上市以来，受到众多游客的喜爱，去年就接到40多万元的订单。”哈密市库木西文化传媒有限公司负责人卡德尔·热合曼说。

在哈密博物馆内的文创商店，满目琳琅的产品吸引了众多的游客参观购买。据介绍，店内艾德莱斯绸款式的耳饰、葫芦手链、刺绣的渔夫帽等文旅产品特别受游客欢迎。

据了解，2016年哈密市设立了新疆哈密传统工艺工作站，这也是全国首个传统工艺工作站，传统工艺工作站成立后，便以哈密市维吾尔族刺绣为重点，通过院校系统专业培训、设计团队市场化项目介入和指导、创立品牌等多种方式，改善传统刺绣工艺的设计、制作水平，提升其市场竞争力。

“在全国，你只要看到直径60厘米的馕，那一定是我们库车大馕。”这是新疆库车当地的一句口头禅。新疆的馕文化作为当地饮食文化的代表，也是新疆民俗文化的代表，是鲜明的地理标识。2010年，库车大馕被列为新疆非物质文化遗产。

据库车市副市长兼库车大馕产业联盟发展小组主任米孜古丽·买买提介绍，库车大馕城不仅是民生项目，还是一个文化旅游项目。近年来，库车市着力打造大馕基地、库车大馕技艺传承培训基地、脱贫攻坚就业创业基地和国家3A级旅游景区。

时尚与传统并重的蒙古族服饰、栩栩如生又充满现代感的剪纸、装在易拉罐里的卡瓦斯、精美伴手礼盒里的馕……在乌鲁木齐二道桥大巴扎举办的非遗购物节上，各种非遗产品令人大开眼界。

“让原来感觉触不可及的传统融入到了现代生活中，这些产品很具有生活气息。”游客陈明介说。

变身青春时尚

“内页是古老的桑皮纸，封面采用时尚的设计。这款笔记本不仅实用，还让人感到有内涵。”陈明介对一款由桑皮纸非遗衍生品爱不释手。

和时尚牵手，让古老非遗一改“老土旧”的形象，变成了时尚生活的一部分。目前，新疆各地非遗衍生出的产品总数已超千种，产品既有文化底蕴，又具备较强的市场竞争力。

非遗新疆桑皮纸传承人、新疆国画院常务副院长兼秘书长魏宝山，从2012年起就致力于桑皮纸应用研究，研发出的桑皮纸产品包括折扇团扇、手绘笔记本、台灯、钟表等15个品种。

程应奋是新疆艾德莱斯推广研发中心设计总监。从2014年至今，她已经在北京、上海、深圳等五六个城市举办了十几场时装发布会。“我会根据当年的国际流行色与流行趋势，把艾德莱斯元素用于风衣、休闲装、晚礼服、男装、童装，甚至手提包、丝巾等配饰上，让古老的艾德莱斯更青春时尚。”程应奋说，“古老的非遗只有‘活’在百姓生活中，才能生机勃勃地传承下去。现在，艾德莱斯的市场越来越大，吸引了很多年轻人来学习这项古老的织造技艺，非遗越来越有青春活力了。”

新和县依其艾日克镇加依村是国家级非遗传承地，匠人们把古老的新疆民族乐器做成了各种“迷你”工艺品，成了文化含量十足的时尚家居摆件，近年来一直热销。

近年来，新疆非遗频频与时尚牵手，焕发了青春光彩。几年前，新疆哈密刺绣在巴黎国际时装周上首次惊艳亮相，吸引了时尚圈的关注。随后，哈密市注册了“密作”品牌，这项国家级非遗的传承人与国内顶尖设计师合作，把哈密刺绣带进了时尚圈，以此为元素创作的服饰绣片、背包、钱夹、家居用品，甚至时尚耳机，令人眼前一亮，深受年轻人青睐。

线上线下融合

“网络的传播力太强了，如今，我们的产品成了‘网红’，不少网友直接通过手机联系下单购买心仪的产品。”博湖县的依日木太感慨地说。

依日木太学习了蒙古族刺绣，并和几个姐妹一起成立了专业合作社。与父辈们不同，依日木太到县里开了刺绣实体店，又在互联网上发布图片，再后来在手机微信上“秀”自己的刺绣产品。

据了解，今年的“文化和自然遗产日”，新疆首次推出了“非遗购物节”，借助电商直播平台，许多非遗传承人从幕后走到台前，首次开启直播非遗带货模式。

“这种方式不仅可以提升非遗产品的关注度，更重要的是传播了非遗蕴含的文化内涵、工匠精神，有助于提升文化自信。”新疆剪纸传承人王革说。

新疆二道桥文化旅游集团公司相关负责人介绍，该公司在二道桥大巴扎为非遗衍生产品设了专柜，在每个楼层经营项目中都加入了非遗项目展示内容。将采取现场表演展示和网络直播相结合的方式，把二道桥大巴扎建成展示新疆非遗项目的窗口。

实际上，全国各地已经把非遗“搬”到了网上。中国手艺网内容中心主任郝秦玉说，直播是眼下人们乐于接受的传播形式，非遗参与其中，科普知识之余，也能为传承人带来一定的经济效益。

“但需要注意，非遗产品具有一定的特殊性，尤其是手艺类的产品，生产周期长、规模有限，很多产品也是初次触网。”郝秦玉认为，抓住非遗产品的文化属性是首要的，如能巧妙融合当下网络传播和销售的特点，和生活连接起来，往日冷门的“非遗”，会越来越受青睐。

山东荣成：新能源房车成“新宠”
“大漠新丝路”：推动经贸交流



右图：7月5日，山东省荣成市的房车生产车间，工人正在抓紧组装。今年以来，新能源房车企业疫情期间不停产，名骏、康派斯等龙头企业抓紧生产出口订单。荣成市房车产量占全国的33%，居全国第一，是国内最大的房车产业集聚区，产品销往10多个国家及地区。 杨志礼 摄/中新社

下图：前不久开通运营的格库铁路青海段是中国西北路网骨架的重要组成部分，被誉为“大漠新丝路”。据中国中铁电气化局相关项目负责人孙刚介绍，格库铁路沿线包含了沙漠、沼泽、草甸、戈壁、雪山、无人区等地形，环境恶劣，施工条件艰苦。格库铁路的开通运营，对促进沿线地区资源开发和脱贫致富、推动青海新疆两省区经贸交流等具有重要意义。 本报通讯员 董志武 摄



互联网咖啡面临新考验

本报记者 李国

相对于携资本热浪快速“跑马圈地”的瑞幸，连咖啡则一直秉持着“小跑慢走”的发展思路。但同为互联网模式下的咖啡连锁品牌，两者最终还是殊途同归：瑞幸咖啡自曝财务造假迎来生存危机后，连咖啡也在近日被曝出大规模关店。

大众点评搜索显示，目前，连咖啡北京16家店铺关闭，正在营业只有两家；上海22家门店暂停营业；深圳12家商铺，仅余1家还在营业；广州的10家门店中，也仅有1家门店还在营业。不同于瑞幸的造假式自戕，连咖啡的失利，或许是一种反思和盘整，大量闭店也并不意味着它即将消亡。

6月29日瑞幸咖啡在纳斯达克停牌，并进行退市备案。同时，官方声明“瑞幸咖啡全国5000多家门店将正常运营，近3万名员工仍将一如既往的为用户提供优质产品和服务。”

目前，瑞幸咖啡线下门店是什么状况？经营正常吗？订单量如何？消费者还去吗？带着这些疑问，《工人日报》记者前往重庆主城区的几家门店进行探访。

喝最后一杯便宜咖啡吗？

7月4日上午，记者联系到重庆善道集团的工作人员，这家公司号称是“瑞幸咖啡重庆分公司人力资源服务战略供应商”。该工作人员表示“重庆门店现在还在招聘”，其在6月份发布的一张图片显示，瑞幸咖啡重庆门店有95家已经复工。

当天10点，在瑞幸咖啡东原新新park店附近上班的小李前来取单。他告诉记者，自己是老顾客了，因为价格便宜，基本每天都要买一杯，最少的时候只需要几元钱，最多也就十来元一杯。看到瑞幸承认造假股价崩溃的新闻后，担心公司倒闭，于是把所有能用的券都用了，一口气点了7杯咖啡请同事喝。

下午2点半左右，在瑞幸高科水星店，操作员忙得脚不沾地，柜台前有顾客和3名外卖小哥在等候。“一点半的单子，排了一个小时，到现在才排上。以前只需要10分钟。”一位外卖小哥吐槽道。操作员表示：“这是因为系统出现异常的缘故，明天就好了。”“我今天接到的订单比平日增加了1倍。”另一位快递员称。

记者查询到瑞幸咖啡（重庆）有限公司的联系方式，电话咨询时，工作人员称，“门店经营暂时没有影响”。记者反映“系统崩溃了无法下单”，对方回复“你稍等一下不要着急”。记者通过企查查了解到，瑞幸咖啡在重庆有187家门店。

随后，记者连续打探了江北区和渝北区多家门店，情况均类似。

号称打败星巴克，如今承认财务造假

公开资料显示，2018年，瑞幸咖啡强势登陆咖啡市场，打着和星巴克叫板的旗号。

与开店速度相匹配的是瑞幸咖啡的融资速度，2018年6月和12月，仅一年内瑞幸咖啡两次获得总计4亿美元融资。 2019年4月和5月又再次获近8.5亿美金融资。通过价格补贴+快速铺开店面的打法，瑞幸咖啡在国内咖啡零售市场得以迅速打开局面，并多次公开表示要颠覆国际咖啡零售巨头星巴克。但这一模式因烧钱圈地，也受到部分业内人士的质疑。

事实上，早在今年2月1日，上市不到10个月的瑞幸咖啡就收到了国际知名机构浑水公司发布的公司做空报告。对此，瑞幸咖啡予以了坚决否认。

时隔2个月，4月2日晚间，瑞幸咖啡突然发布公告，承认虚假交易22亿元。受此消息影响，瑞幸咖啡股价盘前一度暴跌近85%。开盘后20分钟内三次触发熔断，盘中共六次暂停交易。

重庆中耀律师事务所金融事务部主任陈源佳表示，如果有投资美股瑞幸咖啡的投资者，应尽快向纽约南区地方法院提交集团诉讼申请，按照当地的法律法规来界定索赔金额。

坐上了“过山车”的瑞幸何去何从？

从市值来看，瑞幸咖啡从最高峰时超过110亿美元，到如今3.47亿美元，犹如坐上了“过山车”。

而退市之后，对于瑞幸咖啡而言，麻烦还远远没有结束。重庆工商大学长江上游经济研究中心研究员莫远明指出，参考瑞幸咖啡最高股价和最低股价以及总股本，可粗略计算出瑞幸咖啡将面临总计约112亿美元的赔偿。这意味着，其未来的发展将一定程度取决于巨额索赔的情况。此外，瑞幸咖啡还面临国内外监管层的巨额罚款。

重庆华龙证券永川营业部总经理牛阳告诉记者：“瑞幸咖啡退市后，考虑到赔偿问题，对后续经营会造成一定的影响。至于是否会破产，涉及因素较多，现在还不能下此结论。”

记者注意到，自瑞幸咖啡爆出财务造假以来，全国门店基本都在正常运营，不过采取了优惠力度降低、裁员、门店关停并转等“自救”举措以削减成本。截至目前，瑞幸咖啡在国内仍拥有4000多家门店，并且仍在不断推出新品、开拓新门店。

在中国食品产业分析师朱丹蓬看来，瑞幸咖啡退市主要影响的是资本端，对经营端影响并不算大。“瑞幸咖啡数千家门店，已形成一定的品牌影响力和粉丝效应。尤其受到疫情影响，高性价比路线将更受青睐。只要瑞幸咖啡保持运营端的稳定，解决好资本端索赔的问题，未来有持续发展的可能性。”

朱丹蓬表示，对于投资人而言，如果瑞幸咖啡立即走向破产，必然资不抵债，对他们也是损失。因此，从市场理性的角度考虑，后期大家可能会达成一个较为完善的解决方案。

市场观潮

农村电商要打通『最后一公里』

赵昂

近日，商务部和财政部联合发文，决定设立农村电商公开课，主要内容包括对国家农村电商发展政策的解读、各地提升电子商务进农村的经验做法、电商创业与经营的实操技能和方法等，课程适用对象既包括政府机关里负责农村电商工作的人员，也包括农村电商公共服务中心、物流中心、合作社、乡村服务站点、有关企业等工作人员，还包括农村电商返乡大学生、退伍军人等农村电商创业人员等。

根据商务部电子商务司发布的《中国电子商务报告2019》，去年我国农村网络零售额达到1.7万亿元，同比增长19.1%，农产品网络零售额3975亿元，同比增长27%。在这背后则是农村地区基础设施特别是通信设施的改善，2019年我国行政村通光纤和4G比例超过98%，农村地区互联网普及率为46.2%，农村网民数量达到2.55亿人。

正因如此，农村巨大的电子商务消费潜力正在被业界看好。与城市消费者不同，农村消费者同时也是农产品的生产者，农村电商其实是个“双向”的市场，农民既可以通过网络购买到所需的消费品，也可以通过网络将自己的农产品卖到城市，市场潜力之大不言而喻。

但是，农村电商的“最后一公里”问题，仍然是制约着行业发展的重要短板。这个“最后一公里”并非指的是道路和通信，而是物流配送体系，而这一体系的搭建涉及诸多方面，比村村通公路和村村通网络还要困难。

根据商务部的数据，去年我国仍有四分之三的村庄没有农村电商配送点，农民收货仍要去城镇代收点，发货亦是如此。收货时间尚可调整，但农产品的发货则不然，农产品具有特殊性，其既有季节性，又有储存和运输的难度，许多农产品需要冷链储存和运输，还有一些农产品需要加工后才能流入市场。

换言之，农村电商绝不是快递公司多设一个快递点那么简单，农户发货也不是像服装店一样，随便叫个快递就能发货，而是涉及到整个乡村物流配送体系的搭建。

另外，现有电子商务平台或是C2C，即个人对个人；或是B2C，即企业对个人；当然，也有专门的B2B平台，即企业对企业。但是，这些理念针对的都是工业制品，由企业或个人商户按标准化模式生产，最终流入个人消费者手中。但农村的农产品与标准化的工业制品不同，其由个人农户分散生产，之后需要相关加工、储藏、运输企业整体送往城市，单一农户对外收货，不仅缺少信息和流量资源，也没有加工、储藏和运输能力。

也就是说，针对农村产品的电商体系，不是简单的C2C，或者B2C、B2B，而是几种模式的融合体，甚至不同农产品需要不同的销售和配送模式。举个例子，易坏的水果和冰冻的海鲜，显然不适用于同一种电商体系。这就需要相关平台在商务服务体系上有所创新，而各地有关部门也需要针对当地不同农产品的现实需求，有针对性地予以扶持和帮助。

农村电商是一片蓝海，但如果想充分挖掘出农村电商的市场潜力，不论是线上平台体系还是线下配送体系，都需要找到打通最后一公里的“支点”，需要整个体系的完善与创新。

上海石化升级乙烯装置智能化

本报讯（记者钱培坚 通讯员胡拥军）上海石化烯烃部中控室集中升级改造项目日前开工建设，建设周期约一年。项目建成后，将大幅提升装置智能化水平，提高装置自控率和平稳率，推进企业高质量发展。

据该公司烯烃部总经理徐建伟介绍，乙烯是石化工业的龙头，乙烯装置的运行水平，直接影响到化工板块的经济效益。乙烯装置的高度自动化运行，需要一系列的自控系统、联锁系统进行保障，这就需要高度智能化的中央控制技术做支撑。

上海石化乙烯生产起步较早，是国内主要的乙烯生产企业之一。 据了解，此次改造将体现几大亮点：一是控制系统全面实现国产化，助推“中国智造”。二是集大成的控制室，不仅节约资源、集中管理，而且为今后发展留下广阔的系统空间。三是新建控制室选址突出“以人为本”，抗爆性能更强，安全性能更高。升级改造项目建成投用后，上海石化乙烯装置智能化水平将占据国内领先地位，中控系统能够自动应对各种数据变化，基本可以替代人工操作，可有效提高运行精准水平，解放生产力，为建设国内领先、世界一流乙烯装置创造条件。

河北山东两大港口集团签署合作协议

联手建设世界一流港口

本报讯（特约记者朱润胜 通讯员徐丹）7月1日，河北港口集团有限公司与山东省港口集团有限公司在青岛正式签署全面战略合作框架协议。双方将进一步推动优势互补、互动发展，提升资源配置能力和协同创新能力，合力推进世界一流海洋港口建设，在服务国家重大战略中发挥港口力量，为助力我国经济发展和维护全球产业链供应链稳定提供重要支撑。

据了解，河北港口集团是世界领先的干散货大港、中国“北煤南运”主枢纽港，是京津冀世界级城市群和环渤海世界级港口群的重要枢纽。山东省港口集团地处“一带一路”海陆十字交汇点，是“东西双向互济、陆海内外联动”的核心枢纽。河北港口与山东港口地缘相近、航线相通、业务相连，拥有坚实的合作基础。今后，双方将在智慧港口、绿色港口、业务拓展、市场拓展、资本合作、人员交流等领域进一步加强战略合作，畅通物流通道，提升作业效率，共享改革经验，促进联动发展，围绕世界一流港口建设实现良性互动、共同发展。