

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,他们要在入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寇杀退,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放行的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方位隐患排查,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