

第六届中国青年志愿服务公益创业赛参赛项目简介

项目名称	“南铁有爱 文化赋能”文创志愿服务项目
申报方式	省级赛会单位推报
项目类别	乡村振兴
项目实施时间	2021-06至2023-08，共计26个月
项目简介（500字以内）	乡村文化振兴是乡村振兴的重要内容和有力支撑，近年来中国铁路南昌局集团有限公司团委积极探索乡村文化振兴思路举措，分析铁路文创融入乡村振兴帮扶点泰宁县和余干县沿河村的方式方法，突出志愿服务实效性，通过“建团队、创品牌、提贡献”助力乡村振兴工作。该项目坚持以文化创新为抓手，先后三次公开招募青年文创人才，组建成一支青年文创志愿团队，根据泰宁县和余干县沿河村实际需求，深挖当地经典红色文化、特色旅游资源、品牌农副产品资源，围绕“你好，余干”、“泰宁印象”品牌LOGO、“泰宁印记”文创和“灵秀泰宁”农产品等设计方向，设计完成50余款文创产品。去年年底，该项目被南昌局集团公司列为对口支援重点帮扶项目，给予50万资金支持。
社会成效和社会价值（300字以内）	一是增加了消费市场的吸引力，针对旅游市场设计制作的泰宁印记”文创产品，升温带动了消费进一步增长，例如纪念币、文创玩偶、茶叶罐、书签等等，消费者可以充分的享受到产品的体验与购买的价值。二是增加了农产品的竞争力，开展“乡见如故 南铁同行”助力乡村振兴直播活动，在泰宁、余干农产品基地与网友聊振兴、尝特产，推广农产品，各平台直播观看量累计超过320万。三是提升了地方形象，文化创意产品在不同的地域会有不同的特色，通过深挖泰宁县、余干县沿河村文化背景及资源，融合地方文化的基础上，形成更具有地域特色和亲和力的50余款文创产品，这就成为了一种地方历史以及旅游文化的推广途径，累计带来超过120万元的经济效益。
运营保障（500字以内）	2022年底，中国铁路南昌局集团有限公司将“文创+科技”赋能乡村振兴作为铁路青年文创志愿服务项目，助力泰宁、余干农文旅发展，并进行项目立项，为该项工作的持续推进、设计成果落实和消费帮扶行动创造了有力环境，同时，集团公司乡村振兴办提供更大资金保障，反哺乡村振兴工作。为更好适应市场需求，提高文化创意向市场经济转化的力度，孵化出质量更高、经济效益更好的文创产品，南昌局团委倾力打造集团公司级“青全文创工作室”，建设有形阵地，吸纳更多青年人才参与其中，并形成以构思分享、活动策划、问题探讨为主要内容的对话机制。同时定期组织文创团队到泰宁、余干开展调研活动，面对面沟通了解泰宁县、余干县乡村振兴办、乡村企业等文化创意需求，有的放矢开展文创工作，设计针对性、效益性更强的文创升级产品，助力乡村振兴工作取得更好成绩。
组织治理（500字以内）	一是坚持以文化创新为抓手、以青年群体为重点，整合有能力、有想法、有创新的专兼职团干部、美术绘画特长人才等青年力量，每年公开招募青年文创人才，持续建强青年文创志愿服务团队，为文创工作提供项目策划、交流研讨、平面设计等“智力”支撑。二是每月组织青年文创志愿服务团队开展“创意对对碰”交流会，对泰宁文创进展情况进行分析，召集文创青年谈设想、谈创意、谈构思，分享学习心得。三是定期组织青年文创志愿服务团队成员前往省市级文创展厅、航空航天大学设计学院、福州书境文创公司、德化文创陶瓷有限公司等进行研学交流，拓宽文创团队汲取创新知识“养分”渠道，增强骨干成员文创产品设计能力。
公益创业模式（500字以内）	一是开展文创行动。积极摸清爱好美术、摄影、艺术的青年底数，从中遴选人才进行集中培训和个别辅导，有针对性地增强文创意识、提升文艺技能，成立一支由8名骨干成员组成的青年文创志愿团队，搭建起学习研讨、设计交流、资源协作、联合攻关、成果共享的平台。团队克服地方特色不熟悉、文创产品定位难等诸多困难，利用网络讨论设计思路、制订设计方案。他们设计的“灵秀泰宁”系列文创产品，基于汉字“宁”，融合竹笋、黛瓦、山水纹、复兴号动车组等元素，让当地特色农产品有了“高颜值”，畅销

	<p>省内外。二是扩大产品影响。通过集团公司联合当地政府部门，将具有市场前景的文创产品进行包装、批量生产，投放乡村振兴农产品代售点进行售卖，市场反响良好。今年以来，仅南昌局集团公司沿河村乡村振兴直销店就销售了价值25万元的余干县农副产品，泰宁县旅游观光人数持续增长，旅客列车同比多加开100余趟，“游泰宁、买泰宁”给当地经济带来勃勃生机。</p>
<p>存在困难及下一步打算（500字以内）</p>	<p>一是团队成员缺乏经验，经费紧张，政策不完善。青年文创团队是一支志愿服务团队，产品落地经费来源主要依靠集团公司和乡村振兴工作支持，每年经费一般只够维持基本开发。青年文创志愿团队都是在职职工，与市场对接不够，缺少文创产品设计和营销经验。同时，对文创产品开发相关扶持政策不够完善，亦不利于各界力量积极参与和支持。二是产品开发缺乏创意，特色不明显。多数产品仅仅把平面设计作品或文物的图案直接印制在帆布袋、抱枕、T恤、文具、茶具等物品上，只是对文物实体进行了模拟复制；部分产品与旅游纪念品十分相似，实用性和创意不强。三是优质品匮乏，价格两极分化，缺少价格适中、品质优良的文创产品。有的产品制作较为粗糙，很难激发消费者的购买欲；品质高的产品价格昂贵，消费者也会望而却步。下一步我们将组织文创团队到外局兄弟单位、文创公司开展调研活动，并与泰宁县、余干县沿河村面对面沟通文化创意需求，设计针对性、效益性更强的文创产品。</p>