

贵州体旅融合催热体育装备制造业

□ 何瀚章

“没想到贵州除了‘村超’‘村BA’等体育赛事出圈，这里产的体育装备也很棒。”在前不久举办的2024中国国际体育用品博览会上，“贵州制造”的体育装备首次亮相，便赢得众多参展商和游客的青睐。

贵州素有“公园省”的美誉。当下，全省正以建设山地民族特色体育强省为抓手，依托优质自然和文化资源，广泛开展全民健身运动，持续打造了一批特色旅游产品和赛事，推动了装备制造产业的快速发展。

快速发展

走进2024中国国际体育用品博览会贵州馆，一处印有“村超”“村BA”的人形立牌成为展馆内最火爆的打卡点，游客争相在此拍照留念。同时，贵州低空运动项目、自驾露营、洞穴探秘、冰雪运动、攀岩（飞拉达）等特色体育旅游产品推介也吸引了不少游客的目光。“贵州原来有这么多可以玩的户外项目，有机会一定要去亲身体验。”游客刘艺阳说。

“在本次博览会上，我们希望向游客多方面推介贵州体育相关赛事活动，体育装备制造企业和体育旅游产品，并加强与全国体育产业各类机构、组织和企业的沟通，共同开发贵州体育资源，推动贵州体育产业高质量发展。”贵州省体育经济发展中心主任匡正志说。

博览会上，不少贵州体育装备生产企业也获得了更多关注与洽谈合作机会。首次参加博览会的遵义市务川

康鸿体育用品有限公司就迎来了来自广东省、江苏省等地的国内参展商以及俄罗斯、印度、哈萨克斯坦等国家的国际参展商，并与他们开展交流合作。

“这次博览会为我们提供了一个展示企业、拓展市场的平台。”务川康鸿体育用品有限公司销售负责人张重说，公司展出足球、篮球、排球3种展品，与国内外20多家企业达成合作意向。

贵州威铂体育用品有限公司也获得不少参展商的青睐。“我们一直深耕台球器材的生产。在博览会上，不仅有厂商希望能与我们进行品牌合作，更有商家希望能够成为我们骁龙系列台球杆的代理商。”贵州威铂体育用品有限公司销售负责人说。

在此次博览会上，贵州全面展示了近年来在体育装备制造方面的发展成效，展现了贵州体育产业的发展活力。

优势明显

洗毛、晒毛、分级、插球……走进位于黔东南苗族侗族自治州锦屏县的贵州亚狮龙产业园，只见工人们正熟练、快速地操作，手指翻飞间，一个羽毛球的雏形显现。

随后，再经过质检、清点、包装等环节，一个个羽毛球将“飞”向全球60多个国家和地区，让羽毛球爱好者尽享运动的乐趣。

“今年1月至4月，我们的产值约1.08亿元。如今，全球每10个羽毛球里，就有1个产自锦屏。”贵州亚狮龙体育文化产业发展有限公司副总经理李汉华说。

自2017年落地锦屏县，历经7年时间，贵州亚狮龙体育文化产业发展有限公司已成为全球生产规模最大的羽毛球生产企业之一，产品畅销60余个国家和地区。同时，锦屏县也借助亚狮龙的品牌带动，发展出了一条从上游鹅饲养、中游羽毛球加工，下游训练、赛事、康养、旅游融合发展的一条完整产业链。

除了锦屏县打通了羽毛球全产业链生产，在黔东南州的三穗县、遵义市的余庆县等地，智能制造也让当地体育用品生产迈入全新发展阶段。

位于贵州三穗经济开发区的贵州鼎盛服饰有限公司，主要生产高档无缝针织、美体束身、一次成型系列运动服饰和内衣等产品，并远销欧美、南亚等地区。

为了发展成为黔东南地区经济社会发展的先锋、针织服装的龙头，该公司建设了智能仓储，建设了数字化云工厂，将无缝针织服装各生产板块设备物联、软件互联、数据智联，实现生产全过程及设备可视化、数字化、智能化，有效实现产业融合发展。

在公司的立体仓库，工作人员李绍泉驾驶小型装卸叉车熟练地在一行行货架间穿梭，短短10分钟，他已精准投放4件货物并拿取3件重新摆放。

“依靠智能仓储，我们只要进行简单的搜索，就能准确定位货物的具体存放位置。”仓库管理员吴光燕说。借助智能仓储，在同样空间内，储量从原来的1.5万余箱增加到10余万箱，提高近7倍，人力成本节约50%。

空间巨大

别样的山地资源、良好的产业生态、独特的体旅融合发展模式，给贵州户外运动和体育装备制造业带来巨大发展空间。

“对我们做户外运动的人来说，贵州山地公园省的资源太好了！”浙江力喜体育发展有限公司总经理王勇说，“我们目前已在贵州运营了开阳猴耳天坑·极限酷玩公园、荔波酷玩森林悬崖咖啡等项目。”

贵州省体育产业总产出和增加值年均增速保持在15%以上，全省体育产业名录1.5万多家，总规模300亿元，体育制造业占比不足10%，具有巨大的市场潜力和广阔的发展空间。

“前不久，贵州省工业和信息化厅、贵州省委宣传部、贵州省文化和旅游厅、贵州省体育局联合发布了《关于支持文体旅康装备产业发展的实施意见》，提出大力发展文化、体育、大健康养生、旅游等装备及产品，加快建设具有贵州特色的文体旅康装备产业集聚区。”贵州省工业和信息化厅总工程师姚炯说，其中，体育装备方面将重点发展体育器械、运动服装等体育装备产品，积极发展露营、登山、桨板、皮划艇、户外骑行、山地越野、冬季运动、运动便携式储能电池、运动安全保障设备。同时，贵州还将持续在市场、投资环境上发力，设立23亿元体旅结合产业专项基金，建立省、市、县三级服务管家制度，提供优质、高效、便捷的“贵人服务”。

北京非遗文创市集走进隆福文化中心

近日，北京非遗文创市集主题活动在隆福文化中心举办。市民游客不仅可以在市集上参观选购金漆镶嵌摆件、面人儿、珐琅饰品等独具“京”味的文创产品，还可以参与丰富多样的非遗体验活动。图为游客在非遗文创市集上选购文创产品。

本报记者 陈晨 摄

浙江全方位展示非遗魅力

把购物节办成嘉年华

□ 章璇

以“保护传承非遗 赓续历史文脉 谱写时代华章”为主题，浙江省文化广电和旅游厅联合有关单位主办的2024年“非遗购物节·浙江消费季”活动近日圆满收官。

在为期一个多月的活动中，来自浙江省各地的非遗代表性传承人、手艺人、设计师和美食家齐聚一堂，共同打造了一个集展览、展演、沙龙、市集等于一体的非遗嘉年华。精美的传统工艺品、别致的国潮好物、充满创意的文创产品以及令人垂涎欲滴的非遗美食纷纷亮相，吸引了大批市民游客参观体验购买。

非遗市集圈粉无数

“在这里，我带孩子看到了非遗的传承和创新，这种活动太有意义了”“这些小物件带着满满的国潮风，我也想买两件带回家”……不久前，本次消费季子活动——“开物江湖”首届焕新节在浙江省之江文化中心火热开市，吸引了超2万名游客前来打卡。

之江文化中心广场里，60余个摊位一字排开，只见宋韵点茶袖轻舞，勾勒出宋代文化的优雅与韵味；指间竹篾翻飞，编织出独一份的精巧与灵动……市集现场，各摊位带来了自家的拿手绝活和得意作品，古法造纸、模上烙花、传统茶艺展示等技艺在摊主理人的展示下，变得生动鲜活。

非遗的时尚表达可以带给人们怎样的新体验？此次焕新节给出了答案。之江文化中心广场旁的走廊处，一盏盏精美的纯手工鱼灯在灯舞艺人操控下灵动地舞动，传递着鱼跃龙门的吉祥如意；夜晚，广场灯光亮起，古风旋律如溪流般萦绕耳畔，乐手们全情演奏，用音乐和文化展现国潮新态度……

“我们希望通过可看、可品、可闻的实体场景，拉近非遗与大众的距离，让这些非遗传统技艺项目‘跳出’历史卷轴和文博场馆，真正走进人们的生活。”之江文化中心公共服务中心相关负责人介绍，本次活动通过“文化+空间”的创新玩法，以非遗技艺传承与现代互动交流的形式，展现出非遗新时代的活化魅力，让市民游客可以更直观地体验和感受到非遗守正创新、继古开今的时代风貌。

线上线下同步互动

扇子舞动茶韵、烧饼传递深情、剪纸诉说故事……点开“非遗Go”小程序，来自浙江11个地市的500余家非遗工坊、非遗老字号等商家和2000余种商品，通过“短视频+图文”的形式精彩呈现。

围绕“我为家乡非遗好物代言”主题，主办方搭建起“非遗购物节·浙江消费季”活动平台，联动浙江省非遗保护单位、非遗工坊、非遗代表性传承人以及网络达人、知名主持人等通过“家乡人讲家乡事”，推介、售卖家乡特色非遗产品。

“此次消费季实现了线上线下的深度互动。”浙江省非物质文化遗产保护中心相关负责人介绍，除了观看视频，消费者还能走进浙江非遗“云探店”直播间，线上与手艺人实时互动；或打开“非遗Go”小程序，云选购非遗好物。

此外，消费季期间，浙江省各地以非遗工坊、非遗生产性保护示范基地、中华老字号为重点，依托非遗特色村镇、历史文化街区、景区等空间，线上线下结合开展各项非遗产品推广活动。例如，通过发放消费券、联合促销等方式，开展主题市集、互动体验、让利惠民活动；结合本地区实际，发动电商平台，以探店打卡、设置非遗购物节专区等方式开展线上宣传销售。游客张女士说：“我在景区看到不少非遗老字号产品非常新颖，可以感受到这些老字号企业在努力

迎合年轻人的需求。现在我感觉有越来越多的非遗正在走近我们。”

“打开方式”丰富多彩

6月12日，刚吃过午饭，杭州市民方春华便来到浙江省非遗馆三楼传统戏剧院，排队等候入座。当天要上演备受期待的绍剧经典剧目《拾玉镯》，一位难求。

方春华是个戏剧迷，得知这里每日都有专业的戏剧表演，便带上家人一同来观赏。她介绍，近段时间，从全国著名的杭剧、婺剧、绍剧，再到极具地方特色的提线木偶戏和淳安三角戏，各类精彩剧目轮番上演。“几乎日日都是满座。看完剧还可以逛逛市集和成果展，买些文创产品带回家。很多非遗好物是平时看不到的。”方春华说。

离戏剧厅仅一楼之隔的数字与文献中心微影院里，同期举办了浙江非遗代表性传承人优秀纪录片电影周，全面展现浙江省非遗记录工程优秀影像成果；在该馆负一楼临展厅中，浙江省级大运河文化传承生态保护区建设成果展也正在展出，通过图文、影像、互动体验等形式，展示大运河非遗的文化生态、非遗代表性项目、非遗转化衍生产品，以及非遗与旅游、研学融合等优秀案例成果。

近年来，浙江积极推动非物质文化遗产的创造性转化和创新性发展，“非遗+戏剧”“非遗+文创”“非遗+电商”等众多“非遗+”的打开方式，让非遗在文旅业态中多点开花，共同绽放。

“非物质文化遗产作为中华文明的瑰宝，其传承与发展应紧跟时代步伐。”有专家认为，当非遗以融入业态或文创产品的形式呈现在消费者面前时，将不再仅仅是文化载体，更是连接传统与现代的桥梁，引导更多人去了解、关注和保护。同时，能满足消费者的多元化需求，为旅游业的高质量发展注入源源不断的动力，推动非遗在现代社会中更广泛传播。

山东：高科技装备升级旅游体验

□ 吴学宏 边 锋

夏季来临，在山东省临沂市琅琊古城，立体沉浸式演艺《只此琅琊》因精彩的剧情和多重感官体验，吸引了众多游客前来观看。演出中，机关设计巧妙、灯光绚烂多彩，水火交织出震撼人心的视觉效果，雾森喷雾系统营造出如梦如幻的氛围，多媒体技术则让历史场景“重现”眼前。观众仿佛穿越时空，真切感受到古代琅琊城的繁华与魅力。

近年来，山东加强了工业互联网、物联网、车联网等新一代信息技术在文化和旅游领域中的应用，进一步提升了沉浸式体验设施、无人智能游览、可穿戴设备等智能装备的技术水平。

“这简直太棒了！现场感非常强烈，仿佛身临其境。”在威海海洋科技馆“探秘海洋”剧场内，来自泰安的游客马飞正在沉浸式影院参观。影院以“人类对海洋的探索”为主题，通过270°的半碗屏幕与5G高新视频内容将观众的视觉完全包裹，以声光风水全感官特效带来全沉浸体验，带领观众模拟科学探海，了解海洋的过去、现在和未来。

马飞说：“站在这个屏幕中间，一股大海的气息扑面而来，海浪声在耳

边萦绕，而我们好像置身于潜水艇中，一路下潜到万米深海，看到一个光怪陆离的海底世界。”

据了解，威海海洋科技馆使用的是山东金东数字创意股份有限公司（以下简称金东数创）的LED立体沉浸式影院技术。这项技术前不久入选了全国文化和旅游装备技术提升优秀案例名单。与此同时入选的还有山东耕海海洋科技有限公司的《“耕海1号”海洋牧场综合体平台》（以下简称“耕海1号”）。

“馆内独特的立方体形态和多面LED屏组合，构成了一个沉浸式全景虚拟体验空间，也可以称为‘LED立体沉浸式影院’。”金东数创相关负责人介绍，这一创新性的设计，将“科创”和“文创”相结合，为观众带来了前所未有的视觉盛宴。目前，LED立体沉浸式影院技术已落地青岛城市记忆馆、青岛市科技馆、青岛市高新区科技成果展示中心等场馆，公司产品销售额达上亿元。

近段时间，位于山东省烟台市莱山区渔人码头以东海域的“耕海1号”迎来了客流高峰。“在这里，既能避开高温天气，又能欣赏壮观的海洋景色，

还能品尝最新鲜的海货。”来自河南的游客程娜娜说。

“耕海1号”是一个休闲型海洋牧场综合体项目，集渔业养殖、海上观光等功能于一体，从空中俯瞰，宛如一条璀璨夺目的项链镶嵌于海面之中。该项目采用219根钢制立柱在海底固定，可抵御12级台风。同时，安装了污水处理设备和清洁能源发电设备，实现了现代海洋渔业、海洋工程、海洋文旅一二三产业深度融合发展，为我国现代海洋牧场发展探索了新路径。

山东耕海海洋科技有限公司相关负责人介绍，该项目一共分两期，通过一条全长800米、宽5米的栈桥相连。游客可以在栈桥上海钓、慢跑、晨练，或者观赏海上日出和日落，实现了功能性和休闲旅游相结合。栈桥中间围起的海域水深约10米、水平面4万平方米，水体40万立方米，是世界上最大的单体养殖水体。目前，这里已经利用自然海水环境投放了人工鱼礁，下一步将有计划地养殖鱼、虾、贝、藻，让游客通过游玩的方式体验渔牧生活，享受渔牧收获的喜悦。

“在运营过程中，我们深入挖掘蓝

色资源的独特优势，通过设计科普活动、露天电影、夜宿星光、海上夜市等夜间体验项目，打造‘去大海摘星星’的夜宿主题活动，发展夜间经济。”山东耕海海洋科技有限公司相关负责人介绍。此外，根据日常运营及市场反馈情况，“耕海1号”还对文创产品、餐饮产品等进行优化，推出具有海洋特色的产品和菜系，增加游客记忆点，打造了具有特色的二消商品体系，提升了服务品质与品牌形象。

据统计，“耕海1号”自2023年投产运营以来，已累计接待游客3万余人次，接待公务考察170余批次4000余人次，综合营业收入超过1000万元。今年，“耕海1号”接待游客数量预计突破8万人次。

随着数字技术的深入应用，旅游装备行业正迎来前所未有的发展机遇。山东省文化和旅游厅相关负责人介绍，下一步，山东省将持续推进旅游装备技术升级创新，加强数字文旅原创和文旅新业态培育，开发融入更多新技术、新装备的文化产品，不断推进景区产品升级迭代，为游客提供更高品质的旅游体验。



“开物江湖”首届焕新节非遗市集现场 浙江省非物质文化遗产保护中心 供图