

# 新职业，“玩”出来的大市场

眼下，正值春暖花开、万物复苏的季节，人们纷纷走出家门，寻找“诗和远方”。

“为了更好出发，去露营”“人应该待在没有天花板的地方”……打开社交软件，“露营”正成为新的消费高频词。

## 手作农场主理人的风口

这个春天，26岁的年年也愈发忙碌起来。

在朝九晚五的工作之外，她还有一份更“酷”的职业——北京密云区星月手作农场主理人。

年年介绍，近两年露营市场的火热带动农场业绩逐年升高，尤其今年开春以来，来咨询营业情况的客人更多了。

欣喜之余，她也开始思考如何抓住风口，以精细化运营来满足不同类型顾客的消费需求。

“从前客人在户外有个帐篷坐就行，现在讲究‘精致露营’。为此，我们升级了全套炊具及灯具，还提供篝火晚会、烟花表演等定制化服务。我们也为小朋友们准备了兔子投喂、捞鱼、扭蛋等趣味活动。”年年说。



各类含有安庆元素的文创产品

## 设计出体现中国传统文化魅力的文创产品

文创产品策划运营师是人社部2024年新公布的“新职业”之一。

“90”后曾舟是一名文创产品策划运营师。曾舟从小就酷爱收藏各种动漫和电影的“周边”以及各种潮玩人偶手办，但他发现市面上属于中国自己的“周边”文创产品不太多见。设计出体现中国传统文化魅力的文创产品，一直是曾舟的心愿。

2018年，曾舟辞掉游戏设计的工作，成为独立设计师。一次去三星堆博物馆参观时，馆内的青铜文物造型让曾舟萌生了创作的灵感。他以青铜神树、青铜纵目面具、青铜兽面等文物作为创作蓝本，结合当下的潮玩元素，将模型的身体比例做适当调整，让潮玩作品拥有“千里眼”“顺风耳”和“天然呆”的卡通感，设计的文创作品时尚新潮、俏皮可爱。

近年来，曾舟主创设计的“三星堆福佑青铜像”“镇水石犀·这礼是成都系列手办”“成都微笑·像素看世界系列积木”“通天神树·十日神话”等系列文创作品获得多个设计类大赛奖项，同时也得到三星堆博物馆和成都博物馆的充分肯定。

不止于文创设计，曾舟已经连续两年策划运营了静态模型创意大赛，吸引全国各地的参赛者带来自己设计的静态模型作品，在比赛中互动交流，各类动漫潮玩模型也愈发受到关注。

目前，曾舟正在对上市的三星堆系列作品继续进行设计优化和完善，以期有更好的市场表现。“我想做的不是玩具快消品，而是有内容、有温度、有意义的文化IP，让年轻一代随手摸到的就是沉淀千年的文化。”曾舟说。



客人在星月手作农场欣赏篝火

## 我国文创从业人员已超百万人

公开数据显示，2024年中国露营经济核心市场规模已达到1334亿元，预计2025年将突破2483.2亿元。

文化、旅游、体育等消费潜力加速释放。

集艺术性与便携性于一身的文

创伴手礼成为新的消费增长点。

据不完全统计，我国文创从业人员已超百万人，文创市场规模呈增长态势。

文创市场规模的持续增长也让“文创产品策划运营师”等新职业被更多人了解。

## 把带不走的风景“带回家”

行走在安徽省安庆市内，黄梅戏婉转入耳，振风塔倚江而立。

这座位于长江下游的小城，文旅资源丰富，吸引了众多游客前来游玩。

如何把带不走的风景“带回家”？

在倒扒狮历史文化街区一家文创店里，可以找到答案。

走进店铺，安庆淮楼冰箱贴、振风塔钥匙链、黄梅戏特种邮票等含有安庆元素的文创产品令人眼

前一亮。

这些产品都出自“00后”文创产品策划运营师黄申和她的设计师团队之手。

“我是在大二那年创立品牌的，当时整条街只有我们一家文创店铺。”谈起近两年的文创市场，黄申用“爆发”两个字形容：“去年，我们店铺的总销售额突破百万元。”

为了满足游客对文创产品愈加旺盛的消费需求，店铺几乎每个月都会上新两到三款文创产品。

## “滑雪巡救员”成为不可或缺的新行当

在吉林广袤的黑土地上，冰雪正在消融。

位于长春市的莲花山滑雪场在持续3个多月的繁忙运转后，迎来春季“休眠期”，忙碌了一整个冬天的李想也终于能给自己放个假。

28岁的李想是莲花山滑雪场的巡救队队长。

近两年，冰雪经济火爆，负责雪道检查、守护“雪友”安全的“滑雪巡救员”成为雪地中不可或缺的新行当。

作为入行近10年的资深从业者，李想感触颇深：“我刚参加工作时，雪场的巡救员只有3个，现在已经有7个了。在刚刚过去的雪季，还有一位‘00后’加入了我们的队伍。”

## 消费结构转型升级催生更多新职业

新消费催生新职业，新职业见证新活力。

《中国冰雪产业发展研究报告(2024)》预测，2025年中国冰雪产业规模预计将突破万亿元。

“冰雪产业进入快速发展黄金期，我们滑雪巡救员也要抓住机会，用更高的专业能力、更贴心的服务为‘冰雪热’加把火。”李想说。

去年7月，人力资源社会保障部将19个新职业、28个新工种纳入国家职业分类大典，包括文创产品策划运营师、滑雪巡救员等新职业，以及休闲露营地管家等新工种。

当“周末去露营”成为生活新方式、文创设计“圈粉”消费者、“冰雪热”逐渐升温，这些“玩”出来的大市场，成为中国消费结构转型升级的生动注脚，也在催生更多新职业，勾勒中国消费市场新图景。

据新华社



李想(左一)正在向受伤的“雪友”实施救助