

# 浙张球票“增值”了

## 凭票可享800余项文旅折扣福利

◎ 记者 章一琳



▲ 活动海报

当激情四射的足球比赛和静谧惬意的诗画江南相遇，会碰撞出怎样的火花？也许从世预赛中国队 vs 澳大利亚比赛门票的销售情况可见一斑。

接下来，“足”够精彩的不仅是这场比赛，一场赛事与文旅的狂欢也即将在浙江拉开帷幕。记者从省文化广电和旅游局获悉，3月21日至27日，以“诗画浙江‘足’够精彩”为主题的世预赛文旅推广活动将启动，为全国球迷与游客呈现观赛、游览、消费一体化的沉浸式体验。

浙江省文化广电和旅游局联动全省11个设区市，携手有关企业，推出“1+4”系列活动矩阵，即搭建1个全民互动平台“浙浙加油站”，配套景区(含旅游演艺)、餐饮、文博、住宿4个领域，集成酒店民宿、景区演艺、餐饮、文博文创等商家和业态，推出800多项优惠，让球迷的观赛之旅从绿茵场延伸至浙江的山山水水。

据悉，3月17日起，“浙浙加油站”线上全民狂欢在“浙江文旅”新媒体矩阵开启，球迷游客通过微信公众号、视频号等平台为国足加油，即有机会赢取限量版“诗画浙江‘足’够精彩”文旅盲盒。赛事期间，球迷还有机会凭观赛门票，可享受多家指定景点、付费展览、餐饮、零售、住宿等优惠。

例如，赛事期间，球迷凭观赛门票可在75家“百县千碗”体验店等享受6.8折起的优惠，还有非遗美食、加油啤酒免费送，此外本次活动为球迷提供涵盖292家星级酒店、品质民宿的500多项优惠活动，还有“轻松游”行李服务+顺丰速运寄存寄送享5折优惠，让球迷实现轻装出行、畅享比赛。3月25日当日，使用顺丰速运寄存寄送行李享5折优惠(小行李5元、大行李10元)，寄送周边酒店首件15元，续件10元/件。



▲ M511光影汇“永恒的巴黎圣母院”

观赛之余，浙江也诚邀球迷们去各大景区和文博场馆逛一逛，凭观赛门票可享受118家指定景点限时门票优惠，《宋城千古情》演出(含杭州宋城)门票低至5折，M511光影爆款产品“永恒的巴黎圣母院”沉浸式VR限时6折。3月24日起，球迷游客还可9折购买“诗画浙江”文旅惠民卡。另外，球迷可免费参观浙

江博物馆收费展——“故宫·茶世界”茶文化精品文物展，共赏宋徽宗真迹，免费领取精美文创产品，同时8折购买绍兴饭店、兰亭景区等文创产品。全国万事利丝绸品牌线下零售店铺活动期间可以到店免费领礼品，购物另享满减优惠。

球迷和游客可通过“浙江文旅资讯”公众号了解更多活动详情。



▲ 浙江省博物馆部分文创产品



▲ 东方凤冠冰箱贴

3月18日上午，在宁波余姚五彩城，故宫“蛇转钱坤”主题快闪正在举行中。现场，350多种包括本册、香囊、手串在内的故宫文创产品集中亮相，吸引不少市民和游客驻足选购。

值得一提的是，展出的产品有八成来自余姚马渚镇的一家工艺品公司——宁波素年工艺品有限公司。一家小镇的工艺品公司是如何进入故宫博物院供应链的？

“素年”负责人张冲是土生土长的马渚人。2010年，她在义乌开店，售卖各类工艺品。她坦言：“义乌是全球最大的小商品中心，素有‘买全球，卖全球’的美誉，但小商品同质化比较严重。”如何脱颖而出？张冲将目光投向“中华优秀传统文化”，设计了一款丝绸鼠标垫，不仅在国内热销，还吸引了海外消费者的关注。这次成功让张冲意识到，文创产品不仅具有商业价值，还能成为传播中华文化的重要载体。

随着家乡发展得越来越好，尤其是物流体系越来越完善，2016年，张冲从义乌搬回余姚，成立了宁波素年工艺品有

# 小镇公司入了故宫供应链

## 火爆全网的“故宫文创”产自宁波

◎ 记者 陈冲 通讯员 沈彦汝 劳超杰

限公司，专注于文创产品的设计与生产。

2023年，“素年”凭借一套以“四季宫猫”为主题的笔记本成功进入故宫博物院的供应链。这套产品以故宫的猫为灵感，结合宫廷四季的变化，设计出4款风格各异的笔记本，深受消费者喜爱。截至目前，该系列产品已卖出4万多盒。

以“四季宫猫”为主题的笔记本



▲ 以“四季宫猫”为主题的笔记本

同年，哈尔滨的旅游热带动了冰箱贴，“素年”也将目光聚焦到这一细分市场。从庄重威严的龙袍凤冠，到意境深远的千里江山图，经过“素年”的设计，这些承载着中华民族璀璨文化的故宫藏品化身成为精致的冰箱贴，让四方游客能将独特的中式美学带回家。

除了极力还原文物的外观，“素年”还创造性地利用文物素材进行二次加工。

在“离家的国宝”系列冰箱贴中，有一款产品以明代景泰蓝云龙纹罐为原型，罐身浮雕龙纹，搭配彩金，极具匠



▲ 明代景泰蓝云龙纹罐冰箱贴

心。更巧妙的是，打开罐子的盖子，里面藏着大熊猫。“明代景泰蓝云龙纹罐代表了景泰蓝艺术的巅峰，目前收藏于大英博物馆。那大熊猫是福宝，它2024年回到了祖国。希望其他流落在海外的国宝，在不久的将来都能回到祖国的怀抱。”张冲说，将“离家的国宝”制作成冰箱贴，不仅是一种纪念方式，更是一种情感延续。

这款冰箱贴还融入了AR技术，通过手机扫描包装背后的二维码，即可观看相关文物介绍和历史故事，增强了产品的文化传播功能。

今年2月，“素年”正式拿到故宫博物院的文创授权委托书，目前保持着高频的上新节奏，平均每周要推出8款新品。

“今年是故宫博物院建院100周年，计划在全国各地开展100场蛇年主题快

闪活动。此前在上海、深圳等城市开展的活动中，销量前10名的产品基本是我们‘素年’的！”张冲自豪地说，“我们也特别荣幸，和主办方争取到了这次余姚的快闪活动。”

除了与故宫博物院合作外，“素年”还与首都博物馆、国家博物馆、南山博物馆、四川广汉三星堆博物馆等多家博物馆，以及全国各大城市的知名景点达成合作，推出了不少极具特色的文创产品，这些产品连接了时空，跨越了地域，鲜活地讲述着古老的故事，让更多人感受到中华文化的魅力。

随着“国潮热”的持续升温，“素年”正积极推动文化出海，并在多个平台成立专营店。张冲表示，我们将继续深耕文创领域，设计出更多具有文化内涵和时代特色的产品，让中华文化在新时代焕发出新的生机，并推动其走向全球。

(图片由受访者提供)



▲ 结合中华传统文化元素的丝绸鼠标垫