

从青海到上海， 展现不一样的精彩

进博览青潮

本报记者 王臻 宋明慧

海纳百川，风从东来。11月5日，上海，形似“四叶草”的国家会展中心（上海）装点一新，第六届中国国际进口博览会在这里开幕，“进博时间”正式开启。

作为进博会的重要部分，人文艺术的展示是每届展会必不可少的环节。非遗技艺的现场展演、老字号品牌的传承经典、文化与经济的交融交流……除了商品和服务，进博会打开了人文艺术的交流窗口，为中华传统文化走出去提供了更多新机遇。

神秘绚丽的唐卡、精美绝伦的银铜器、色彩缤纷的青绣，还有具有几十年历史的小西牛、金河藏药等老字号企业，本届进博会，青海携20家非遗和老字号企业再次赴约，从长江源头到长江入海口，从青海到上海，把我省的山川壮丽、风俗淳朴、文化多元和持续开放，带到人潮澎湃的黄浦江畔，让世界感知、了解并走进青海。

非遗文化绽放时代光彩

当国内外参展商的镜头纷纷对准青海青绣数字化总部负责人苏晓莉时，她没有丝毫怯场。

苏晓莉是进博会的“老面孔”，作为青海省刺绣行业协会会长、全国职业高级非遗（刺绣）技艺传承人，她对“青绣”的特点、发展如数家珍：“今年我到过很多国家，不仅在‘一带一路’共建国家做了专场推介、展览展示，而且对接了意大利奢侈品中心，与高端设计人才进行了产品开发，有了新的创新发展。”

不同于以前从青海千里迢迢带产品到上海，今年进博会展出的产品是从青绣上海办事处直接拿过来的。

应用广泛的青绣，是青海各族妇女世代传承的民间手工艺，不仅是指尖功夫，更是顶尖技艺，在世代代的口传心授中，逐步融入现代保护传承体系。近年来，“青绣”产业在青海不断发展壮大，在传承非物质文化遗产的同时，走上市场化、专业化道路，开发出200多款刺绣产品，在扩大产品受众面的同时，重点建立以青海海东市为枢纽、各市州联动、向全国延伸的“青绣”产业供应链体系，如今，青绣的发展正在打开高端市场的大门，数字赋能也让她方便海外市场的营销，截至9月，销售额达8000万元。

展会上，在青海省刺绣行业协会副会长才德措一针一线的青绣现场展演中，传统技艺与现代化元素巧妙结合，引得不少国内外客商啧啧称奇。一位来自福建的参展商被苏晓莉手边的青绣饰品所吸引，她拿起饰品

笑盈盈介绍道：“‘青绣’包括盘绣、藏绣、河湟绣、撒拉绣等各种绣法，我们的产品都是绣娘一针一线绣出来的。这其中，土族盘绣是国家级非物质文化遗产。”

把青海的河湟文化通过青绣绣品展现出来，把大美青海通过一针一线地描绘传播出去，青绣已成为青海非遗文化名片最具活力的文化符号，也是文化、经济、旅游相互融合，相互促进的新产业。如今，三十万绣娘已经捧上了致富金饭碗，并在不断增强的品牌魅力中，为加快国际生态旅游目的地与高质量发展注入强劲力量。

“‘青绣’产品有很大可能走向国际市场，参加第六届进博会为拓展市场带来了新契机。”苏晓莉透露，除了品牌宣传，还希望与省外更多服装贸易企业找到合作机会，把“青绣”工艺融合到产品中，推向更广阔市场。

“老字号”焕发时代新活力

那边青绣、藏毯等非遗文化吸人眼球，这边青稞酒、藏药、蜂蜜、银饰等别具文化底蕴的“老字号”产品也广受客商关注。

当一股股清幽的酒香从“青海省老字号和非物质文化遗产”展区青海省红青稞酒厂的展位上飘出，展位负责人晁玉锦迎来了一拨又一拨闻香而来品尝酒的客商。

“这是哪里的酒？喝起来清冽甘甜，跟我在中国喝过的其他酒不太一样。”来自新西兰的一位客商在品尝了青海省红青稞酒厂纯粮手工酿造的青稞酒后，对其产生了极大兴趣。在欣喜地接受了晁玉锦赠送的青稞酒后，他表示，次日要送来自己国家的葡萄酒，让晁玉锦也尝尝。

“我们酿酒原料是高原上特有的青稞，是绿色有机的。”晁玉锦边介绍边将手中的酒递给驻足了解的客商：“这是‘乐酒’，是省级老字号品牌，酿造工艺尤为独特，一个发酵池一年只能三次轮换，发酵一次三个月以上，发酵时间长，出酒率低，但是品质特别高。”身为青海省红青稞酒厂董事长以及互助头曲的创始人之一，从事酿酒行业已40余年的晁玉锦始终秉持着“手工酿造”的准则。在传统青稞酒酿造工艺的基础上，他的企业一步一个脚印稳定发展，并拓展出越来越大的市场空间。

据了解，近几年，依托我省绿色有机农产品输出地建设，青海省红青稞酒厂的产品在逐步探索发展中不断迈向更广阔的市场。如今，北京、上海、广州等一线城市均能看到红青稞酒厂的产品。

“品质决定价值，我们的产品属于青海市场较为高端的青稞酒产品。”晁玉锦告诉记者，进博会给他们提供了一个向世界推销青稞酒的机会，也让他有机会去了解世界酒业发展的现状，在与国内外酒品牌进行交流、学习的同时，

寻找更多的发展机遇。

“老字号”作为城市历史的注脚、经济发展的见证者，品牌价值历久弥新。本届进博会，青海小西牛生物乳业股份有限公司不仅带来了青藏高原几千年历史传承的青海酸奶，还带来了企业研发的最新奶制品；金河藏药股份有限公司带着传承藏医药千年的智慧在进博会上大放光彩；西宁天丰银楼金珠宝有限公司也以“传统中突破”的理念和颇具地方特色的设计，吸引了国内外众多珠宝商前来沟通交流……

聚焦打造生态文明高地，建设产业“四地”，我省突出生态保护、绿色发展、高原特色，全面加强品牌建设，不仅培育出了一批含金量高、知名度高的大美青海生态品牌，本土“老字号”也在高质量发展的潮流中不断弘扬着优秀文化，拓展出品牌价值，推动着创新转型。

“青字号”与世界“相遇”

“青海的牦牛，内含高蛋白质和氨基酸。大家尝尝我们的牦牛肉饼，不仅可以单独煎着吃，还可以做饺子馅和汉堡胚，给孩子当辅食也不错。”在青海五三六九生态农牧业科技有限公司董事长陆爱珍介绍中，围观的客商纷纷迫不及待地试吃起来。

在本届进博会青海老字号和非物质文化遗产展区，牦牛肉作为绿色有机农产品代表“青字号”展出，无论是牦牛肉干还是精确分割牦牛肉，都吸引了许多客商前来品尝、采购、洽谈。

“纯净的自然环境造就了青海牦牛极高的市场价值。”陆爱珍说，走高端牦牛肉市场一直是五三六九公司的品牌定位，在通过信息化手段实现质量精细化管理后，健康、安全、有机，就是他们给消费者最大的保障。如今，公司的牦牛肉已经打开国外市场，销往卡塔尔、黎巴嫩、迪拜等国家和地区。

“这是我们第二次带着产品参加进博会，借着这个平台，向国内外客商展示绿色有机农产品，向国外食品企业学习，与世界各地企业加强沟通，特别是与科研单位加强交流。”陆爱珍告诉记者。

绿色、有机是“青字号”品牌最具竞争力的优势所在。“青字号”在世界平台上崭露头角，有力助推青海农牧产业发展，并通过全产业链建设，助力青海高原特色畜牧业转型升级高质量发展，助力青海打造绿色有机农产品输出地，让更多来自世界各地的客户享受到了绿色健康的原生态产品。

用什么样的方式，可以让全世界读懂青海？是历史与未来、商业与文化、生活与艺术的交融。

在进博会这个国际平台上，我们用绚烂的民族文化和精妙的非遗传承技艺，为世界深情讲述青海发展的历史与变迁，并盛情邀请全世界再次走进青海、感知青海。



进博透视观

银铜器吸睛又添彩

本报记者 宋明慧

第六届中国国际进口博览会开幕之日，造型独特、展品丰富的“青海老字号和非物质文化遗产”展厅引得国内外客商纷纷驻足。在国家级非物质文化遗产项目“银铜器制作及鎏金技艺”展示区域内，国家级非遗传承人何满正在现场篆刻一个银制酒壶，展示银铜器的制作工艺和流程。

“银器加工工艺素以形薄、光亮、轻柔、质纯等特点著称，以加工精美而见长，工艺精湛，图案复杂，造型逼真，表现手法突出……”作为第四代传承人，这是何满第二次参加进博会，也是“银铜器制作及鎏金技艺”第二次亮相进博会这个世界舞台。

正如何满所言，进博会为非物质文化遗产项目展示搭建了很好的学习交流互鉴平台，向世界充分展示了来自青海的特色产品和文化。展台上，何满拿起一把纯银一体壶向大家介绍道：“这把壶对工艺的要求很高，壶身厚度和壶嘴高度至关重要……”进博会来了很多非遗传承人，汇聚全球关注目光，这不仅是展示的舞台，也为弘扬非遗文化、推动创新发展搭建了重要平台。”

北京市金属工艺品厂有限责任公司项目管理部门副部长刘力力上前和何满交流起来，此次她们也带着金属银器的铜器产品亮相进博会。从传承人到项目、从产品到市场，两人的交流内容围绕传承历史、传承工艺等方面。同行之间可以增进交流、相互学习，等进博会结束后，一定要到青海，到银铜器制作现场感受非遗文化的魅力，更希望日后能够有机会进一步深化合作、互促发展。”刘力力拿起眼前的一件件银铜器产品仔细端详，赞许有加。

青海奶香“飘”万里

本报记者 王臻

11月5日，当黄浦江畔的第一缕阳光照耀“四叶草”国家会展中心（上海），馆内的人们正在紧张有序地忙碌着。

“今天是第六届中国国际进口博览会开幕第一天，忙了一早上，不少省外客商来到展位品尝、询问，也有不少是直接奔着我们的酸奶来的。”青海小西牛生物乳业股份有限公司华东销售经理伍艳君快速吃完午饭，又为下午的工作做着准备。

各种口味的酸奶、牛奶分类摆放，虽然数量不多，但种类齐全。正当伍艳君摆放补货时，一位国外的客商来到了展位前。

“酸奶可以品尝吗？”
“当然可以！这里的产品都能免费品尝。请先尝尝我们家的招牌——‘青海老酸奶’吧！”伍艳君说着递上了自家“明星”产品。

原以为眼前的客人是初次品尝，一口下肚却听对方说：“嗯！还是青海的酸奶醇厚。”原来，客商名叫刘丰硕，是新西兰恒天然商贸（上海）有限公司的应用研发厨师，这次进博会是为选品而来，想要在中国找到一些好品质的餐饮食材。刘丰硕说：“以前去青海旅游的时候，我就吃过当地的酸奶。回来后通过对比，我们发现青海酸奶奶味比较醇厚、含奶量也比较高。今天，我专门过来就是想看看是否有可以合作的机会。”

在你来我往的交流与问询中，刘丰硕与伍艳君互留了联系方式，刘丰硕还在品尝之后带走了几样感兴趣的品类。

来自超净土的青藏高原，这是青海奶制品具有吸引力的重要原因。无论是传统的原味酸奶，各种销售火爆的果味酸奶，还是甜牛奶、牦牛奶，作为青海的“老字号”企业，“小西牛”在传统酸奶制作工艺的基础上，结合现代化生产工艺，创建了40余种品种，从质量、口感上均得到消费者的广泛认可。

“我们的品牌具有青藏高原的地域和文化优势，多年来，一直在实施多元化和差异化的产品战略。近几年，借着打造绿色有机农产品输出地的‘东风’，以线上电商+线下传统市场的全渠道方式，不断拓展省外市场，希望通过进博会这个国际平台，能找到更多的与国外企业交流的机会，让青海的奶香飘得更远。”伍艳君说。

大美青海“进”彩绽放

11月5日，第六届中国国际进口博览会在国家会展中心（上海）隆重开幕。青海共有356家单位、701人报名参加，较上届增长11.3%和17.1%，均创历史新高。

本报记者 宋明慧 王臻 摄



“青”赴“四叶草”共“进”向未来
进博会新闻中心都有啥？
·扫码看视频·