

守正创新促传承 聚智聚力强品牌

——世界风筝都品牌建设座谈会发言摘登

编者按 风筝是潍坊最鲜明的城市标识，是联通世界的重要纽带。日前，我市召开世界风筝都品牌建设座谈会，政府部门、专家学者、企业代表、非遗传承人等齐聚一堂，围绕文化传承、产业发展、品牌赋能、开放交流等议题建言献策，进一步凝聚共识、汇聚合力，促进风筝文化创造性转化、创新性发展，推动潍坊城市品牌建设提质增效，为全市高质量发展注入持久文化动能。现将交流发言整理摘登，以飨读者。

潍坊国际风筝会综合服务中心党组书记、主任 王保梁：

近年来，潍坊市委、市人民政府坚持把风筝作为城市品牌精心打造，深挖文化内涵，加快产业焕新，推动风筝文化产业实现蓬勃发展。一是文化传承根基愈发深厚。建成全省规模最大的市级非遗馆，提质升级风筝博物馆、世界风筝公园、国际风筝放飞场等文旅地标，培育壮大非遗传承人队伍，风筝技艺得到更好保护传承。二是赛会品牌影响持续扩大。潍坊国际风筝会已成为集体育竞技、文旅体验、消费促进、经贸合作于一体的综合性国际盛会，2025年国际风筝会期间游客达27.7万人次，全网浏览量突破6.7亿人次；风筝嘉年华将传统风筝与时尚、年轻、活力融为一体，成为热度持续攀升的城市IP。三是产业

融合发展态势良好。形成了从原材料供应、生产制造到销售服务、文旅赋能的完整产业生态。工作中，我们坚持国际视野与地方特色互融、专业赛事与群众活动并举，政府统筹与市场运作结合，文化传承与产业创新共生，文旅融合与提振消费联动，为更好潍坊建设赋能添彩。下一步，我们将坚守文化根脉，加强非遗技艺保护传承，讲好风筝故事，展示潍坊形象；精耕赛会活动，高标准办好第43届潍坊国际风筝会暨风筝嘉年华，进一步提升活动开放水平、拉动效应和国际影响力；强化品牌赋能，推动风筝文化与文旅、经贸、科技等业态深度融合，加快风筝产业高质量发展，叫响世界风筝都城市品牌。

原潍坊市体委主任，潍坊市体育总会原主席 茅树森：

第一届潍坊国际风筝会时间紧、任务重，在老体育场举办了开幕式和放飞活动，十几个外国队伍参加，是世界上首次如此规模的风筝表演，惊动世界各国媒体。海内外各大媒体纷纷报道，让鲜为人知的潍坊一下子打响了名气。当时市委、市人民政府决定把风筝会作为潍坊大事，市人大常委会通过决议，每年4月1日举办潍坊国际风筝会。到了第二届以后，着手起草风筝比赛规程，得到国家体育总局、在第三届潍坊国际风筝会期间举办了第一届全国风筝邀请赛。1988年，国家旅游局、省旅游局和潍坊市人民政府联合投资建设了风筝博物

馆。风筝会比春节还热闹，影响力很大。此后许多地方效仿潍坊举办风筝节。回顾四十多年，有三点体会：一是市委、市人大常委会、市人民政府、市政协一直高度重视，在人员配备和投入上都做得不错；二是坚持“风筝搭台，经贸唱戏”的指导思想，通过风筝会洽谈业务、广交朋友，促进潍坊经济发展；三是有一个好的班子——风筝会办公室（现潍坊国际风筝会综合服务中心），多年来持续操办，保证了风筝会的连续性和稳定性。祝潍坊国际风筝会越来越辉煌，为潍坊经济建设和文化建设作出更大贡献。

坊子区委书记 周洪刚：

坊子区现代风筝产业主要集中在王家庄子，现有风筝生产企业40多家、个体户270多家、从业人员2200余名。产业主要呈现三大特点：市场占有率大，风筝年销售额超3亿元；以家庭作坊为主，形成“亦农亦工”灵活就业模式；富民增收效应强，带动整个王家庄子总存款规模达4亿元左右。近年来，我们成立现代风筝合作社，采取“党支部+合作社+企业”模式，由王家庄子四个村党支部联合领办，链接相关骨干企业；建设风筝产业基地，打造集生产加工、产品展示、电商运营、文旅体验、仓储物流等功能于一体的现代化

产业园区；大力发展电商模式，2025年线上销售占比超过70%；加强校地合作创新，成功研发智能飞行、夜光材料等高科技风筝，推出20余款文创产品。下一步，我们将加快风筝产业基地建设，吸引企业入驻，形成集聚效应；聚力打造区域优质品牌，完善全链条标准体系，推动“代工贴牌”向“自主品牌”转型；积极推动文旅融合发展，放大影视IP流量效应。建议进一步加强风筝文化活动策划和实施力度，提升世界风筝都辨识度；聚焦品牌打造、文创产品、文旅融合，推动王家庄子风筝产业提质增效。

寒亭区委书记、潍坊经济开发区(农综区核心区)党工委书记 王勇：

寒亭区拥有风筝、木版年画、柳毅传说3个国家级非物质文化遗产代表性项目，有“风筝故里、年画之乡”的美誉。目前，全区共有风筝文化产业企业171家，市级以上非遗代表性传承人9人，开发风筝品种1500余个，年销量达2500万只，产业链产值突破10亿元。下一步，我们将打好“三张牌”：一是打好产业培育牌，扶强培优龙头企业，形成“传统技艺+手工精作+现代制造”的发展格局，延长产业链条，开发双线、四线运动风筝和竞技风筝，将“放风筝”升级为“看表演”，让风筝从传统手工艺品走向体育

竞技、文化演艺等高附加值领域。二是打好消费促进牌，深化“风筝+文旅”，精心策划“风筝文化深度游”精品线路；抓实“风筝+教育”，培育“行知潍坊·非遗寒亭”研学品牌，打造“济青风情”研学旅游集散地。三是打好IP赋能牌，对内塑强品牌效应，做优“潍坊风筝·寒亭制造”地域标识，开发30余个特色文创IP，构建“飞到天上是风筝，挂在墙上是年画，摆在地上是花灯”的发展局面；对外拓展国际市场，推动风筝产品远销欧美、日韩等海外市场，为擦亮世界风筝都国际名片贡献寒亭力量。

安丘市委书记 乔日升：

安丘作为潍坊风筝文化的重要承载地，近年来锚定打造潍坊“城市前阳台”定位，坚持把潍坊国际风筝会作为大事来抓，持续提升世界风筝公园基础配套，近两届国际风筝会累计接待游客50万人次，网络浏览量突破12亿人次，拉动消费5亿元以上。同时，以“潍坊风筝嘉年华”活动为抓手，举办各类活动100余场次，丰富了“龙象之城·山海潍坊”城市名片内涵。下一步，安丘将坚持以节聚势、以赛兴城，全力把风筝优势转化为发展胜势。一是打造多元化风筝消费场景，借势“潍坊风筝嘉年华”，办好夏日啤酒节、风筝美食节等节会活动，打造风筝主题夜

市、露营街区，全力提振消费活力；做好齐鲁天路沿线农文旅融合文章，带动餐饮、住宿、文创等综合消费持续升温。二是借势风筝品牌促进产业发展，向集群发展。我们应聚焦核心区域公用品牌影响力提升年，展现潍坊拓展创新“三个模式”硬实力，推动“安丘农耕”品牌价值大幅提升。三是擦亮世界风筝公园品牌，高标准做好第43届潍坊国际风筝会服务保障工作，办好世界风筝锦标赛、潍坊风筝大赛等核心品牌赛事，接续举办第二届中国青少年露营大会、第一届世界运动风筝锦标赛等赛事活动，全力打造“季季有主题、月月有亮点”的赛事矩阵。

国际风筝联合会副主席 张崇高：

三十七载深耕，国际风联与潍坊同频共振。从落户中国地级市，到推动风筝从民俗技艺走向国际竞技舞台；从制定风筝竞赛标准，到搭建中外文化交流桥梁，潍坊以世界风筝都的担当，为国际风联发展筑牢根基。站在新的起点，国际风联将重点推进三项工作：一是强基固本，提升国际组织架构和运行机制，牵头制定行业标准，完善风筝竞赛规则，强化无形资产运营管理和知识产权保护，扩大吸收会员队伍，让国际风联凝聚力和影响力进一步提升。二是协同共进，深化战略合作，期盼持续优化服务，助力破解发展难题。通过市场化运作，塑造国际化城市开放发展文化新品牌。国际风联将整合资源，继续全力主办潍坊国际风筝会、风筝嘉年华等系列赛事。三是品牌赋能，放大赛会效能。突出抓好世界风筝锦标赛、世界室内风筝锦标赛等品牌赛事的研究，提升高端赛事的国际化、专业化、规范化水平，推动风筝文化元素更广泛地融入城市建设与民生，拉长风筝文化产业链，为促消费、惠民生作出积极贡献。

潍坊市旅游行业协会会长，山东景芝酒业有限公司党委书记、董事长 刘全平：

一是坚守文化根脉，夯实品牌底蕴。整合风筝传承人、文旅企业、院校资源，规范风筝制作标准，避免同质化竞争。同时，依托国际风筝会、世界风筝公园等载体，常态化开展非遗展演、扎制体验活动，让风筝文化可感可体验，筑牢品牌文化根基。二是深化文旅融合，拓展消费场景。推动风筝元素融入景区、街区、酒店、节庆等全链条，打造风筝主题研学、精品线路、夜游项目，实现“观光游”向

“体验游”“度假游”升级。鼓励企业开发文创产品、伴手礼、潮玩周边，延伸产业链条，提升品牌附加值，让风筝从节庆展品变为日常消费品。三是拓宽传播渠道，提升国际影响力。借助短视频、直播等新媒体手段，讲好潍坊风筝故事，打造风筝文化热点，打造“网红打卡点”与爆款内容，吸引年轻群体关注，进一步巩固世界风筝都的国际地位，真正擦亮潍坊风筝这张城市金名片。

潍坊风筝协会会长，云门酒业集团党委书记、董事长 汲英民：

作为潍坊风筝协会会长以及云门酒业负责人，我想说，云门酒业与潍坊风筝这二十五年的情缘，是真切地融入血脉的——从2002年我们独家承办第十九届潍坊国际风筝会以来，我们不同程度参与风筝品牌的推广。在这个过程中，我不光对风筝文化有了特殊的感情，更是深深体会到，潍坊这座城市的风筝品牌和企业品牌是可以彼此成就的。潍坊好了，云门酒业才能好；云门酒业用心了，潍坊品牌就多了份厚度。所以我们始终把“潍坊风筝”和“云门酒业”绑在一起，同频共振、双向赋能，两者都是我们要共

同守护的资产。再说产业，潍坊风筝占了全球八成以上的市场，我们一定要形成产业矩阵，把传统技艺、规模生产、创意设计统筹起来，向集群发展。我们应聚焦核心资源、核心渠道、核心场景，实现精准触达。云门酒业愿意率先垂范，用好我们酱香白酒的国标优势和“世界美酒特色产区”的认证，把酒文化和风筝文化继续融合发展，共同提升，共同打造。作为践行者、传播者，我也有信心、有责任 and 全市企业一道，把世界风筝这块牌子擦得更亮，为更好潍坊建设贡献云门酒业力量！

潍坊学院教授 徐春波：

通过前期对潍坊风筝产业进行深度调研，我有一种强烈的感受：潍坊风筝不缺“流量”，需要的是把“流量”转化为“留量”和“价值”的通道。我们要做的是让“潍坊风筝”从一张“地理名片”，真正变成一个“超级品牌符号”。调研中发现：相对而言，公共品牌热，企业品牌冷；产业规模大，龙头引领弱；历史底蕴厚，治理效能薄。要解决这个问题，需要把潍坊国际风筝会从一个赛会平台，变成一个品牌价值变现的超级平台。建议从三个方面加力提升：从“看热闹”到“看门道”，从“看风”到“看品”，从“一阵风”到“四季歌”，推动“春放、夏夜、秋收、冬创”四

季运营；从“线下热闹”到“数字资产”，让品牌资产在数字世界里无限延伸。具体实施路径上，建议探索“四个一”：“一把尺子”定标准，建立地理标志与企业自主品牌“双标联动”体系；“一座中心”护权益，建议设立快速维权中心；“一个港湾”育人才，实施“雁阵形”企业培育计划，支持非遗传承人、设计师创建个人品牌；“一身华衣”做传播，让风筝文化渗透到“城市肌理”。品牌建设是一场需要耐心的“马拉松”，要以创新为驱动，以生态为支撑，把“潍坊风筝”从一个地名变成一个让人心向往之的品牌符号。我们放飞的将不只是风筝，更是更好潍坊的希望与未来。

国家级非物质文化遗产项目潍坊风筝代表性传承人 杨红卫：

我从事传统风筝制作已四十多年，亲身见证了四十多届国际风筝会的发展与辉煌。这些年，我们始终坚守传统技艺，用心传承风筝文化，也真切感受到老手艺人在新时代表里的不易与坚守。建议：一是持续支持一线传统风筝手艺人，在政策上给予倾斜，在资金、场地、宣传等方面给予扶持，帮助老手艺人更好生存与发展。二是目前非遗进校园、进课堂开展得很好，需要继续

大力倡导，让这项工作真正落到实处，要多开展沉浸式、体验式教学，让孩子们亲手扎、绘、放，近距离感受传统风筝的魅力，在心里种下非遗传承的种子。三是潍坊风筝有许多带有文化气息的作品，如“中华龙魂”“圣道长风”等，希望多宣传，让更多人了解风筝及其背后的文化。

记者 刘福文 整理

潍坊永健风筝制造有限公司董事长 孙建科：

永健风筝始建于1995年，从家庭式小作坊起步，2006年建成标准化生产厂房，开启规模化、标准化国内外订单生产模式。企业抢抓电商发展风口，2000年拥有独立网站和域名，2014年率先进驻主流电商平台；2019年阿里国际站上线，实现海外市场突破；2021年布局抖音直播电商，逐步构建起“线上+线下”联动、“国内+海外”全覆盖的多元化销售网络。目前，公司月产量稳定在10万只以上，产品主要是现代风筝及相关文创产品，其中60%以上远销海外。公司拥有“永健”“浩诚”两大核心自主品牌，持有数十项知识产权，

工厂通过BSCI认证，产品通过多项国际检测认证。成功与70余家知名企业达成联名合作，实现品牌跨界赋能。展望未来，我们将加大研发投入，深度融合国潮文化趋势，开发更多兼具潍坊文化内涵、现代审美情趣与高附加值的产品；深化市场布局，持续参加国内外专业展会，完善线上线下渠道融合模式；强化品牌赋能，加强知识产权全流程保护，规范品牌运营管理，全力将“永健”品牌打造成为潍坊风筝行业的标杆品牌，助力潍坊风筝品牌整体升级，为潍坊风筝文化产业高质量发展贡献力量。

潍坊风筝第四代传承人 刘志江：

要让潍坊风筝真正成为响当当的世界品牌，需在传承中守正，在创新中谋远，从技艺、人才、产业三个维度筑牢根基，拓宽路径。一是以技艺为魂，让老手艺人长出新筋骨。我们开展仙鹤童子、雷震子等经典风筝量化教学，用传统串式结构制作“中国空间站”风筝，设计“山海经”系列风筝，既具备传统工笔细腻，又彰显现代审美张力。建议推进潍坊风筝标准和风筝工的认证培训普及工作。二是以人才为基，让老行当涌进新血液。我们推动风筝进校园、非遗公益研学，2016年起与潍坊职业学院合作协助组建首个公办风筝专

业。建议在驻潍高校设立风筝专业，组织文创、营销专家与艺人联合带徒，设立风筝研究院，建立“潍坊风筝人才库”，开展“青年传承人”评选。三是以产业为翼，让老字号飞向新世界。建议增设放飞场地，增加全民项目，鼓励创新，推动传统题材与现代工艺融合，设计面向国际市场的产品，提升国际辨识度。四是以保护为盾，让老品牌行稳致远。要健全法规，严格考核各级非遗代表性传承人，明确传承人权利责任，探索建立“非遗溯源系统”，为精品风筝赋予唯一编码。争取组织编写技艺专著，让技艺长盛不衰。

潍坊日报 公益广告

知识改变命运
阅读点亮梦想

