

嘉兵声音

### 扩大活动的影响力和覆盖面

厦门市文旅局副局长魏峰:随着文化创意赋能,参与活动的特色商品成为海内外游客越来越喜欢的伴手礼。经过多年的探索和发展,最闽台伴手礼也成为厦门城市旅游的重要记忆载体。希望今后主办方考虑将伴手礼巧妙融合到消费者的日常生活和人际交往当中,一方面,要不断加大活动的宣传力度,不断扩大活动的影响力和覆盖面;另一方面,要继续邀请福建省内商家、厦门市商协会会员企业积极参与活动。在获奖伴手礼评出后,积极推荐这些获奖伴手礼到优质线上平台进行销售,为推动闽台伴手礼产业发展和丰富文化旅游市场多作贡献。

(记者 张海军)

### 推动老字号企业开发创意产品

厦门市商务局副局长陈跃进:有不少老字号企业积极参与,活动在助力和推动老字号品牌的“守正创新”,激发鲜活老字号的品牌创新形象与品牌活力方面进行了有益的探索和尝试,这也体现了最闽台伴手礼活动举办的初衷和价值。今后,最闽台伴手礼活动还要继续推动老字号依托历史底蕴和文化精髓开发创意产品、营造消费场景、提升消费者体验,进一步顺应国潮消费趋势,释放品牌消费潜力,丰富品牌消费供给。活动要不断创新营销推广手段,支持新媒体平台举办“直播探店”等专题活动,运用短视频推介、视频直播等创新手段,发挥引流作用,扩大宣传范围。

(记者 张海军)

# 品评优质好礼 尽享文旅大餐

## 2022最闽台伴手礼评审展销会圆满落幕,最终榜单将择日公布



▼2022最闽台伴手礼评审展销会昨天在中山路圆满落幕。▼惠和影雕作品传达瑞兔呈祥的祝福。



评委点评

### 文创产品令人耳目一新

厦门市文旅局四级调研员解政敏:最闽台伴手礼评选有效促进了旅游伴手礼行业发展,也为市民游客提供了购物参考。与往年相比,本届伴手礼评选中涌现了不少参评产品有新创意,甚至不少还是网红产品。一些伴手礼企业从挖掘闽台文化元素出发,开发出不少大气且有特色、性价比高的文创产品,令人耳目一新。展销会上,市民游客还能体验非遗技艺,边学边做,也很有互动性。建议伴手礼企业可以从创意、品质、市场开发等角度继续挖掘IP价值,做好伴手礼研发,满足市民游客购物需求。这对于延长旅游产业链、提升文旅配套服务美誉度都具有重要意义。

(记者 刘佳盈)

### 大美非遗融入现代生活

厦门市文旅局融媒体中心主任戴华妮:国家级非遗项目惠和影雕也加入了本次最闽台伴手礼的行列,在结合生肖传统文化创作的两件作品《瑞兔·福康》《瑞兔·如意》中,把闽南“石上绣花”技艺展现得淋漓尽致,作品一套两件,寓意好事成双。“双”相当于英文单词中的“TWO”,正巧是兔年的“兔”的谐音,更加表达了在兔年有双倍好运相伴的祝福,是传统民俗、非遗传承和现代审美的结合,向市民游客传达新春的祝福。本次展销现场,还有青松和凤梅酒礼盒、绿皮火车茶礼、阿嬷的古早味酱油醋礼盒等,推动了非遗文创融合产品的市场转化,让大美非遗融入现代生活,值得肯定。

(记者 郭舒展)



■专家评委详细了解参评产品。 方志秋 摄

### 助推消费品零售额增长

厦门市商业联合会专职副秘书长周敏:今年伴手礼评选活动创新赛制,让专家评委和大众评委一起凭“票”巡展打分,形式非常接地气,市民参与度很高。商家和市民、评委面对面、零距离交流,很快“打成一片”,氛围轻松活跃,效果很好。参展的商家也很给力,不仅产品推介生动有趣,还准备了很多大力度优惠和好产品给到市民游客。有很多产品试吃品鉴起来都很不错,市民选购的热情也很高。市商业联合会也将持续关注后续活动动态,积极组织会员企业参与,增强品牌影响力,助推我市社会消费品零售额增长。

(记者 许纳芳)

### 提高老字号品牌知名度

厦门老字号协会专职副秘书长黄毅:最闽台伴手礼评选活动已经举办十几届,影响力越来越大,每一届都有很多老字号踊跃参与,每年都有新面孔,“报名团”也不断壮大。厦门老字号协会连续多年协办活动,提高了老字号品牌知名度,了解市场贴近消费者,主办方贴心地将评审展销时间设置在春节前,甄选出厦门好东西,方便大家按图索骥,满足置办年货、采购伴手礼的需求。

(记者 吴佳)

### 产品越来越丰富越来越创新

本地网红博主牙牙姐:本届评审展销会,主办方邀请评审团走进参评商家的展位,现场体验感、互动感都更强,新颖的评审形式有助于评委深入了解参评产品。今年的活动,参评的同款产品越来越少。企业在选择产品方面更注重走“特色”路线,打造“拳头产品”,选购伴手礼在于用心,不一定要买贵的。今年不少参评产品能紧贴“心意”要素,总体上,伴手礼产品越来越丰富,创新意识越来越强。

(记者 吴佳)

### 一站式采购 市民游客收获满满

在为期两天的展销会上,入围商家现场推出试吃、满减、折扣等一系列优惠活动,例如1980烧肉粽现场展销的产品购买即可享受九折优惠;夏商淘化大同调味品现场买一送一、肉制品八折优惠;星鲨制药全场展销产品五折起……还有不少其他满减满赠优惠,吸引市民游客驻足选购。

家住海沧的市民张先生是厦门晚报的老读者,昨日下午展销会一开场,他就在孩子的陪伴下前来选购年货。“我每年都期待伴手礼活动的举办。”张先生说,今年展销会产品各具特色,老字号也有不少新品牌,“我的小孙女就对星旅邮轮的公仔爱不释手。”

“本来只是来打卡中山路,没想到被种草了不少好吃好玩又好用的产品。”从深圳前来厦门游玩的周女士在本次展销会现场淘到了来自漳州两地的特色糕点,包括佳庆东美糕。她准备过两天带回去同亲朋好友共同分享来自闽台的好味道。

本次最好吃、好用、好看、好玩的“最闽台伴手礼十佳”究竟花落谁家?主办方表示,目前,各项分数正在紧张统计当中,榜单将择日公布,让我们共同期待。

### 近距离接触 商家企业打开销路

细腻逼真的兔年影雕、墨香四溢的手写春联、香气十足的沙县拌面……昨日,位于中山路的最闽台伴手礼评审展销会现场吸引了众多市民游客前来采购。各参展商带来琳琅满目的优质好礼,并设置各种新鲜有趣的互动游戏和优惠活动,让市民游客感受到鹭岛浓浓的年味和福文化。

“我们这次展销的货品在第一天就销售一空了!”来自漳州的文创伴手礼品牌青松和凤相关负责人告诉记者,他们非常感谢厦门晚报社提供的这个平台,让他们的各类产品能与更多的市民游客近距离接触,打响品牌知名度。

据了解,参与本次展销的伴手礼企业近半数产品提前售罄,部分商家展销同时为周边商铺引流,客流与销售额环比上周末增长近50%。

“今年现场参评和展销的,有不少是多次参加的老朋友。”活动主办方介绍,今年的评审展销会地址选在中山路,时间也刚好是南北小年,不仅为市民游客提供了一站式选购优质伴手礼和年货好渠道,也营造了欢乐祥和的节日氛围。

作为活动的场地方,中山路还同步开展了“福鹭新年 喜事来了”2023闽南年俗文化生活节。热闹欢腾的年货市集、流光溢彩的福鹭灯会、精彩纷呈的主题灯光秀,共同为市民游客送上年前的一场热闹盛宴。

### 二十多款新品和经典茶亮相

“开市不到一个小时,已经售出多个茶礼。”厦门茶叶进出口有限公司(以下简称“中茶厦门公司”)现场展位负责人林女士告诉记者,此次中茶厦门公司共甄选二十多款产品现场展销,除了参赛的敦煌水仙,还有去年就摘得“最闽台伴手礼十佳”称号的海堤传奇礼盒以及多款中茶海堤2023年元春新品。作为厦门人心目中的老品牌,中茶厦门公司凭借坚韧进取的“海堤精神”,在传承与创新中勇毅前行,不断开拓品牌发展新局面。“敦煌水仙是复刻上世纪60年代的经典敦煌系列,在新时代打造的国潮茶。400克装的海堤老枞水仙则是老厦门人认可的口粮茶,评审展销会首日,刚开市,就有一位老阿姨下单,老人家说,看到海堤茶就倍感亲切。”林女士表示。

林女士说,春节前开展线下评审展销会不仅能帮助品牌引流,更有助于市民游客一站式购齐优质伴手礼。

(记者 吴佳)



### 消费者青睐厦门老味道

最闽台伴手礼评审展销会定在下午启幕,而厦门夏商淘化大同食品有限公司的展销团队在活动首日上午就携四十多款口碑货提前亮相。“酱油、辣酱、醋、猪肉松、猪肉干……今次带来的都是年货必备,春节前正是备年货的高峰期,评审展销会很及时,为市民参会意愿都很高,想以活动为契机,为市民游客推荐厦门好料。我们已经连续多年参与最闽台伴手礼评选活动,通过评审和展销,能听取专家及市民的声音,助力企业创新发展。”该展位负责人陈女士介绍。

此外,该公司携带的黄金香肉制品、海堤调味料是厦门几代人的味觉记忆,诸如超级酱油、猪肉松等有极大的受众群体。陈女士表示,公司作为本土调味品生产的代表型企业,已经自产近百种调味品、七十多款肉制品,并且坚持创新,紧跟消费者高品质、更健康的诉求,先后推出了零添加系列、低GI系列等。“这次带到现场的零添加系列就是老味道新升级,很受欢迎。”

(记者 吴佳)



### 提供高品质的烘焙产品

最闽台伴手礼举办了十四届,黄远堂也参与了十来年的活动,基本每次都能获得市民游客的喜爱登上榜单。公司相关负责人表示,很感谢主办方提供了一个平台,可以让品牌向市民游客更好地展示本土的好味道。

据介绍,一直以来,黄远堂对糕饼制作过程要求严格,把对待工艺品的高标准、高要求,运用到烘焙细节中,力求为客户提供更高质量的烘焙产品,市民游客也给予了黄远堂极大的支持与鼓励。今年黄远堂选送了怀旧铁盒凤梨酥、乳酪Q心饼和礼饼三款新品,各有特色。铁盒凤梨酥不仅好吃好看,品尝完后的盒子还十分好用;乳酪Q心饼则进行了创新升级,更符合年轻人的口味;礼饼则一改传统,在客户的反馈下做得更小更精致。

未来,黄远堂还将继续以客户为导向,进行产品的研发升级与创新,做大做强本土味道,也让品牌变得更加亲民更加厦门。

(记者 刘佳盈)



商家特写