

# 衢州一名中学生建议入选市政府十大民生实事项目 为你遮风挡雨,20条风雨长廊亮相

本报衢州8月28日电(记者叶晓倩)“以后孩子们上学、放学,家长来接送孩子,就不怕日晒雨淋了。”衢州市柯城区礼贤小学总务主任陈士芳说。28日,在礼贤小学大门外,一条新建的风雨长廊正在进行扫尾工作,即将投入使用。工人正在长廊里摆放长椅、铺画地面标线、布置展板。

风雨长廊是在学校出入口架设的雨棚连廊,为学生、家长遮风挡雨,改善学生上下学环境。陈士芳介绍,这条风雨长廊从7月初开始启动建设,工期大概50天,就想赶在开学时给返校的同学们一个惊喜。记者来到这条约130米长、3米高的廊道下,下午日头晒得厉害,而长廊就像一把大伞,挡住直射的阳光。陈士芳指着廊顶说:“顶部还预留有小孔,以后可以悬挂遮阳帘。”

这种风雨长廊,衢州有20条,其中11条已建成,9条即将完工。为缓解校门口接送时家长扎堆等候、日晒雨淋以及交通拥堵等“老大难”问题,营造更加安全舒适的上下学通行环境,衢州利用暑假时间,在20所中小学、幼儿园学校推进“风雨无忧”学生



图为衢州市衢江区第二小学古朴简约的风雨长廊。

本报记者 叶晓倩 摄



8月28日,衢州市柯城区礼贤小学的风雨长廊正在进行扫尾工作。

本报记者 叶晓倩 摄

接送暖心工程,建设风雨长廊,在秋季开学前投入使用。这些风雨长廊因地制宜进行设计,兼顾功能、美观、校园文化元素,成为校门口的一道独特风景线。

“风雨无忧”学生接送暖心工程是2024年衢州市政府十大民生实事项目之一,来自一名中学生的建议。柯城区巨化中学学生方湘怡是衢州市儿童观察团成员。她发现每逢雨天,校门口总

是格外拥挤,学生和家等得时间久,还容易淋湿,小孩子有被伞尖戳伤的风险。她在儿童友好城市主题对话会上提出修建风雨长廊的想法。这一建议,引起衢州市人大代表、政协委员关注,并被带到市两会上讨论,后又被选入2024年衢州市政府十大民生实事项目。“没想到自己的一个小建议,居然真的被采纳了。”方湘怡说。

“这不仅是学校送给学生的一份

‘礼’,更是一座城市对孩子送上的关怀与温暖。”衢州市儿童友好城市建设工作领导小组办公室相关负责人说,风雨长廊的修建体现将儿童友好理念融入城市治理后的深刻变化。近年来,衢州在推进儿童友好城市建设中广泛倾听儿童的声音,市政府民生实事项目中的儿童友好元素越来越多,“儿童友好”正从一个概念变成一项项真正落地的设施和服务。

## 义乌有个90后市场“带货”女孩—— “特忙的时候,我的微信步数超过两万步”



瓜瓜(右)正在为来自上海的客商刘女士介绍产品。

本报记者 沈立 摄

### 融媒联连看

本报讯(记者 沈立 杜羽丰 共享联盟·义乌 左翠玉 何妮蔚 楼舒婷)“今年很流行的滴油戒指在这边。”……这几天,作为一名义乌的市场“带货”,90后瓜瓜十分忙碌,客户一般都要提前一星期预约她。“特忙的时候,我的微信步数超过两万步,平时一天一万多步。”瓜瓜说。

近年来,陪逛、陪拍、陪驾等作为热门服务在各大社交平台兴起。在义乌国际商贸城、佛堂老街、文创园等地,陪逛人、陪拍师等纷纷上岗。

瓜瓜在从事市场“带货”前,曾就职于互联网公司和自媒体公司。刚开始,她在周末回到义乌,带着老同学和同事逛市场。今年清明期间,她一口气带

了五六个家庭的十几人逛市场,才萌生专职做市场向导的念头。

“很多顾客对义乌市场及文化历史感兴趣。说到鸡毛换糖,很多人也知道,他们都看过电视剧《鸡毛飞上天》。我会在带团考察和游学过程中,深入介绍义乌市场的发展情况,带他们看看各种品类,考察商业模式。”即使是一个土生土长的义乌人,瓜瓜也在“带货”的过程中不断刷新对义乌市场的认知。

对于市场内的经营户而言,瓜瓜的“带货”服务让他们生意更好。许多经营户表示,“带货”帮他们带来客户,为商铺带来更多曝光机会,促进交易量的提升。

近几个月,瓜瓜“带货”市场的订单明显多了起来。这个暑假的订单猛增,有客户甚至已经预约她12月的档期。



扫一扫 看视频

## 为古村画像



8月28日,在湖州市德清县舞阳街道上柏村,来自华东理工大学的学生们在写生,用画笔描绘传统古村落的美景。近年来,上柏村发展写生经济,打造“青年入乡”艺术写生创作基地,年接待师生达3万多人。

柏友 谢尚国 摄

## 丽水发布实景主题线路—— 跟着悟空游丽水

本报景宁8月28日电(记者叶锦霞 共享联盟·景宁 徐丽雅 刘婷)28日上午,“跟着悟空游丽水”——2024游戏IP赋能丽水文旅产业新闻发布会暨云中大瀑《黑神话:悟空》实景游”主题活动在丽水市景宁县大濠乡举行。

近日,随着国产3A游戏《黑神话:悟空》爆火,作为取景地之一的景宁时思寺吸引了大批人来探秘打卡。记者从发布会上了解到,为响应游客对《黑神话:悟空》中丽水元素的浓厚兴趣,现场正式发布“跟着悟空游丽水”主题线路,包括仙境寻踪游、山水剑踪路、田园淘金旅等3条涵盖全域旅游资源的特色项目,以及两条景宁全域旅游线及大濠专属线路。

丽水同步推出门票减免、餐饮住宿打折等30余项配套优惠政策及100余场特色文旅活动。8月28日至9月30日,游客在《黑神话:悟空》通关四章,即可免费畅游云中大瀑、仙都景区、古堰画乡、河阳古民居、龙泉山等13个景区。

“此次‘悟空’带火取景地,不仅为传统文化传播和文旅产业发展带来新的活力和机遇,也是发挥‘游戏+文旅’的最大传播效果,让丽水不断被发现、被看见。”丽水市文化和广电旅游体育局相关负责人介绍,为鼓励“引客入丽”,丽水将拿出100万元,对组织市外游客年累计5000人以上且游客总数排名前10的市外旅行社进行奖励。此外,丽水还将拿出100万元,对宣传推广丽水文旅的视频及图文创作者给予不同程度的奖励。

从线上游戏热到线下旅游热,带火了大濠90余家民宿农家乐。“这两天,房间都订满了。很多客人特意按照游戏里的场景来打卡。”云中时思寺老板梅方娟说,当天不到半天,12间房全部订满。

“面对爆火的流量,我们已做好充足的准备,通过服务、业态各方面的创新提升,努力让悟空效应变成长效流量,让网红成为长红。”大濠乡党委书记郑迪表示,接下来,他们将谋划与游戏IP跨界合作,打造沉浸式体验空间。

据悉,本次主题活动还设置“既见未来·问道文旅”大咖访谈环节。来自浙江省古建筑设计研究院、中国美术学院风景建筑设计研究总院等机构的专家就“让历史古迹‘活’在当下”“悟空一棒,取景地变‘金地’”“跨界玩家,实景游丽水”等主题进行交流与分享,还开展《黑神话:悟空》实景游主题活动。

## 2024无人机创新应用大会在京启动

本报北京8月28日电(记者吴丽忠)28日上午,工业和信息化部有关司局,国家无线电监测中心、浙江省有关部门、湖州市政府、德清县政府等主办的2024无人机创新应用大会启动仪式在北京举行。大会从供给侧和需求侧同步发力,通过政策、市场、资本、信息等多个维度助力,构建无人机领域供需对接交流平台。

据悉,本次无人机创新应用大会面向无人机全产业链,从无人机应用和无人机探测防御两个方向公开征集相关解决方案。其中,无人机应用包括原材料

料零部件相关技术和产品、无人机系统关键技术及产品以及应用于各类场景的解决方案等;无人机探测防御包括无人机发现识别技术和产品、无人机防御驱离技术和产品。

低空经济是德清县重点发展的新兴产业之一。近年来,该县依托通航智造小镇抢抓低空经济新赛道。德清县相关负责人介绍,启动仪式后征集的各项成果和方案,将于10月底在德清举办的无人机创新应用大会上集中发布和展示。他们也将积极招引优秀项目落户德清,加快实现创新成果转化和产业化。

## 鹿城规上工业企业实现数字化改造全覆盖 车间来了数字化专班

本报讯(记者 戚祥浩)“叮”的一声,浙江卡丝露鞋业有限公司总经理姚楠的手机屏幕突然亮了。他看了一眼手机,立即叮嘱鞋车缝制组组长加强品质控制。“如今,我们告别了传统的事后检验模式,整个生产过程实现透明化管理,每个关键环节都能实时监控。一旦次品率触及预警线,系统会立即发出警示。这一转变极大提升了产品品质和生产效率。”姚楠说。

作为中国鞋都所在地,温州市鹿城区将鞋革作为工业企业数字化改造的突破口,合作落地川大鞋革研究院、中科先进技术温州研究院、中关村信息谷·温州创新中心等高能级科创平台,成功培育汇智、云管家、彦科等8家省级产业数字化服务商。

鹿城组建“重点街镇+企业服务平台+数字化服务商”数字化专班,为企业数字化改造进行画像。卡丝露鞋业主打潮品爆款,如何减少退货率?数字化专班深入分析后给出解决方案:在鞋料切割等环节引入智能化设备,对各个生产环节进行全流程监控。

在鹿城制鞋龙头康奈集团,明亮的车间、忙碌的智能化生产设备,与曾经充满胶水和皮革味道的灰暗车间对比,有着千差万别。通过数字化改造赋能,从产品研发设计到直播营销再到发货,康奈集团整个鞋产品生产周期由原来的12天缩短至4天。

截至目前,鹿城393家规上工业企业实现数字化改造全覆盖,规上全员劳动生产率比去年同期提升27%。

## 6场演唱会带动约6亿元文商旅综合消费 宁波演唱会经济何以乘风而起

本报记者 陈醉 王妍妍 通讯员 葛丽娜

年“6天6亿”的陈奕迅演唱会,还是去年底“3天5亿”的张学友演唱会,宁波一再刷新这一标杆的“乘数效应”。

演唱会经济本质是人与城的美丽邂逅,跨城狂欢关联交通、酒店、餐饮、旅游景区等多链条、多环节的消费和城市知名度的拉动,各地敏锐捕捉到演唱会与文旅紧密关联的同时,也遇到如何撬动增量的“乘法题”。

在陈奕迅宁波演唱会期间,不少粉丝逛了大半个城:从天一阁·月湖景区、宁波博物馆、韩岭美术馆等重量级文旅地标,到浮元子(鼓楼店)、云端咖啡馆等腔调小店等。

看似不经意的“闲逛”背后,却是宁波文旅部门及地方政府深度介入演唱会配套的策划和传播。

“演唱会前,我们都会规划地邀请艺人打卡甬城文旅场所,一边通过小红书和快手账号实时推送、扩散,一边为粉丝制定专属的游览攻略和福利,充分刺激市场潜能。”宁波市文化广电旅游局副局长陈海波介绍。

陈奕迅演唱会期间,不少粉丝乘坐了海曙文旅推出的专“诺”文旅大巴,游览宁波地标。宁波市文化广电旅游局和市商务局联合推出“乐动全城”宠粉活动,吸引四大商圈、13家景区、35家酒店、50余家商户推出专属优惠,还发放万余张联名本地餐馆、酒店的歌迷消费券……

“一揽子组合拳,宁波意在抢抓艺人对特定产品、服务或区域的即时和积极影响,将粉丝的热情及时有效地转化为经济活动,实现乘数效应的最大化。”陈海波说。

以陈奕迅演唱会为例,宁波老外滩等地标性景区,单日客流量堪比国庆假期,有网友戏称“为宁波‘唱’出了一个小长假”。

### 何以宁波乘风起

李健、潘玮柏、林宥嘉……截至8月,宁波奥体中心已有25场演唱会火

热开唱,场场“一票难求”。面积近5万平方米的宁波奥体中心约有1.3万个软包座位,配备中央大屏、三层看台环廊屏,顶棚采用专业吸声构造金属屋面,实现沉浸式立体环绕观演体验。

爱珂文化企划经理史晓宇介绍,作为宁波文化活动的头部企业,爱珂文化从1998年开始承接大型演唱会的落地。按照他的经验,演唱会多由演出公司来运作,在确定城市时,演出方首先考虑的是场馆容纳人数。“近两年,国内一线城市市场火爆,演唱会大量转战二三线城市。在这波热潮中,拥有万人场馆的宁波,自然很容易‘乘风而起’。”

宁波也加快了硬件更新的步伐。根据宁波市2024年政府工作报告,能容纳6万人的奥体中心二期项目正在筹备中,有望挤入全国场馆的“第一梯队”。

在当下二三线城市的“演唱会”抢夺大战中,“市场”更看到了宁波的区位优势。

宁波,处于长三角“黄金三小时旅游圈”,又是“GDP万亿俱乐部”成员,本地市民文旅消费力强劲,也是艺人纷纷相中宁波的原因。

今年,宁波频频“练肌肉”:“宁波,来了就欢喜”文旅口号上新,暑期档千余项文旅活动来袭,宁波的端午假期入境订单量同比增长达111%……

国外有学者研究旅游消费者在旅游目的地决策时会考量的因素,超过50%的游客会考虑当地是否有文化体育活动。在宁波市文化广电旅游局局长应建勇看来,被文化活动的吸引,或将成为旅游业的3.0业态。

作为宁波文旅创新的突破口之一,早在2017年,“建设音乐之城,打造具有宁波特色的文化品牌”被列入宁波市第十三次党代会报告。“近两年,宁波延续音乐基因,在顶层设计上进行系统谋划,尤其是推出‘宁波有戏’城市文化新品牌,打造新时代文化文艺标识,全年将有近1.5万场文艺演出奔街街头、社

区、商圈,赋美人间烟火,越来越丰富的文化体验、文化活动终将形成新的‘磁场’。”应建勇说。

### 如何曲终人不散

“卖汤圆,卖汤圆……”5月17日晚,在宁波奥体中心璀璨的灯光下,“2024李宇春周末愉快演唱会”宁波站首场演唱会的尾声,曲风一转,李宇春清唱起了充满童趣的《卖汤圆》。

唱罢,T型舞台四周喷洒宁波专属的汤圆小卡片,下起“汤圆雨”,将全场气氛推向高潮。

“给汤圆‘故乡’唱《卖汤圆》,这一‘小设计’疯传全网。”

李宇春在宁波开演唱会的前一天,宁波发布《周末愉快体验记——宁波赶海》VLOG。视频中,李宇春在横山码头凹造型、陷入滩涂、“自己挖自己”等,诙谐感十足,引来大批网友围观。随之,宁波文旅精心打造的“李宇春周末愉快演唱会邀你共赴宁波”特别策划累计曝光量9.85亿次,登榜热搜数达16个。

当下,全国演唱会井喷,但需清楚认识到,随着存量集中释放,演出市场将在未来一段时间内进入更为理性的阶段。在满足消费者跨城观演的基本需求后,演唱会更该与一座城互相植入,寻找差异化路径,借势打造属于自己城市的“演艺”形象,才能真正延长演唱会的“长尾效应”,将爆发点转变为长期增量。

而一座城市的演唱会与文旅深度结合,不仅需要演出者深入了解地方,结合地方特色进行创新设计,更离不开地方政府在安全管控、配套服务、周边产业等领域的支持,才能在一定程度上为当地文旅持久“上大分”。