

杭州亚运会

“薪火”相传见深意:

杭州亚运会火炬设计制造解读

新华社记者顾小立



这是官方发布的“薪火”火炬形象效果图。新华社发

9月4日,杭州亚运会火炬“薪火”在浙江省宁波市正式交付。2000多把火炬装车运往浙江全省11个地市,备受关注的杭州亚运会火炬传递活动准备就绪。

杭州亚组委相关负责人介绍,火炬整体高730毫米,净重1200克,上半部分颜色为“丹桂金”,从“腰线”往下渐变为亚运主题色“虹韵紫”,火炬的总体设计思想来自实证中华五千年文明史的良渚文化。

从结构上看,火炬自上而下分为出火口、炬冠、炬身、炬基等多个部分。出火口设计源自“琮”最早的甲骨文字形,寓意“光在内周而复始”;炬冠以玉琮的语意为特征,方圆相融,昂然而立;炬身以良渚螺旋纹为演化,形似指纹,自然交织,精致细密;炬基则以八条水脉为文明之脉,代表着浙江八大水系。

“火炬的名字‘薪火’,本身就包含‘传承’的寓意。”火炬设计指导、中国美术学院工业设计研究院院长王昀说,火炬整体轮廓曲线犹如手握薪柴,在动静之中迸发出由外向内融合的力量感和汇聚态势,风格中正平和、典雅大气。

除“薪火”火炬之外,火炬延展物资还有采火器、采火棒、火种盆、火种灯、火种盒、引火棒、火种灯箱、火炬支架等,这些均由中国美术学院工业设计研究院团队设计完成。

记者了解到,火炬研发制造历

经两年时间,技术团队由五支队伍组成,分别专门负责火炬结构设计、工艺处理、产品测试、生产制造、品质把控的工作。为了确保火炬燃烧的稳定性,团队围绕自主研发的直喷火稳焰技术、密簇网燃烧技术、大孔导流防雨技术、双射流混合技术四大燃烧技术,开展了燃烧系统专项突破。

例如,直喷火稳焰技术可在火炬主火意外熄灭后,让直喷火在环形主火下方燃烧,重新点燃主火。双射流混合技术可让内环直喷火混合更加均匀,火焰短而有力,不受外界环境干扰。这些技术都提高了火炬的防风能力。

火炬项目技术负责人俞瑜告诉记者,为尽可能减少暴雨等极端天气的影响,火炬密簇网在设计上通过大孔小孔配合有效防止雨水堵塞。大孔对雨水进行导流,小孔防止雨水落下堵住喷嘴,让火炬的防雨性能得到大幅提升。

“我们的工作人员经过反复测试,累计编制26份试验指导书,出具测试报告超过60份,先后突破了工艺、材料、生产领域的多项技术瓶颈。”俞瑜说,目前火炬能够在8级风速和暴雨状态下持续燃烧,并且火种清晰可见,火炬在抗风、耐高温等方面刷新多项纪录。“我们力争让每一把亚运火炬的品质做到极致。”

新华社杭州9月5日电

宁波空港口岸 迎来首批杭州亚运会比赛物资

新华社宁波9月5日电(记者林光耀)5日,在浙江中外运有限公司海关监管仓,宁波海关所属宁波机场海关监管仓,宁波海关所属宁波机场海关监管仓对一辆监管车辆进行拆封。这辆监管车辆搭载了2艘帆船,是新加坡代表团的杭州亚运会比赛物资。这也是首批到达宁波空港口岸的杭州亚运会比赛物资。

据了解,这批帆船被拆放在3个箱子中,毛重共2.14吨,采用暂时进出境方式进境通关,于8月30日从荷兰阿姆斯特丹史基浦机场出发,8月31日到达上海浦东机场,再经陆运转关至宁波机场海关,拆封后将被运往位于宁波象山的亚运会帆船项

目竞赛基地,参加9月20日至27日在宁波象山亚帆中心举行的亚运会帆船比赛,比赛结束后复运出境。

“为做好亚运会赛事保障,我们设立亚运服务专窗,密切关注转关动态和仓储事宜,为亚运物资通关开通‘绿色通道’,提供一站式保障服务。”宁波机场海关物流监控科科长张桦说。

杭州亚运会临近,亚运物资迎来入境高峰的同时,境外参赛运动员也将陆续入境。据了解,9月中上旬,宁波栎社国际机场将迎来首批境外参赛运动员。目前,宁波机场海关已设立亚运会专用通道。

“浙川互宠”: 借体育盛会做文旅推广的一种新操作

新华社记者冯源、段菁菁

在杭州亚运会开幕前夕,浙江省文化和旅游厅收到了四川省文化和旅游厅的来函,对方正式确认四川全省共575家3A级(含)以上旅游景区在杭州亚运会、杭州亚残运会期间(9月10日-10月30日),面向浙江游客实行免费开放或半价等优惠政策。

“这是浙川两省文旅部门深化两省东西部协作走深走实的最新举措。”浙江省文化和旅游厅对口工作专班负责人介绍,在成都大运会召开前,浙江省文旅部门也动员了494家3A级(含)以上旅游景区,在大运会召开期间,面向四川游客推出减免门票等相关优惠举措。

记者从浙江省文化和旅游厅获悉,今年6月,浙江省党政代表团赴四川学习考察,双方就在成都大运会和杭州亚运会、亚残运会期间互为客源地达成共识。两省文旅部门还专门举行了浙川文旅协作专题会议,最终推动了这一被网民誉为“浙川互宠”的文旅互惠措施的出台。

“浙江和四川从2021年开始了新一轮的东西部协作,文旅协作是浙川协作的重要内容。去年浙江赴成都举办了浙江旅游(四川)交易会,今年四川又应邀担任第17届中国义乌文化和旅游产品交易博览会的主宾省。”浙江省文化和旅游厅对口工作专班负责人介绍,此次合作也体现了双方对重大体育赛事中所蕴含的丰富的文旅商机的重视,双方的优惠举措早已确定,均选择在赛事召开前一个月内推出,也体现了对商机的把握。

“今年以来,全国不少地方都关注杭州亚运会背后的商机,已经有10多个省份40个左右的城市到杭州来举办过专场的旅游推介会,推广当地最好的文化旅游产品和线路,部分城市还针对杭州市民推出特殊优惠举措。”杭州市文化广电旅游局区域合作与促进处处长何俊民介绍说,借助重大赛事、国际会议开展节点营销、事件营销,已经成为国内文旅业的重要营销策略,像G20杭州峰会召开时,也有不少省份邀请杭州市民前往旅游。

“一方面是吸引杭州乃至浙江的客源,另一方面也是借助重大赛事活动的平台,更好地推广自己的文化旅游产品,因为这些赛事活动会吸引全球的目光,营销就是要找准关注点。”何俊民分析说。

“‘浙川互宠’体现了两省

政府的胸怀和格局,以及政府的思维和创新。大运会和亚运会同在一国召开,且时间相近,需要力往一处使,形成合力。”浙江大学旅游与休闲研究院副院长刘慧梅分析说,推出这一举措的背后,也是因为两地看到了大型赛事的巨大机遇——它对客流量的巨大吸引力,它对地域品牌和知名度的提升效应。

一般认为,旅游活动存在着“吃、住、行、游、购、娱”六要素。刘慧梅分析说,“娱”的内涵非常丰富,并且不断涌现新内容。眼下,节庆和赛事成了文旅新宠,像淄博烧烤、贵州“村超”就是典型例子。“身心愉悦尤其是精神层面的愉悦将越来越成为人们的追求,像亚运会、大运会这样的大型体育赛事,能满足观众多层次的精神需求,因而也蕴含了巨大的文旅休闲市场前景。”

“在很长一段时间里,人们评价一场大型赛事的盈亏,往往关注票房收入、转播权收入和赞助收入,或者说赛后的场馆如何有效利用,但还要看到赛事对城市形象的提升,这是一笔巨大的无形资产,会给当地文旅休闲产业带来强大的推动力。”刘慧梅举例说,1992年巴塞罗那奥运会至今为业界津津乐道,就是因为它极大提升了巴塞罗那的城市形象,促进了当地旅游休闲产业的迅猛增长。

刘慧梅同时建议,杭州曾经有过“东方休闲之都、生活品质之城”的定位,应该借助亚运会把这个品牌擦得更亮。大型体育赛事对城市的提升,首先是改善基础设施,然后是提升市民对体育运动的参与度,增强市民的运动休闲意识,最终是要提高城市的知名度和美誉度、提升市民的幸福感和获得感,力争“办好一个会,幸福一座城”。

“借助体育赛事开展旅游推广是第一步,下一步,目的地城市更需提供好产品和好服务,前者是旅游的硬环境,后者是旅游的软环境,旅行社、导游、景区、酒店、服务人员,每个环节都要不断提升。”何俊民说。

刘慧梅表示,“浙川互宠”是一个很好的区域间文旅互动案例,文旅部门可以加强调研统计,了解实际效果,探索在今后为游客提供更多的优惠,特别是在景区、景点的操作层面上,服务更要做到位,要让慕名而来的游客感到不虚此行。

新华社杭州9月5日电