

# 椒江口外“大暑船” 国遗传承上百年



龙灯鱼灯飞舞，管乐锣鼓齐鸣，村民们前拉后推，一艘安放在拖车上的仿古木船缓缓向前，沿途观众人山人海。日前，浙江省台州市椒江区葭沚街道的“送大暑船”民俗活动下午1时准时开始。

“大暑船”长8米，宽2米，重约1.5吨。船的头、中、尾部各立一根桅杆，船底红色，船舷下蓝上黑，船头画着威风凛凛的虎头，“虎头”两侧的粉色船板上镶着一对船眼，两只船眼上方又有两道“绿眉毛”。“绿眉毛船”由此得名，两道“绿眉毛”分别写上“风调雨顺”和“国泰民安”两行小字。船尾则书写着“送暑平安”。

尽管时有阵雨，空气中也弥漫着暑热，但观众热情不减。台州市椒江区送大暑船保护中心主任金礼建告诉记者，“送大暑船”在当地传承了上百年，不但葭沚的百姓积极参加，台州全市乃至相邻的温州、宁波都有人过来观看。

台州渔民传统，大暑时节都要回到家里，修船、补帆、补网，就像现在的休渔一样。根据当地史料记载，在清同治年间，当地渔民就有“送大暑船”的民俗活动，他们要在大暑前专门制作好木船，到大暑当天，要在木船里放上神像、食品、仪式用品和武器，到退潮时将木船拖到椒江口外，将其点燃，然后顺潮漂走，祈求下半年出海时风调雨顺，鱼虾满舱。

2021年，“送大暑船”作为“农历二十四节气”的扩展项目，入选第五批国家级非物质文化遗产

代表性项目名录。

“送大暑船”的文献资料可以追溯到清代晚期，但是我认为，应该会更早一些。台州当地还有这样的传说，相传明代时，渔民在东海遇到倭寇，突然在浓雾中杀出一艘船将倭船杀退，后来人们发现就是‘大暑船’。”台州市椒江区政协文史专员金勇介绍说，“送大暑船”民俗还与古代驱除瘟疫的傩戏有一定的传承关系，但是现在群众参与这一民俗，主要出于祈求平安祥和。

临近下午5点，“送大暑船”行至江边，经过简洁的祭海仪式，在鼓乐声中顺利下水，然后由渔船拖动，前往东海。

“我们四月份要采购好木料和竹竿，五月份开始造船，六月底造好，‘送大暑船’的活动从小暑正式开始。”82岁的星光村村民李佩青是“送大暑船”浙江省级非物质文化遗产代表性传承人，他介绍说，陆续有许多民俗活动，到大暑就是最热闹的。

“在大暑节前，村里要演十天的戏，这段时间，村民还会准备好免费的白粥和小菜给客人吃，不管你在这里有没有熟人，都可以来‘白吃’十天的白粥小菜，现在举办‘送大暑船’的费用，也是村民捐助的，有人捐钱，也有人捐米。‘送大暑船’的路上，沿途各村的村民还准备了免费的饮料茶水。”金勇说，“送大暑船”也可以称得上是一次渔民的“夏季嘉年华”。

来源：新华网

## 合肥103座市管桥梁集中“体检”

近日，记者从合肥市城乡建设局获悉，市政部门正组织对城区已通车运行的103座市管市政桥梁开展集中检测，包括高架桥、跨河桥、立交桥等，计划9月底全部完成。

本次检测将严格按照《城市桥梁养护技术标准》要求实施，根据桥梁养护类别不同，有的放矢实施常规检测和结构检测，对安全隐患进行重点排查。通过定期检测，及时识别承载能力下降、结构裂缝扩展等潜在隐患，获得全面、精准的数据及桥体最新状况，为制定桥梁管养方案提供依据，做到“早发现、早干预”，避免小问题发展成大隐患。

“最近的高温天气以及汛期天气变化，给桥梁结构安全带来更多挑战。通过全面巡检，对病害及时进行处置。”市政部门相关人士表示，此次检测更加重视科技赋能，通过“望闻问切”，力求实现精准守护。

检测工作完成后，市政部门将结合检测中发现的病害制定科学合理的维修方案，对隐患进行处理，并持续加强桥梁日常巡检，确保桥梁安全运行。

“在检测及后期养护过程中，市民开车经过相关作业区域，请根据指示牌减速慢行，注意避让。”市政部门相关人士提醒道。

来源：合肥日报

## 小玩具“踢出”大产业 “苏超”点燃江苏“萌经济”

今夏，江苏省城市足球超级联赛（下文简称“苏超”）的火爆不仅点燃了绿茵场，更在全省范围内掀起一股“萌经济”热潮。

赛场内呐喊震天，赛场外，球迷们佩戴的Q版城市毛绒玩具成为一道独特风景线。统计数据显示：62.3%的江苏居民表示会购买“苏超”周边衍生品，72.0%的消费者青睐城市形象公仔。

以长江江豚为灵感的赛事吉祥物“豚宝”衍生出多款产品；常州“叫南哥”主题文创、中华恐龙园“恐龙妹妹”IP形象受到关注；融合南京城墙梅花、苏州园林窗棂、淮安运河骏马等元素的各城市队徽，在社交平台收获超10亿次话题阅读量……

这些根植于“一城一魂”的特色表达，共同印证了消费者为“情感体验买单”的升级趋势。

开赛起到7月20日，据国网江苏省电力数据：全省玩具制造业用电量同比上涨9.6%，工艺礼品制造业用电同比增幅9.3%。

这股强劲的市场需求，正通过扬州发达的毛绒玩具制造产业链转化为现实产品。

作为“中国毛绒玩具礼品之都”，扬州占据全国约一半、全球三分之一的毛绒玩具销量，年产值超200亿元、年出口额30亿—40亿元的产业集群此刻全速运转。

国网扬州供电公司最新数据显示：自5月10日至7月8日，扬州邗江毛绒玩具产业集群用电量同比增长18.7%。其中，核心企业邗江区雅伦玩具有限公司生产用电需求激增，6月用电量环比飙升152%，企业已增设多条生产线全力保障苏超订单交付。

雅伦玩具为“苏超”量身打造的“十三市Q版毛绒玩具”系列，巧妙融入南京盐水鸭、苏州大闸蟹、扬州盐水鹅等城市文化符号，内置发声器增强互动性，设计定版仅用一周，未上市便冲上热搜，被网友称作“扬州人自己的拉布布”。

扬州运河文投集团推出的扬州足球队吉祥物

“包赢”、帝腾玩具的“球员版”非遗技艺球衣手办、斯特普玩具的赛事主题足球公仔等产品也供不应求。

这些爆款背后，是扬州产业从代工贴牌到自主IP的蜕变。

扬州毛绒玩具协会负责人肖女士指出：“能否快速将热点转化为产品，综合考验着企业的设计研发能力、版权申请效率、生产制造能力，以及本地成熟的产业链配套基础。这些优势共同构成了扬州企业难以被模仿的速度。”

面对产业用电量的显著攀升，国网扬州供电公司深入贯彻中央八项规定精神学习教育，开展主动服务。城西供电服务中心客户经理颜华卿多次深入邗江毛绒玩具产业集群，提供“管家式”服务，开展苏超通道专项用电安全检查。重点对相关企业的配电房、生产车间等关键场所的用电设备进行全面隐患排查，精准核查配电设施运行状态和用电负荷稳定性，并现场提出专业整改建议，确保企业生产旺季用电无忧。在毛绒玩具电商聚集的仪征金山玩具城，国网仪征市供电公司近年来累计投入1.23亿元升级电网，成效显著：该区域用户年平均停电时间由83分钟大幅压缩至27分钟，供电可靠性达99.995%，有力支撑了电商新业态的爆发式订单处理。

苏超点燃的“萌动”效应，突破体育圈层向更广阔文旅消费市场拓展，赛事相关衍生品销售额累计突破千万元。央视旗下电商平台已向帝腾玩具发出入驻邀请，苏州、镇江文旅也相继发出“订单邀约”。扬州市政府出台专项政策支持产业升级，明确鼓励“原创IP孵化”“非遗技艺融入设计”及“毛绒玩具与文旅深度融合”。业内专家分析，扬州毛绒玩具产业借力“文化+体育”模式实现升级，为传统制造业转型提供了宝贵经验。

来源：新华日报