



1月20日，张梦琦在“襄阳礼物”文创产品店整理货品。（湖北日报全媒记者 汪璐 通讯员刘蒂尼 摄）

让游客把 襄阳文化带回家

湖北日报全媒记者 汪璐
通讯员 刘蒂尼

“好可爱的孔明扇玩偶。”1月20日，在襄阳市管家巷“襄阳礼物”文创店，来自随州的游客王奕买了4个，带给同学当新年礼物。

临近春节，店内顾客络绎不绝。昭明台便签本、古城墙冰箱贴、牛肉面挂件……一款款呆萌的“襄阳礼物”被打包带走。这些吸睛又“吸金”的文创背后，离不开襄阳文化旅游集团文创产品策划运营师的精心构思，张梦琦正是策划团队中的一员。

文创产品策划运营师具体干些什么？张梦琦说，她的工作就是把“文化、创意、商业”三样都玩转，“动脑筋想些好点子，让文化宝藏‘活’起来，把产品做出来，再想办法卖出去。”

张梦琦第一份工作是在一家公司做国际物流，经常到国外出差，总是带回很多标注“made in China”的文创产品，这一经历为她成为文创产品策划运营师打下基础。

2023年，襄阳文化旅游集团开发“襄阳礼物”，张梦琦一头扎进去，没日没夜地恶补历史文化、艺术设计、市场营销等各类知识。“一款产品从创意、设计、打样到成为商品，平均要3个月。复杂的产品打样要10多次。”张梦琦说。

目前，“襄阳礼物”有5大类两百余款。襄阳方言系列IP形象“小叽咕”是张梦琦的得意之作——一只可爱小鸡头顶着产自襄阳南漳的香菇。叽咕是襄阳方言，有聪明、机灵的意思。

“干这行，机会和挑战并存，有爆款也有滞销品。最难的是摸清消费者口味，做出他们喜欢的东西。”张梦琦说，当下的文创产品承载着更多的文化价值和情绪价值，只有正确评估产品的市场接受度，才能实现产品高质量产出。

经过打磨，襄阳博物馆系列文创“上新”了，朋友开瓶器、以梦为马金属套尺、马上有钱钥匙扣……这些文创让千年文化瑰宝融入现代气息，走进寻常百姓家。

“天天逛博物馆，从普通观众变成半个解说员。”张梦琦说，先了解藏品，从这些“宝贝”中挑出消费者感兴趣的点，再通过创意把“老物件”玩出新花样，复杂的色彩和小巧思细节是这一系列的难点，也是亮点。

“春节是文创产品销售旺季，来襄阳的游客越来越多，通过这些文创载体，让更多人了解古城襄阳。”张梦琦一边开发新产品，一边催促工厂抓紧生产。

看

滑雪巡救员



马俊帮助游客穿雪板。
(湖北日报全媒记者 雷闯
周升蕾 通讯员 刘自爽 摄)

带货主播



赵锐直播销售腊肉。
(湖北日报全媒记者 周升蕾 摄)

宠物托管师



龙托师陪宠物玩耍。
(湖北日报全媒记者 赵怡然
吴宇睿 摄)

他们是为新春忙碌的新职业人

就业是最基本的民生，一头连着万家灯火，一头系着发展大局。政府工作报告提出，2025年，全省城镇新增就业70万人以上。滑雪场巡救员、带货主播、文创产品策划师、宠物托管师等一批职业“上新”，吸引各类人才不断涌入，为就业创业开辟出新赛道、打开新空间。春节临近，湖北日报全媒记者奔赴襄阳城市街头、偏远山村，走近为新春忙碌的新职业人，感受不一样的风潮和年味。

日行四万步 护雪友安全

湖北日报全媒记者 雷闯 周升蕾
通讯员 刘自爽

1月18日，保康县后坪镇，冬日阳光照射在海拔1800米的横冲国际滑雪场，随着一道道身影俯冲而下，山谷响起游客兴奋的尖叫声。

在初级滑雪道上，武汉游客王青刚滑出10多米远，就“扑通”一声摔倒在地，几次尝试站起来均未成功。正当她不知所措之际，身边出现一位穿着绿色马甲的中年男子。

“手和腿很疼吗？”

“还好，就是站不起来。”

确定王青没有骨折，他耐心教导，你别着急，先坐在地上把雪橇脱下来，再慢慢站起来。

“绿马甲”名叫马俊，今年41岁，是滑雪场的一名巡救员。2024年，人力资源和社会保障部发布19个新职业，滑雪巡救员就是其中之一。

每天早上8点，马俊和同事兵分两路，一路到滑雪场检查雪地是否平整，防护网是否破损，同时清扫树枝等障碍物；一路检查魔毯（游客上行电梯）状况，清扫上面积雪。确认无误后，雪场才会开门迎客。运营期间，两路人马巡视雪场、管护魔毯、帮扶游客。

“小朋友，你的手套掉了。”“几位小帅哥，请不要攀爬防护网，更不要在这里打雪仗。”……雪场内，马俊和几名同事一刻不停歇，矫健的身影在三条雪道上穿梭。不到3个小时，他就捡了7副手套，均为小朋友遗失。

2018年12月，横冲国际滑雪场试运营，成为襄阳首家户外高山滑雪场。此前在保康县五道峡风景区工作的马俊来到滑雪场后，成为襄阳市首批巡救员之一。为保障雪友享受滑雪乐趣，他每天要在寒冷湿滑的雪地行走4万多步，经常被冻得双脚麻木。

“这是一个全新的职业，需要从头开始学习。”马俊和同事到国内知名滑雪场跟班学习，掌握理论知识，具备实践能力。他说，滑雪是一项高风险运动，自身摔倒或被人撞倒，都容易受伤，巡救员要当好“安全卫士”，在最短时间提醒、帮助游客。

近年来，随着冰雪经济兴起，横冲国际滑雪场的游客逐年增多，高峰期日接待游客达3000人次。马俊说，春节临近，来滑雪的人越来越多，他和同事肩上的担子更重了，“我们将以更饱满的热情投入到工作中，努力保障游客开心滑雪、平安回家。”

助山村年货 “驾云出山”

湖北日报全媒记者 周升蕾
通讯员 刘自爽

“春节快到了，我们准备的腊肉选用农户散养的跑山猪，吃粮食和猪草长大，想要的朋友们在公屏上打出‘666’。”1月20日，南漳县印象老家景区，赵锐身着喜庆的红色花棉袄，向直播间里的观众推荐手里的腊肉。

话音刚落，直播间“666”不断刷屏。购买链接弹出，一分多钟就销售了20多单。

印象老家景区地处南漳县肖堰镇花庄村，当地农家土猪肉、有机蔬菜等特色农产品名声在外。2020年，短视频风头正盛，景区谋划发展电商业务，通过网络直播将美景、美食送出大山。赵锐自告奋勇，当起主播。

“刚开始什么都不懂，以为直播无非就是对着头聊天，开播之后发现根本不是这样。”第一场直播设在景区农耕馆的厨房内，场景简陋，平时能说会道的赵锐，看着直播间的两三个人不知所措。“经常不知道接下来该讲什么，场面就很尴尬。”

为提高直播技巧，赵锐到其他带货主播的直播间“偷师学艺”，对着镜子模仿他们讲解商品时的动作、语调。他还到武汉、襄阳、恩施等地向优秀主播取经，慢慢摸索出直播带货的窍门。

“不仅要说场景也很重要。”他将直播间设在河边，潺潺流水边，有一座茅草小屋，房梁上挂满腊五花肉、腊蹄子、腊排骨、腊香肠，农家味十足，灯光、音响、摄影器材一应俱全。

开播4年，赵锐在镜头前愈发收放自如，成为南漳县当地小有名气的农产品带货主播，直播间在线人数从最初的几个人稳定到几百人。“多的时候能达到1000多人，直播三个小时，销售额能达到3万多元。”赵锐说。

不直播的时候，赵锐就和团队一起拍摄短视频，介绍腊肉、腌萝卜皮的制作和烹饪方法，热度最高的一条有1000多万播放量。

湖北印象老家乡村旅游开发有限公司董事长李小喜介绍，春节将至，市民忙着打年货，其中农家腊味深受消费者青睐，公司多位农产品主播开启直播带货，让当地土特产“驾云出山”。

让“铲屎官” 安心过年

湖北日报全媒记者 吴宇睿 赵怡然
通讯员 曹越

春节将至，如何安置“毛孩子”成了“铲屎官”最头疼的问题。

1月20日，鱼梁洲一家宠物工作室，宠物托管师吕翔凌检查小柴犬的健康状态。

湖北日报全媒记者看到，这家宠物狗“托儿所”面积达3000平方米，室内有暖气和休息“房间”，室外有大草坪、竹林和游泳池。

“走，红包、噜噜、噜噜，出去玩喽！”吕翔凌一声招呼，10多只宠物狗在草坪上尽情奔跑、打滚嬉闹。他说，鱼梁洲不在闹市区，宠物叫声不扰民，“毛孩子”在这里有足够的空间撒欢。按照冬日作息表，现在到了释放“毛孩子”精力的时候。

“带狗狗简单吗？”

“可不轻松哩。”吕翔凌笑着回答，每天，他和同事要去接送宠物狗，挨个消毒、配粮、换水、铲屎、清洁，还要关注它们的身体健康和心理状况。宠物狗像人一样，也需要社交、关系好的“朋友”一起打滚，脾气、性格不合的玩不到一块。

“菠萝包和九九不对付，它俩不能一起玩；菜头和桔桔‘姐俩好’，喜欢一起玩球；狐狸胆子小，必须单独住；六六平时比较安静，但小伙伴一多，就闹起来了……”每只“毛孩子”的性格、喜好和禁忌，这群宠物托管师一清二楚。工作室因地制宜为宠物狗提供各自玩耍空间，每天还要拍摄2条视频发给客户，汇报“毛孩子”的情况。

“春节期间来托管宠物的人多吗？”

“35个‘房间’基本预约完毕。”吕翔凌介绍，工作室开业3年多，生意挺不错，特别是春节假期订单排得满满的。客户以35岁以下的年轻人为主，涵盖襄阳市中心城区、枣阳、保康、老河口等地。

刚刚发布的《2025年中国宠物行业白皮书》显示，“90后”“00后”已成为养宠主力军，占比超66%。

“我回家过年，也想让它过个好年。”25岁的蔡芊收拾着自家狗狗的“行李”，计划1月27日把它送往小院，让它和“小姊妹”一起“过年”。

“近几年，养宠人群不断扩大，宠物也越来越年轻化，对宠物服务的需求不断增加。”吕翔凌表示，目前工作室已扩展至3家，分别侧重于宠物寄养、宠物洗护和猫咖狗咖，满足宠主不同需求。