

文化中国行

# 宣纸上画出新天地

本报记者 孙庆坤

安徽泾县系统制作宣纸始于宋元年间，几百年过去了，宣纸作为国家地理标志保护产品、首批国家级非物质文化遗产、联合国人类非物质文化遗产代表作，仍在这片土地上传承着。现在，从生产的精益求精，到文旅场景的沉浸体验，再到直播间里的热烈互动，宣纸这张薄薄的纸片，在现代舞台上依旧焕发着勃勃生机。

## 传承精研技艺

安徽省泾县紫金楼宣纸厂负责人曹建勤是宣纸世家的第二十七代传承人，今年已62岁，1980年高中毕业后随父亲系统学习古法宣纸制作技艺，近50年时间里，他做的纸不计其数。

“无论是原材料阶段还是成纸阶段，都要经过多道工序。”谈及制作宣纸，曹建勤滔滔不绝，眼睛里闪着光：“宣纸最好的原料就是泾县地产的青檀皮和沙田稻草。采摘后，经过选、捡、蒸、煮、沤、浸、扯、晒、过滤等过程，原料收集这一道工序才算完结。而这个过程就要一年多。”

一张宣纸制作出来要多久呢？曹建勤说：“一年多的原料制作后，讲究的人家要存放3年到5年之后再使用，再加上成纸阶段的108道工序，要六七年甚至更长时间才能生产出一张上好的纸。”

虽然耗时费力，但这些技术仍被曹建勤小心呵护着，他的儿子曹自2010年起开始协助曹建勤传承与推广宣纸技艺。近年来，泾县先后涌现出宣纸制作“大国工匠”2名、全国劳动模范2名、中国宣纸大师5名、国家级非遗代表性传承人2名。

伴随着宣纸技术被一代代人传承与精进的，是宣纸产业逐渐壮大。目前，泾县共有宣纸、书画纸及纸加工企业和个体户530余家，其中规模企业5家，获宣纸原产地域产品专用标志企业19家，被认定为中国驰名商标企业2家。

“2024年泾县年产宣纸约350吨，年产书画纸2万吨，年产加工艺术类产品6000余吨，国内市场占有率约为60%，年销售额6.8亿元，年利润1亿元，形成了具有地方特色的宣纸、书画纸产业集群。”泾县县委宣传部新闻和对外宣传科科长张萍说。

关于消费者如何选购宣纸，曹建勤给出3条建议。第一，要通过价格辨别真伪。价格过低就一定是替换了原材料。第二，要根据用途选纸张，工笔画、写意画等不同用途要选择不同类型的宣纸。第三，如果以收藏为目的，最好是买大品牌、适合存放的生宣以及带有水印标记限量生产的纪念纸张、特制纸张。

## 文旅融合共进

烟雨朦胧的梅雨季，走进青衣江岸的泾县宣纸大市场，如同走进一幅江南水墨画，不少游客正在大门前排队拍照打卡。

宣纸大市场位于安徽省泾县宣纸发源地丁家桥镇，是安徽省重点文化旅游项目，总面



左图 汉唐纸坊景区内，游客在体验制作宣纸漆扇。

下图 泾县宣纸产业园。

本报记者 孙庆坤摄

积约4万平方米，具备文房四宝交易、宣纸文化旅游、艺术品交流、艺术家接待等多项功能。自2021年正式开业以来，每天都有不少游客前来参观。据统计，截至6月份，园区今年已接待游客约3.6万人次。

“在我们宣纸大市场内，设置了众多的文化体验区，游客可以和师傅互动，近距离观看宣纸制作过程。同时也可以体验宣纸团扇、流沙笔、油纸伞的制作。”泾县丁家桥镇汉唐纸坊景区负责人包鹤年告诉记者。

“原来是这样做的！”来自北京的游客王逸霏正在体验区内看老师傅制作宣纸。只见两位穿蓝布衫的老匠人在盛满纸浆的大水槽边，各持纸帘的一侧，在水槽中一深一浅地捞两次，一张湿润的宣纸便有了雏形，摇晃均匀后再揭开，雪白的纸浆就变成了平整的湿纸。“以前觉得不就是一张纸嘛，生产起来不会有那么麻烦，真正体验一下才知道制作一张宣纸有多不容易。”

不少小朋友也围着围裙，学着用小竹帘捞纸。虽然动作略显笨拙，捞出来的纸也并不完整，但脸上却满是兴奋。来自北京的宝妈宋思琦说：“带孩子来不仅是玩，还能让他感受宣纸的传统制作工艺。亲手做张纸带回家，比买个玩具有意义多了。”

距宣纸大市场30公里的榔桥镇，另一座宣纸文旅产业园区——宣纸小镇，也在青山绿水与白墙灰瓦中，用“宣纸+文旅”的方式推动宣纸产业发展。

“文旅融合是我们的核心战略。”宣纸小镇负责人刘爽表示，中国宣纸小镇是安徽省首批特色小镇之一，于2017年获批启动建设。小镇科学布局了六大功能区：技艺展示区、艺术交流区、活力产业区、宣纸生产区、艺

术怡养区和配套服务区，旨在打造一个全方位、沉浸式的宣纸文化体验空间。

2024年夏天，小镇举办“风华盛典·2024中国宣纸小镇文化周”活动，将传统宣纸文化与国潮元素深度融合，通过沉浸式体验吸引大量游客前来，让传统文化在时尚潮流中焕发新生，成功“圈粉”年轻一代。2024年小镇共接待游客42万人次，实现营收1900万元，同比增长达164%。

## 电商直播破圈

“家人们看仔细了，这款生宣吸水性特别强，那款熟宣不晕墨，画工笔最合适。”记者来到丁家桥镇的合宜文房宣纸工艺品店，两位主播正在热情地向直播间的观众介绍着宣纸。工作日的下午3点左右，直播间里仍有几百名观众。

“我从2000年3月开始经营宣纸等文房四宝的线下实体店，虽然生意也还不错，但一直不温不火。2021年，我们的生意出现非常明显的下滑，正好直播经营兴起，我们就抱着试一试的心态开启宣纸直播之路。”合宜文房宣纸工艺品店负责人沈徐飞说。

无需线下实体店，直播间就开在工厂旁边，这种“前店后厂”的模式让沈徐飞觉得非常方便，“电商直播让宣纸的售卖不再受地域和时间的局限，客户群体也从以前实体店的局部辐射变成线上的全域覆盖”。据了解，2024年，合宜文房宣纸工艺品店营收2400多万元。

为优化电子商务发展环境，促进农村电商优化升级，2021年11月，泾县出台了《泾县促进电子商务高质量发展的若干政策意见》，从支持扩大网络销售规模、电商主

体培育和平台推广、示范创建、支持电商物流园、电商直播、完善物流配套体系、强化电商培训交流等八方面共26条政策支持宣纸等特色产业发展。

今年，丁家桥镇实施“农村电商陪跑”计划，引导企业利用直播、短视频等新兴营销方式，开展多元化经营，同时将走访企业提出的意见建议和诉求内容逐个解决，为企业提供从注册登记到经营发展的全周期帮扶。鼓励企业积极参与各种电商展会、行业展会等，积极组织企业参加镇级组织的电商培训班和县级举办的跨境电商培训班，培育电商人才，促进镇域经济工作高质量发展。

“此外，根据县里下发的相关通知，我们还鼓励企业准备相关材料，积极申报电商奖补。2024年，为11家企业申报2023年电商奖补共计43.2万元，为6家电商服务站申请奖补共计1.8万元。”泾县丁家桥镇经济发展办公室主任郭梦婕告诉记者。目前，丁家桥镇连续4年被阿里巴巴研究院评定为“中国淘宝镇”，6个村全部为安徽省电子商务进农村全覆盖工作示范村，全镇共有电商经营主体1300余户，文房四宝电商年销售额约5亿元。

治理瞭望

“潘婷三分钟奇迹”“多半袋面”“壹号土”猪肉、“千禾0”酱油……你以为这些描述的是商品特质，其实都是注册商标。一段时间以来，一些商家在商标注册上玩起文字“套路”，误导消费者，相关话题多次冲上热搜，已然成为不容忽视的市场乱象。

其实，这些商标的文字套路是商家利用消费者对商品某些特性的心理预期，通过精心设计商标来制造信息差。像“山里来的土”鸡蛋，能让人联想到原生态散养；“树上熟”水果，听起来肯定是新鲜成熟的。利用拆分词汇、夸大描述、模糊标注，让消费者在不知不觉间陷入“套路”。等把商品买回家才发现，哪有描述的高品质，全是商标套路的噱头。

我国商标法明确规定，带有欺骗性，容易使公众对商品的质量等特点或者产地产生误认的，不得作为商标使用。从法律条文来看，其目的十分明确，就是要防止商标误导消费者，保障公平竞争的市场环境。然而，在实际操作中，由于商标审查存在主观性和差异性，不同的审查员对欺骗性和误导性的判断标准有主观偏差。比如，对于“山里来的土”这样的商标，单独审查时可能觉得只是表述有些特别，不具有明显欺骗性，但与外包装上的鸡蛋组合使用时，就容易让消费者联想到土鸡蛋。同时，部分商家利用一些隐蔽手段规避审查，把具有误导性的完整词汇进行拆分，如将“壹号土猪”拆分为“壹号土”和“猪”分别申请注册，拆分后的商标与商品特点的关联变得不那么直接，难以识别其潜在的误导性，从而使这类商标得以通过审核。

从根源上防止此类行为，还需在持续优化商标审查细则上下功夫。对于一些容易引发歧义的词汇，需要制定明确的判断指引与适用规范，以减少因主观理解差异导致的审查偏差，确保审查尺度的统一性。此外，审查环节需突破单一文字材料的局限，要将商标与商品结合后的市场呈现纳入评估范畴，通过模拟实际使用场景，预判其可能对消费者产生的误导性，从源头遏制潜在风险。

审查并非终点，后续监管机制的强化同样关键。对于含描述性词汇的商标申请，应要求申请人补充说明具体使用方式与宣传路径，以便全面评估其实际影响；对已注册商标实施动态抽检，一旦发现实际使用中存在误导消费者的情形，需要及时纠正与处罚。今年3月，国家卫生健康委与市场监管总局联合发布《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》，明确禁止预包装食品标签使用“零添加”等误导性表述，为制止食品标签乱象提供了刚性约束。

商标文字游戏多次冲上热搜，足见市场对套路式营销的容忍度已越来越低。对经营者来说，商标不是任意标注的营销口号，而是对品质的真实承诺。少一些投机取巧的投机，多些打磨品质的真功夫，才是锻造商品“金字招牌”的正道。

李思雨

# 赴一场山海寻味之旅

本报记者 刘春沐阳

仲夏夜晚，暮色刚为福建省福鼎市桐山溪镀上一层银纱，霓虹灯已抢先点亮了夜空。溪畔，百余个美食展位铺开，畚族长桌宴、非遗表演、山海助农直播等轮番登场，游人如织，共赴一场集美食品鉴、休闲欢聚、文化娱乐于一体的山海寻味之旅。

“7月16日至20日，我们举办‘吃在福鼎·醉拥山海’第三届啤酒美食交流周暨八闽美食嘉年华活动，荟萃地域特色，展示美酒美食，着力打造具有全国影响力的美食文化品牌。”福鼎市商务局局长余建铭说，本届美食节总人流量超30万人次，形成了良好“出圈”效益。

作为中国烹饪协会授予的“中国首个美食地标城市”，福鼎市盛产各种山珍、海味、河鲜，拥有千年美食文化，创造了“八盘五宴”等传统宴席，在378种福鼎小吃品种中，有104种获评“中华名菜、名点、名小吃”。2024年，全市美食产业综合产值超60亿元，带动近10万人就业。

美食的“溢出效应”也在改写福鼎市的旅游版图。近年来，福鼎市不断撬动“美食引流、文旅增收”的乘数效应，深入探索“旅游+”“+旅游”模式，让山海间的烟火气成为激活全域旅游的澎湃动能。

在福鼎市1526平方公里的陆地和433公里的海岸线上，青山碧海浑然一体，美丽乡村散落全域。游客尽享美食之余，还可开启一场奔赴山海览奇景、感受人文风情的美好旅程。

漫步山海间，鬼斧神工的太姥山汇聚了峰险、石奇、洞幽、雾幻“四绝”；沙埕湾、敏灶湾、晴川湾，湾湾相连，百余岛屿星罗棋布；“南国天山”嵛山岛，万亩草场辽阔无垠；漫步沙滩，美丽浪漫的牛郎岗、小白鹭……游客们沉浸式体验当地独特的风俗、风貌、风情。

白天登山观海，夜晚寻味老街。导游李新带着从浙江来的旅行团，刚结束太姥山行程，下一站便前往美食街。“团里八成游客是冲着福鼎小吃来的，有位阿姨专门列了清单，说要把肉片、鱼片、珍珠小笼包挨个尝尝。”李新说。

跟着旅行团一行踏进桐山溪西小吃美食街，跨河廊桥、仿古建筑门楼、高悬的灯笼、琳琅满目的美食和熙熙攘攘的人群映入眼帘，历史的厚重感和市井的烟火气在此碰撞融合，“老”而弥新。

由于地理位置独特，这条街曾是福鼎最繁华的商埠聚集地之一。时过境迁，商号林立的场景渐趋沉寂。2021年，当地重新规划翻新，以福鼎特色美食为主，搭配多样化的休闲型商业业态，融入多元的城市文化特色，满足本地居民和外地游客特色饮食、休闲娱乐、文化参与的多元需求。

统一规划后，100多家商铺、30多个摊位入驻，辅以精心设计的外摆及店铺装饰，增添了几分新潮和个性，让游客在舌尖游弋间触摸福鼎的历史肌理。寻味福鼎，畅游山海。当美食的香气吸引着人前来，山水的灵秀便让人留下，而人文的温度则让人记挂着再来。

在福鼎的深山处，“中国历史文化名村”磻溪镇仙蒲村正以另一种姿态勾连着游人的脚步。穿村而过的溪水流淌声里，明清古建的飞檐与雕花窗棂错落成景，古香古色的气韵不仅引得游客流连忘返，更让创客们循着历史脉络而来。

前几年，一家来自上海的文创企业流转改造了几处废弃老宅，建成了一座融合现代设计理念与传统建筑风格的特色民宿——仙蒲山房。“我们通过‘修旧如旧’，保留全木结构，让游客住进历史里，感受它的温度。”民宿负责人秦伟诚说。

仙蒲山房开业后，与村内文旅资源形成联动，吸引一批批游客慕名而至，在村内探访明清古祠、邂逅百年古树群、观赏天然瀑布、体验采茶乐趣等，开启“慢生活”体验，也使仙蒲村从“藏在深闺”蜕变为承载文化记忆的文旅打卡地。秦伟诚介绍，民宿“四天三晚”的深度游成为主流，其中不少是回头客，“游客在入住之余，也通过消费农产品、土特产等，直接带动村民增收”。

当美食、山水、人文交织成网，福鼎市不断优化旅游产业布局，构建“全域布局、全景覆盖、全局联动、全业融合、全民参与”的全域旅游发展大格局，让文旅板块“兴”起来，让文旅消费“热”起来，让文旅品牌“靓”起来，进一步提高“清新福建·自在福鼎”品牌影响力。今年上半年，福鼎市共接待游客568.27万人次，实现旅游收入71.13亿元。



图① 游客在福鼎美食街上购买、品尝美食。

王婷婷摄(中经视觉)

图② 福鼎第三届啤酒美食交流周暨八闽美食嘉年华活动现场，游人如织，烟火气十足。

刘超超摄(中经视觉)