

有科技 有创新 江苏装备不简单

□ 本报记者 邵子君



炫酷的数字艺术陈列搭配动感的音乐,南京博物院、玄武门等地标投影悬浮在空中,荷塘月色、蝶舞轻扬等画面映入眼帘……夏日夜晚,位于南京玄武湖东岸的光影秀吸引了众多市民游客打卡。近年来,类似“玄武湖东岸全息光影秀旅游项目”中使用的具备创新与科技属性,同时与文旅领域紧密连接的装备,正成为推动江苏文旅领域新质生产力发展,满足文旅消费新需求的重要载体。

凸显科技范

个性化的影片,让人仿佛身临其境……

近两年,由徐州拓普互动智能科技有限公司研发生产的“沉浸式交互VR体验游艺装备”——“星际飞碟”出现在不少街区、商场,以及上海迪士尼等多家旅游景区里,市民游客争相排队体验这一造型酷似飞碟的新奇设备。

据介绍,“星际飞碟”是一款VR动感体验的多自由度驱动设备,它采用曲柄控制技术和360°回转支承专利技术,能够真实模拟许多姿态和动作,让玩家感觉仿佛真的在跑、跳和做各种动作。配合自主开发的影片内容,“星际飞碟”还能根据游客和市场的需要,进行个性化定制。

“区别于国内外其他同类产品,‘星际飞碟’摒弃了传统VR体验设备的匀速上下运动方式,真正模拟了体验者云霄俯冲的视觉感和体感,带给玩家超强的沉浸式体验。”徐州拓普互动智能科技有限公司相关负责人介绍。

常州的灵通展览系统股份有限公司的“模块化文旅展览展示装备技术”,近三年来被广泛应用在文旅领域,如长三角国际文化产业博览会、大运河文化旅游博览会等,以及北京影戏文化展、西宁地区非物质文化遗产展、景德镇中国陶瓷博物馆等。另外,江苏当地举办的一些文旅活动也

能看到这项技术的应用。

灵通展览系统股份有限公司总裁黄彪介绍,为适应现代文旅展览展示项目搭建周期短、绿色环保要求高的特点,公司提出了产品模块化的设计理念,既很好地解决了展台个性化需求,也缩短了展台搭建时间。一个展台的基本单元不再是传统的点、线、面等构件要素,而是根据个性化展台设计,将展台分成较大单元模块,包括结构模块和功能模块。同时,为方便设计师,公司还自主研发了设计软件LT-MAX,依托软件可进行个性化的组合设计,大大缩短从设计至生产的流程。此外,客户如有多次参展需求,设计师也可将模块进行重新组合,类似乐高积木搭建,每次形成不同的展台方案,但材料是可以重复使用的,更加绿色环保。

平台,可以模拟翼装飞行、跳伞等项目,让游客的VR全景游戏体验更强。目前为止,公司拥有VR科幻乐园加盟店3500余家,业务遍布全国各省(区、市)并成功开拓海外市场,合作的景区景点超过300个。

黄彪说:“在文旅融合的大背景下,公司正在研发更多适用于各种景区景点的文旅装备产品和技术,比如全国各地文旅街区的崛起就进一步拓展了灵通产品的应用场景,而且灵通产品采用模块化、构件式技术,拆装方便,可重复循环使用,这也是公司进一步深耕文化旅游领域的优势所在。”

成客户黏性。”史国强说。

江苏省文化和旅游厅相关负责人介绍,近年来,江苏加快推进文化和旅游与科技融合,着力加强文化和旅游领域技术研发和应用创新,制定了《文化和旅游装备技术研发中心评估规范》和《江苏省文化和旅游装备技术研发中心认定和管理办法(试行)》,认定了两批15家省级文旅装备技术研发中心,提升装备产业核心竞争力。下一步,江苏将进一步加强管理和引导,搭建供需合作平台,完善产学研用技术研发和装备生产体系,以新质生产力为文化和旅游高质量发展持续赋能。

俄罗斯文化市集走进北京展览馆

近日,俄罗斯文化市集主题活动在北京展览馆举办。在市集上,游客不仅可以参观选购独具俄罗斯特色的传统手工艺品、旅游文创产品,还可以参与稻草人制作、木雕制作、驯鹿皮钱包制作等互动体验项目。图为游客在俄罗斯文化市集上购买商品。

本报记者 陈晨 摄

培育吉林名牌商品 激活文旅消费动能

□ 杨浩 本报记者 刘玉萍

展示鱼皮制作技艺的鱼皮版画、味道温和淡雅的杜香挂件、融合地域特色的文创流沙杯垫……前不久,“礼遇吉林·创享文旅”文化和旅游创意产品设计大赛落下帷幕,50家企业和90名设计师通过321个充满创意的旅游商品设计作品,从不同维度展示了吉林独特的旅游资源和文化底蕴,为到吉林旅游度假的游客备足了“大礼”。

近年来,吉林积极提升旅游商品品质、扩大市场规模,努力发挥政府引导作用,统筹整合省内各地资源,在创新旅游产品的同时,将各地特色旅游商品与文旅元素融合,提升了吉林旅游商品的美誉度和影响力。

挖掘资源

走进位于长春市湖西路的长春礼物概念店,不少市民游客在此参观购物。店内工作人员介绍,印有长白山天池的围巾、具有长春特色标识的马克保温杯、东北“冰溜子”样式的项链等销量非常好。

近年来,随着吉林文旅火爆出圈,越来越多的游客对融入吉林特色元素的文创产品青睐有加。“此次吉林之行,长春影视、红旗轿车等都给我留下了深刻印象,行程结束前我准备给家人朋友多带一些伴手礼。”在长春礼物概念店内,来自河北唐山的游客张祚鸣说。

目前,长春礼物已经有5家线下店面,销售品类67个、产品627款。今年年初,长春礼物销售额就突破了百万元,其中,仅春节假期销售额就近50万元,如54路有轨电车车模几度脱销,三车一星、长春四季、伪满皇宫纪念冰箱贴也是供不应求。

近年来,吉林省内各地立足旅游资源,结合各地文化底蕴和风土人情,创新推出了包括长白山、查干湖、冰雪等元素在内的旅游商品和文创

在“礼遇吉林·创享文旅”文化和旅游创意产品设计大赛上,松原市鼎润文化创意产业园选送的作品鱼皮版画《吉祥如意》获得金奖,产业园主任徐鑫说:“近年来,在省、市、县三级文旅部门的支持和鼓励下,鱼皮版画成了地方特色旅游商品,纳入了‘松原礼物’产品体系,在为游客送上美好祝福的同时,也宣传了松原的文旅资源,让更多人了解渔猎文化、了解松原。”

传递文化

在今年第二十届中国(深圳)国



长春礼物概念店 吉林省爱未来文创集团 供图

产品。在宣传推广吉林文旅的同时,各地还通过这些创新、设计新、材料新、工艺新的旅游商品和文创产品,构建形成具有地域特点的旅游商品体系。

叫响品牌

为加速打造吉林文旅万亿级产业,2023年,吉林省发布的《吉林省旅游万亿级产业攻坚行动方案(2023—2025年)》提出了16项重点行动,其中一项是“吉乐购”行动。吉林省文化和旅游厅相关负责人介绍,在推动“吉乐购”行动过程中,吉林将包装大米、人参、木耳、杂粮等特色产品和“礼遇吉林”旅游商品统筹在一起,建立“吉乐购”旅游商品库,定期发布“吉乐购”推介名录。在此基础上,吉林还与知名网商、电商等合作,建立“吉乐购”数字营销平台,充分发挥网络平台作用,开展游客喜爱商超评选,每年挂牌100家“吉乐购”旅游购物商超,评定30条“吉乐购”名街。

此外,吉林还通过参加中国旅游商品大赛、中国特色旅游商品大赛等国家级赛事,持续打造吉林旅游商品品牌,激活文旅市场消费新动能。2023年,延边恩妈米酒获得中国特色旅游商品大赛金奖。获奖前,这个产品年销售额约160万元,获奖后这个商品知名度大幅上升,仅2024年上半年销售额就达到了180万元,预计全年销售额将达到300万元。

长有煎饼作为敦化一款独具特色的地方美食在2020年中国旅游商品大赛中荣获金奖。敦化市长有食品有限公司董事长陈长有介绍,在获奖后,这款产品销售额从2019年的700多万元,增长至2023年的1300多万元。“参加国家级的商品大赛有助于宣传和展示吉林旅游商品。”

际文化产业博览交易会上,吉林展区的松花石、鱼皮版画、满族旗袍……一系列极具吉林特色的文创好物和旅游商品,让观众大饱眼福。

近年来,吉林文旅行业坚持以文化人、以文惠民,注重将旅游商品研发推广与非物质文化遗产、工业遗址、红色文化等元素融合在一起,推动文化资源向旅游产品转化,培育和推广特色旅游商品,这为吉林文旅产业发展注入了新动力,提升了吉林文旅品牌的影响力。

如今,很多来查干湖的游客会挑一件鱼皮版画,或馈赠亲友,或自己收藏。“这次鱼皮版画获奖是一个很好的宣传机会,也为我们研发更多相关产品提供了新的方向。下一步,我们将把鱼皮和其他商品有机结合起来,把松原的文化融入鱼皮类商品中,融入市民游客的日常生活中,推出更多可以穿戴的鱼皮类旅游商品,更好地宣传吉林非遗。”徐鑫说。

在“礼遇吉林·创享文旅”文化和旅游创意产品设计大赛上,吉林省爱未来文创集团的参赛作品“54路有轨电车纸抽盒摆件”获得了铜奖。“我们开发了一系列和有轨电车相关的文创产品,能够走进游客生活,融入日常生活,用这种新颖实用的方式,把长春的景观和温暖的故事呈现给游客,把独属于长春的浪漫呈现给更多人,把我们对美好生活的期许传递下去。”吉林省爱未来文创集团副总经理王丹说。

