

( 原标题：有一种伤害叫：“我给你带了点旅游纪念品” )

在外旅游，除了交通安全、强迫购物、景区拥挤，还特别容易受到来自旅游纪念品的伤害。

在苏州买了一顶草帽，到武汉发现同款，于是和店家说是这里买的帽子，想换一个颜色，店家二话不说就给换了。到了厦门，如法炮制，又换了一顶颜色不同的帽子。

同样一块真丝绣花手帕，真不真丝不知道，只知道在苏州叫“苏绣”，在四川叫“蜀绣”，在江西成了“赣绣”，而且一看就是电脑绣的。

到处都是雷同的香包、挂链、手镯.....能在钥匙扣上简单粗暴地印上景区的图案都已经算是走心了好吗。

每个旅游城市都有一条专门用来骗外地人的街。以老街的名义，打着文艺的旗号，千篇一律地卖着从同样的地方批发来的工艺品。

这个神奇的地方叫义乌。诸多小商品在这里生产、加工、出货，商贩采购后运送全国各大旅游景点售卖。这是众人皆知的秘密。

所以全国各处的旅游纪念品基本都一个样。

样式雷同还不算，质量也是惊人的粗糙。更别提黑心商家卖的假冒伪劣。

凤凰的银镯褪色变黄铜，秦皇岛的塑料珍珠掉了皮，10块钱在香格里拉买了一双牦牛骨筷子，打开后被劣质塑料味呛出三里地。在重庆“茶山竹海”穿着竹子人字拖，格叽格叽走了俩小时，人字还在，拖没了。

从西安扛了一整个鞋盒大的泥巴烧的兵马俑，13个小时火车搬回北京，摆在书柜上瞬间空气凝重，而且在半年内一个接一个地碎掉了？

而且不论多么谨慎，人生总会遇到几个卖玉的影帝。

老剧情：老板恰好跟旅游团是老乡，恰好今天有喜，不是老婆生了双胞胎就是八十岁老母庆生，全场翡翠一折起，在坐的各位有福了是不是？

新剧本：老板一出场就掏心窝：我们有原则，不挣老乡的钱。告诉你们一个秘密。这块标价2000元的玉，货号00584，真实价格是货号，584元。

大家恍然大悟，也动了心，这么仗义的老板，还不趁机买些首饰回去哄哄老婆？于是纷纷掏钱。老板推来推去，最后豪爽一挥手：好吧，你们非要买，我今天豁出去了，再给大家打个88折！

2017年三月，云南出台“史上最严”旅游整治措施。其中有一条就是严厉打击购物商店虚假宣传、以假充真、以次充好的不正当商业行为。

旅游回家，你会盯着大理古城那条民族风大花或碎花长裙发呆，甩给跳广场舞的老妈都被嫌弃。

也会捧着三亚的椰子壳或贝壳的工艺品直发愁，摆出来觉得丑，收起来太占地，为啥不用它装一下当初掏钱时候自己脑壳里进的水？

国内受伤害，国外找安慰？千万别期待在国外就一定能买到做工精良、别具一格的纪念品。不负责任的人哪儿都有，偷懒这件事也一样。

况且众多国外旅游纪念品都有一颗火红的中国心。德国新天鹅堡买到广州纺织的花布，阿姆斯特丹大街随处可见国内制造的木鞋，好奇地拿起一个丹麦陶瓷碗，碗底赫然写着熟悉的“Made in China”。

这些瞬间让你在陌生的街头热泪盈眶，没走远，咱又回家啦！

中国制造没毛病，但我为啥要千里迢迢跑去外国，吭哧吭哧背回一堆毫无特色的东西？

聪明人胸有成竹：我在国外什么纪念品都不买，只是每到一座城市就挑一枚冰箱贴，够有意义吧？

直到他看了这个想打人：

五大洲六大洋，某宝分分钟保证你一次性集满全世界各大著名景点，不用跑世界，只需跑去楼下拿个快递。还包邮哦亲。

从此知趣又学乖，旅游前先去网上买一大包给同事朋友分发的特产零食小礼物。人还没出发，特产都已经送到了。

什么样的纪念品会让你想买？

除去质量太差、价格虚高、坑蒙拐骗这些最基本的问题，大多数纪念品毫无亮点，

很难戳心。说到底，旅游纪念品的品质根本没有跟上旅游业蓬勃发展。

名人故居里那些浩然正气的纪念品，讲真，你会买吗？

旅游纪念品本质上是一种文化设计。做不出创意的纪念品，并非当地文化不够多，而是人对文化的挖掘不够深。

美国管理学大师托马斯·彼得斯曾说过：“要么创新，要么死亡。”

中外不少博物馆在开发IP这方面先行一步。好的商家会引导消费者的购物习惯，优秀的文创产品也会吸引观众更关注藏品本身。

脑洞越大越有趣

纽约大都会博物馆把名画里的首饰“拿”到现实中做成真实的饰品，让女性戴上名画中的项链。

“你的色号是？” “紫禁城宫墙红！”

建议故宫也不妨进军彩妆界，让国际大牌看看真正的中国风是什么，别瞎整狗年粉饼了。

苏州博物馆把“镇馆之宝”五代秘色瓷莲花碗做成了抹茶曲奇；四川三星堆推出了古蜀面具饼干；陕西历史博物馆的文物系列饼干更是不重样：西汉皇后之玺玉印、汉代长乐未央瓦当、唐代开元通宝货币、盛唐时期的著名银器舞马衔杯银壶。

梵高博物馆出品的薯片，灵感来自于梵高的画作《吃土豆的人》。

把枯燥的文物做成好吃的，远比冷冰冰地摆在桌上的复刻品更讨喜。

用起来才有生命力

五脊六兽和刻度尺的结合自然又妥帖、这才纪念品的正确打开方式。

摆件注定只能供人观赏，唯有把传统文化移植到生活中，才能有最长久的生命力。

比萨三角架包、故宫伞、红酒塞，这些家伙是够实用，美观嘛.....见仁见智。

再说说非物质文化遗产工艺品，估计没几个人会感兴趣，这听起来庞大又严肃的话题，

从来和我们的生活没多大关系。

比如云南织染工艺草木染，如今依然使用纯天然或用植物来染出来的布料，完整地保留草木染的技术，但并不一定采用古老的纹样，而是聘请年轻的设计师来进行创新。

“能把它做成什么样，是我们每一代人的能耐。” 美观、实用、有文化有价值的东西终究会讨人喜欢。

一件元素开发到底

围绕一件“明星藏品”进行系列开发也是好主意。单说大英博物馆用“镇馆之宝”罗塞塔石碑（Rosetta Stone）相关的文创产品就包括拼图、笔记本、笔、钱包、卡套、电脑包、鼠标垫、U盘、T恤、领带、伞、行李箱等等。

基本上平时你会用到的，都可以在这块石碑上寻踪觅影。

如只撷取元素，不妨看看东京国立博物馆的“陶俑袜”。

他们起初也是走展品复制的老路，在考虑推出“更易被接受的商品”时，博物馆注意到了这两尊表情单纯的陶俑。

为避免同事朋友又给你带了鲜艳而劣质的伴手礼，你可悄悄暗示一句：只带好吃的，就行啦！

不用谢。