

## 聚焦 | 打造山西省旅游热点门户

## 关公文创，为文旅消费添活力

本报记者 王新欣

“神勇”牌匾冰箱贴、关公非遗剪纸、Q版关公玩偶……随着第35届关公文化旅游节的开展，一系列关公文创产品也随之火热出圈，成为不少来此“打卡”的年轻人追捧的“潮品”。

来到运城关公故里文化旅游景区，游客不仅可以感悟古建的魅力，也可以走进关公文创的世界。这里的每一件文创产品，都是对关公精神的致敬。在文创的世界里，游客同样可以开启一段精彩的关公文化之旅。

近年来，运城关公故里文化旅游景区围绕“关公文创”IP，深耕细作，打造了一系列优质的、深受游客喜爱的关公文创产品，在推动关公文化创造性转化与创新性发展的同时，成功实现了文化与旅游、创意产业的深度融合。

文创产品  
让“国潮”成为亮点

走进关公文创店，关公冰箱贴、关公徽章、神采奕奕的关公雕塑、关公忠义文化书籍等一系列文创产品琳琅满目，让游客得以全方位感受、体验关公忠义文化。

“我们一共有八大类600余种文创产品，其中最受欢迎的当属‘神勇’与‘关帝庙’这两款冰箱贴，可以说是大多数游客来店必买的产品。”运城关公故里文化旅游景区文创开发运营中心负责人杨琴介绍。

运城是关公的故乡，位于解州的运城关公故里文化旅游景区则是国家级重点文物保护单位，是我国现存最早、规模最大、档次最高、保存最完整的关帝庙，其建筑风格独树一帜，不仅是中国古代建筑艺术的瑰宝，也有着深厚的关公文化底蕴。这些，都为更多“国潮”文创产品提供了创新之源。

“你看这个‘神勇’牌匾冰箱贴，就是对文物进行复制，是文物的缩小版，游客可以拿着这个冰箱贴去‘神勇’牌匾那里打卡，非常有纪念意义。这边这个木制关羽冰箱贴，就像一个小神龛一样，是我们中秋节推出的一款新型产品，造型卡通，不像想象中那么严肃。”杨琴一边指着墙上的文创产品一边说。

据杨琴介绍，这些独具匠心、工艺精湛的文创产品，是设计师们通过不断深入挖掘传统文化的精髓，将之与现代审美和市场需求相结合，精心设计制作而成，不仅设计新颖，更蕴含着深厚的文化内涵，在满足游客消费需求的同时，也能让游客对关公形象有更深的理解和认同，更鲜活地体验关公文化，感知关公忠义精神。同时，还能让游客更深入地了解运城，感受好运之城的魅力。

看到这些琳琅满目、设计新颖的文创产品，来运旅游的传统爱好者不仅将其带回去送给亲朋好友，还在抖音、小红书等平台上“晒单”：“运城，你连冰箱贴都做这么好。”“关帝庙的冰箱贴和手机贴也好看，买了一些送同事和朋友，都说好看。”“求一个代购。”甚至本地朋友也留言：“运城人也想要，在哪买的？”“我本地人都不认识运城了。”

目前，运城关公故里文化旅游景区与30多家企业合作，通过对关公文化进行符号提取和创意升华，将“国潮”与文创进行融合，



上图：短视频网红在文创店内直播。

上图：外地游客在文创店内选购关公文创产品。  
右图：琳琅满目的关公文创产品。

本栏照片由本报记者 陈方斌 摄

不仅有文化味儿  
还要有时尚范儿

重点围绕关公忠义文化、关公形象等多个主题进行研发，共设计出土特产类、日用百货类、工艺品类、非遗产品类等八大类文创产品。除了冰箱贴，还有运城明信片、关公徽章、文创雪糕等等，这些文创产品承载的独一无二的“国潮”文化元素，吸引着当下的年轻人，而运城关公故里文化旅游景区也通过文创产品，赋予了景区年轻化的品牌，迎合了年轻人的市场，让“国潮”成为旅游市场的亮点，也让文创产品逐渐成为文旅产业的重要支撑。

布关公、掐丝珐琅关公摆件、绛州澄泥砚、金钱石关公摆件……除了“国潮”+文创，运城关公故里文化旅游景区还通过文创产品，让非遗与文创产品进行融合，让非遗传承人、商家与

消费者的“生态共创”。

“非遗+文创，一方面，可以借助非遗传承带动乡村产业振兴，另一方面，也让非遗以文创的形式进入日常生活，让‘90后’‘00后’成为非遗商品的消费主力。”杨琴介绍。

非遗元素与关公文化进行结合，将关公形象和精神通过文化内涵移植到另一个媒介或载体上，对其进行再创造、再开发，便有了这些文化味儿十足的文创产品。

此外，除了文化味儿十足，在关公文创店，还有一些文创产品可以说是时尚感满满，甚至充满了科技感。

“《黑神话：悟空》的爆火，让整个山西吸引了无数网友的目光，到运城旅游的外地游客显著增多。针对这一热点，我们设计出了一款《黑神话：悟空》AR冰箱贴，游客通过扫描冰箱贴上的二维码，就可以看到游戏中山西的27处古建。”杨琴说。

随着云计算、虚拟现实等现代科技的应用，为文化和旅游业的创新插上了技术的翅膀，催生出更多新供给，也激发了人们更强的出游意愿。解州关帝庙景区紧跟文旅消费需求升级趋势，活化利用传统文化资源，融合现代科技手段，打造出更加丰富、多元的文旅体验。

在关公文创店的货架上，一个个色彩明亮的帆布包，同样吸引了不少游客的目光。“马到成功”“财源滚滚”“关公庇佑”，这些帆布包小巧精致，“潮”味十足，吸引了不少游客购买。AR冰箱贴、帆布包，这些文创产品不仅文化味儿十足，还具有时尚感和实用性，为游客带来了更加丰富的文化旅游体验。

“我们从2022年开始经营关公文创店，目前总共有5家店，3家在解州关帝庙景区，另外两家分别在柏口窑和常平关帝家庙。”杨琴说，关公文创的开发，让古老的文化焕发新活力，潮流与传统碰撞出新火花，充分展现传统与现代的灵动交融和文化创意的勃勃生机。借助关公文创，打造运城特有的城市名片，可以让更多的年轻人喜爱关公，从而实现运城文化的传播。

继续拓展品类  
做好特色化文章

关帝庙内，琳琅满目的关公文创，涵盖学习用品、日常用品、商务伴手礼等，让人啧啧称叹。在让文物“活”起来的大议题下，开发出怎样的文创产品，也同样成为让关公文化“走出去”“活起来”的重要一环。

当前，我国文旅消费向深度体验转变，人们更加注重精神文化享受，“国潮”文创仍有巨大的潜力，要继续做好差异化、特色化文章，打造更多文化供给。

运城，是关公忠义文化的发源地，关公文化是运城的一张重要文化名片。时过千年，关公文化历久弥新，关公留下的美好品德，早已深深植根于中华民族的文化土壤中，“忠义仁勇”关公文化已成为增强全球华人情感认同、文化认同、民族认同的精神纽带，为人们提供了强大的精神动力和坚实的道德支撑。新时代下，不仅关公文化需要用创新的手段来传承和发扬光大，作为关公出生地、关公文化的发源地之一——运城，更应该结合“关公文创”IP进行文创赋能，充分挖掘关公文化的价值，促进文旅经济的高质量发展。

“开发关公文创，不仅可以满足人们的精神文化需求，传播关公精神，创新关公文化的活化利用手段，擦亮‘关公文化’名片，增强文化认同感，还可以丰富现有的文化创意产品市场，塑造关公文化旅游新品牌，促进文旅消费，进一步延伸文化旅游产业链，推动关公文创品牌的提升，把运城文旅资源禀赋转化为产业发展财富，促进我市文旅产业高质量发展。”杨琴说，“接下来，我们会继续围绕关公文化的传承、保护和发展，持续挖掘、展示、弘扬关公文化中的优秀品质，一是继续拓展品类，二是开展跨界合作，持续打造‘关公文创’IP，推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展，提炼关公文化的时代价值。”

深入挖掘内涵丰富的文创产品，不仅能让人们体验一个地方的文化魅力，也能让文创产品成为当地文旅的一张亮丽名片。如今，在聚焦“打造山西省旅游热点门户”的目标下，我市陆续开发的各类关公文化的精美文创产品，正在以全新的姿态“出圈”，成为解读关公文化的新媒介，也成为展现我市文旅经济发展活力的“活”的载体，进一步助力我市全面唱响“国宝第一市 天下好运城”。

## 人民银行运城市分行

## 提升金融服务可得性 助力专业镇高质量发展

本报讯(记者 余果 通讯员 刘睿强 彭海英)特色专业镇是以县(市、区)为基本地理单元，主导产业相对集中、经济规模较大且专业化协作程度较高的经济形态，是产业集群的基本形式。2023年，我市出台促进专业镇高质量发展三年规划，力争培育打造一批“区域品牌+企业品牌+产品品牌”的产业名镇。目前，全市共有特色专业镇17个。其中，省级专业镇两个、市级专业镇15个。金融支持特色专业镇高质量发展责无旁贷，人民银行运城市分行从信贷政策引领、银企平台创建和产品服务创新三方面，提升金融服务可得性，为全市专业镇高质量发展提供金融支撑。截至今年8月末，全辖专业镇贷款余额30.16亿元，惠及经营主体6722户。

聚焦信贷政策引领，提升制度保障能力。一是夯实政策基础。人民银行运城市分行加强与市工信局的工作协同，明确全辖专业镇发展规划、产业政策、重点项目等，制订出台《运城市金融支持专业镇高质量发展方案》，引导银行业金融机构从扩大信贷投放、优化信贷结构、提升金融服务三方面加强对专业镇的金融支持。二是强化政策工具导向。人民银行运城市分行积极运用支农、支小和再贴现等政策工具，引信贷资源流向

特色专业镇领域。在现行再贷款政策的基础上，人民银行运城市分行印发《关于设立支持特色专业镇、文化旅游、科技创新等领域支小再贷款专项额度的通知》，新设立3亿元支小再贷款专项额度，对地方法人金融机构向专业镇发放的贷款，开辟绿色通道，优先满足其再贷款需求。

聚焦银企平台创建，提升融资便利水平。一是出台“产融合作”白名单。人民银行运城市分行会同相关部门召开产融合作重点企业“白名单”审议会，共审议通过7批438家专业镇产融合作白名单，为银行业金融机构精准筛选融资服务对象、支持专业镇企业发展提供参考依据。二是推送专业镇融资需求清单。为解决“白名单”外特色专业镇企业融资难题，人民银行运城市分行协同相关部门摸排统计全辖特色专业镇重点企业融资需求清单，定期向金融机构推送。截至8月末，共推送重点名单两批共74户，金融机构已实现对接全覆盖，共向名单内企业发放贷款3亿元，支持企业50户。三是打造金融服务包。万荣外加工专业镇是山西省首批十大重点专业镇之一。人民银行运城市分行推动万荣县金融服务中心印发了包含县域7家银行业金融机构、共计18种信贷产品的《万荣

外加工产业金融服务包》，从信贷产品的适用对象、准入条件、贷款方式、贷款利率等方面进行详细介绍，为外加工企业选择金融产品提供便利。截至8月末，全市外加工产业贷款余额6.95亿元，支持经营主体142家，年产值44亿元。

聚焦“一镇一策”，提升信贷支持精准度。人民银行运城市分行指导辖内金融机构针对17家特色专业镇行业属性、资金需求等特点，推出“兴泵产业贷”“外加工特色产业贷”“药商贷”“包装贷”“渔药贷”“菌菇贷”和“冬枣贷”等多样化信贷产品，满足特色专业镇的融资需求。盐湖水泵特色专业镇共有水泵类市场主体142家，年产值44亿元，带动近两万人就业。针对盐湖水泵特色专业镇融资需求大、担保品缺乏等特点，人民银行运城市分行协调出台《盐湖区创新金融服务模式 助力水泵专业镇高质量发展实施方案》，创新推出“政府主导、平台推荐、银行放贷、担保助力、财政奖补”五位一体的融资合作新机制，定向办理了“兴泵产业贷”产品。政府部门按照新增放款金额的5%至8%对银行进行奖补。同时，农发行运城市分行充分发挥政策性金融职能优势，向盐湖水泵产业园审批通过1亿元“城乡一体化贷款”，支持产业园基础设施建设。

我市一案例入选  
全国中小企业数字化转型典型案例

本报讯(记者 余果)近日，工信部发布2024年中小企业数字化转型典型案例，我市盐湖水泵特色专业镇水泵行业工业互联网平台成功入选。

水泵产业是盐湖区的传统产业，占据全国近三分之一的市场份额。近年来，盐湖区深入贯彻落实全省、全市关于特色专业镇安排部署，依托解州镇水泵产业优势，积极推进水泵特色专业镇建设，聚合水泵产业链上下游资源，打造运城市盐湖水泵特色专业镇水泵行业工业互联网平台，推进水泵行业与工业互联网深度融合。运城市盐湖水泵特色专业镇水泵行业工业

垣曲县积极推进农业“大托管”服务  
让农民当起“甩手掌柜”

本报讯 眼下，正值秋粮收获和冬小麦播种的关键时节，一些农户却很悠闲。这种悠闲得益于垣曲县农村经济事务中心积极推进的农业“大托管”服务新模式。

在华峰乡马村，成片的玉米挺拔整齐，一个个金黄的玉米棒颗粒饱满，开展托管服务的合作社农业机械在田间穿梭，摘穗、秸秆粉碎、装车、深翻旋耕工序一气呵成，一派农忙景象。

据了解，垣曲为破解劳动力少、耕地闲置、成本过高、效益不佳等难题，结合本地实际，积极落实藏粮于地、藏粮于技战略，探索建立“农户+村集体”的农业生产“大托管”服务模式，集中农户耕地，充分发挥现代化机械设备优势，通过集中种植、科学管理、统一经营，提供耕、种、防、收“一

互联网平台，针对水泵特色专业镇企业数字化转型需求，提供包括新闻资讯、商机线索、材料、价格趋势等信息服务，涵盖供需对接、在线交易、人才招聘与培训、软件解决方案、远程设备运维等功能，为企业提供基于云服务的生产管理系统，平台目前已入驻企业96家。

据了解，盐湖区发挥“政府+专业机构+水泵协会”合力，采用“线上+线下”相结合的模式，打造水泵行业工业互联网平台和6个线下服务中心，推动水泵企业在数字化转型、协同研发、标准制定、质量检测、赋码追溯、品牌宣传等方面发展，构筑起“互联网+水泵特色专业镇”的产业生态。

条龙”服务，既节约成本，又提高了粮食产量，解放了农民的双手，让农民当起“甩手掌柜”，实现了农户放心托管节本增效、社会化服务组织高效服务、村集体增加收入人的“三方共赢”目标。

垣曲县农村经济事务中心主任王瑞介绍，今年，垣曲县作为全省20个农业生产托管高质量发展试点县之一，公开择优选择了16家规范化、专业化、社会化的农机合作社，进行农业生产托管服务，聚焦让小农户受益和农业生产薄弱环节，以粮食作物为主，关注一家一户办不了、办不好或办了不划算的生产环节，从根本上解决谁来种地、怎样种好地的问题。截至目前已累计完成耕、种、防、收各环节托管服务面积十余万亩，惠及小农户9000余户。(赵瑶 张丰驿)