

赏奇景听故事 再将三峡“带回家”

重庆各大博物馆为游客“上新”400余种充满三峡元素的文创产品

□新重庆-重庆日报记者 李晨

《早发白帝城》的翻页冰箱贴、涪陵白鹤梁石鱼出水的口袋杯、巫山神女峰的手帕、诗意三峡的针织包……在重庆各大博物馆，一件件充满三峡元素的文创产品，成为游客最喜爱的伴手礼。

11月5日，来自重庆中国三峡博物馆的统计数据显示，2023年到2024年，由15家博物馆和文创企业组成的三峡文化创意产业联盟，共研发了400余种文创产品。

重庆中国三峡博物馆文创部主任池林介绍，依托各联盟成员单位三峡文物资源优势，结合当代审美追求，独具三峡特色的系列文创产品被研发出来，使三峡走进大众生活，成为连接博物馆与社会大众、增强文化记忆、讲好三峡故事的重要载体。

从爆款冰箱贴到毛绒玩偶一应俱全

前段时间，中国国家博物馆“凤冠冰箱贴”火了。在重庆，也有许多热门冰箱贴。忠县乌杨汉阙、涪陵鸟形尊、云阳景云碑……重庆各区县出土文物中的精品，基本都被开发成了文创冰箱贴，此外，三峡文化创意产业联盟还将三峡风光也开发成了冰箱贴。

该联盟相关负责人介绍，联盟开发的“山水之境”系列文创产品，以三峡境内自然和人文风光为创意来源，将三峡大坝、巫山神女峰、奉节白帝城和云阳张飞庙等元素与四季结合起来，让游客在使用产品的过程中领略三峡的春夏秋冬。

冰箱贴“一贴难求”，文创毛绒玩偶也在迅速崛起。苏州博物馆的吴王夫差毛绒剑、北京古代建筑博物馆的古建守护神毛绒玩偶等都受到消费者追捧。

趁着这股热潮，重庆中国三峡博物馆推出鸟形尊毛绒玩偶，设计灵感来源于馆藏文物鸟形尊。设计师保留了其特殊的动物特征，将鸟形尊憨态可掬的形态进行卡通化复原，造型可爱、颜色醒目。

三峡文化创意产业联盟还将目光投向了“亲子游”。该联盟相关负责人说，长江三峡亲子游游客占比达39%。很多小朋友在参观三峡景观时，更喜欢



重庆中国三峡博物馆里的三峡文创专区。

(本栏图片均由受访者供图)



重庆中国三峡博物馆镇馆之宝冰箱贴。



巫山神女峰手帕。

这里的特色植物与小动物。因此，联盟开发了主要针对亲子家庭的“萌趣三峡”系列，品类侧重在毛绒类，以三峡比较有特色的珍稀动物等为元素进行创意设计，例如豹猫、水獭、赤狐。

池林介绍，三峡文创产品以冰箱贴类、文具类、饰品类等为主，价格分为3个不同层级：1000元以上饰品类及500元以上文创产品占比10%；300—400元饰品及50—300元文创产品占比20%；200元以下饰品及10—50元文创产品占比70%。

针对不同人群喜好开发文创产品

立足于传播三峡文化，结合消费者需求和现代审美，“三峡文创”系列产品整体研发覆盖了不同人群喜好。

以三峡出土文物为主题的“三峡臻宝”系列主要针对18岁至40岁年龄段的女性和学生消费人群，他们对文化历史已有一定的认知。

本着“从文化中来，到生活中去”的原则，本系列以生活实用类产品为主，提取三羊尊、虎钮钲于、鸟形尊等“镇馆之宝”元素，设计成公仔笔、笔记本、毛绒挂件、帆布包等实用便携产品。例如文创公仔笔将重庆中国三峡博物馆的10件馆藏文物Q版化，其外观精致可

爱，深受青少年喜爱。

除此之外，三峡文化创意产业联盟还以历代诗人及诗歌为主题设计了“诗意三峡”系列。该系列以文具用品为主，主要针对学生、文艺青年以及传统文化爱好者。本系列产品以李白、杜甫、白居易、刘禹锡、屈原5位在三峡留下过经典诗句的诗人形象为创意来源，为诗人设计了一套Q版形象。设计师以Q版形象搭配他们写下的脍炙人口的诗句，设计了文件夹、水性笔、晴雨伞、帆布包、针织帽、扑克牌、折扇、团扇等文创产品，古典与现代之美交相辉映。

三峡文化内涵为文创设计提供不竭动力

相对于其他省市的博物馆，重庆博物馆群在文创开发上有什么优势？

池林介绍，三峡文化包含了丰富的文化类型和表现方式，比如三峡历史文化、三峡航运文化、三峡移民文化、三峡诗词文化、三峡民俗文化等，它们共同构成了三峡文化的丰富内涵，也为文创产品的设计提供了丰富的素材和灵感。目前，重庆的博物馆文创主要从三峡出土文物、三峡自然风光、三峡诗人诗歌和三峡动植物出发，提炼三峡文创的核心设计元素。

群众“点单” 志愿者“派单” 南川区“文艺快递员”送文艺作品上门



□新重庆-重庆日报记者 张莎

近日，南川区山王坪镇山王坪村的村民们早早来到石林修竹民宿院坝里，翘首盼望志愿者送来的“文艺快递”。

群众“个性点单”，志愿者“精准派单”。南川区将“文艺快递”作为“春风满巴渝”社会风气提升行动的重要载体，选优培育100多名“文艺快递员”，灵活快速地将健康向上的文艺作品“快递”上门，丰富群众文化生活，引导群众挥别“麻将桌”，恋上“大舞台”，养成健康生活方式，提高幸福指数。

当得知可以自主选择喜爱的文艺节目时，山王坪村的村民们热情高涨，纷纷踊跃参与点单，恋上“大舞台”，养成健康生活方式，提高幸福指数。根据村民们的点单需求，南川区新时代文明实践中心精心组织了“文艺快递员”，将精心准备的文艺节目准时送达山王坪村。当文艺演出的大幕在山王坪村拉开的那一刻，整个村庄都沉浸在欢乐的海洋之中。

2024全国“村BA”8日开幕 重庆“九龙坡葡萄勇士队”将登场

本报讯（新重庆-重庆日报记者 刘冲）11月5日，记者从市农业农村委获悉，11月8日至15日，大地流彩·2024全国乡村篮球（村BA）文化展演活动（以下简称2024全国“村BA”）将在福建省泉州市晋江市英林镇、永和镇举行。届时，我市参赛队伍“九龙坡葡萄勇士队”将与四川、甘肃等地20支队伍同场竞技。

据了解，2024全国“村BA”赛制为男子五人制篮球赛，根据参赛规则，参赛选手身份证及户口簿均须显示其住址在乡镇及以下，且迁入时间需满一年。在职业要求上，公职人员、在校学生、专业球员不得参赛。

重庆参赛队伍“九龙坡葡萄勇士队”，是一支2024年成立的新锐队伍，该队12名参赛选手分别来自九龙

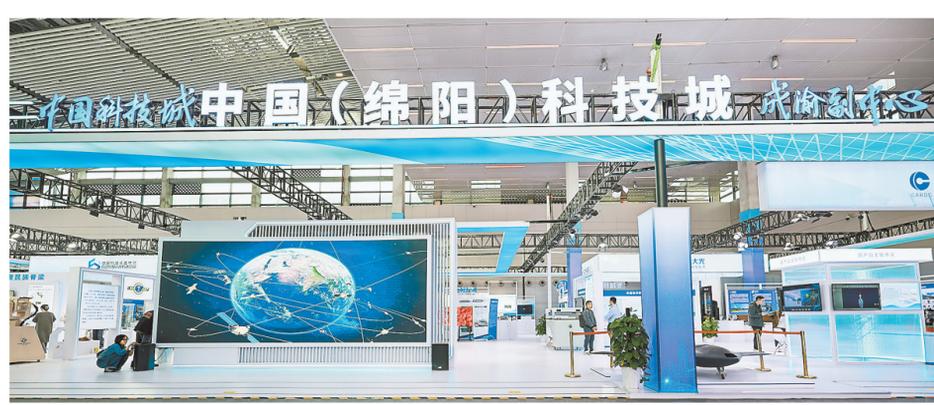
坡区西彭镇、陶家镇、铜罐驿镇，年龄跨度从24岁到40岁不等，队员平均身高超过1.8米，均为当地篮球爱好者。该队伍自组建以来，已在当地参加十场篮球比赛。

“葡萄产业是九龙坡区的特色产业，因此我们用它来为队伍命名。”九龙坡葡萄勇士队队长刘艺表示，“我们希望通过参加此次全国‘村BA’，展现重庆乡村篮球的风采，传递乡村文化的魅力。”

根据中国农民体育协会公布的比赛日程，2024全国“村BA”将于11月8日举行开幕式。开幕式后，参赛队伍将在8日至12日进行小组赛，小组赛晋级队伍将在13日至15日进行交叉淘汰赛。最终，2024全国“村BA”将于15日决出冠、亚、季军并举行闭幕式。

□新重庆-重庆日报记者 唐琴

从科博会看川渝共建科技创新中心的绵阳实践



第十二届中国（绵阳）科技城国际科技博览会现场。（受访者供图）

川渝问题共答，“双圈”同频共振。2024年是成渝地区双城经济圈建设的第5年，川渝合作正进入聚力推进、深度融合的发展新阶段。

今年6月，推动成渝地区双城经济圈建设重庆四川党政联席会议第九次会议座谈会明确提出，要整合运用成渝地区特色资源和比较优势、后发优势，携手培育发展新质生产力，推动国家重大战略在成渝地区高效联动。其中，加快建设具有全国影响力的科技创新中心就是川渝两省市的重点任务之一。

作为成渝“第三城”，绵阳是党中央、国务院批准建设的中国唯一科技城，正全力建设中国特色社会主义科技创新先行区，成为川渝科技创新版图的一块重要拼图。已连续举办十一届的中国（绵阳）科技城国际科技博览会（以下简称科博会），无疑成为透视绵阳硬核科技实力、不断增强川渝科技创新策源功能的一个重要窗口。

11月6日，第十二届科博会如约而至，正式进入“绵阳时间”。

科博会花落绵阳

什么是科博会？简单来说，它是在四川举办的最具科技含量的国际性展会。

“最具科技含量”这几个字，可以从以下几个方面来证明：比如，眼下裸眼3D技术风靡全球，而早在2013年的首届科博会上就曾展示过它的潜力。又如，当前国内新能源汽车渐成主流之势，而第二届科博会专门设立了新能源汽车展区，当时比亚迪等中国车企在电动车领域才露锋芒。

此外，全球第一台马蹄形盾构机、首款国产双频北斗芯片、国内首台大功率花篮加速器等众多“国之重器”“高精尖”“黑科技”都曾在科博会集中亮相甚至完成首秀。

特别是，2023年科博会吸引了众多尖端展品参展，包括探月工程、麒麟芯片、车载式反无人机系统等“硬核”科技也集中展示。

那么，如此重量级的国际性展会，为何会“花落”绵阳？

正所谓，科技兴则民族兴，科技强则国家强。

从全国层面来看，南有中国国际高新技术成果交易会，北有中国北京国际科技产业博览会，东有中国（上海）国际技术进出口交易会，而四川乃至整个西部地区急切需要一个高质量、高标准、高规格的科创会展平台，释放科创资源“聚宝盆”的作用。

从历史脉络来看，绵阳是我国重要国防军工和科研生产基地，邓稼先、于敏等9位“两弹一星”元勋和成千上万的科技精英在这里“惊天动地事，做隐姓埋名人”，作为著名的“两弹城”，科技创新已经成为这座城市刻入骨髓的基因。

从硬核实效来看，绵阳拥有中国工程物理研究院、中国空气动力研究与发展中心等国家级科研院所18家，国家级创新平台25家，全社会研发投入（R&D）投入强度位居全国前列，在中国城市科技创新竞争力百强榜中两年提

升24位，至第17位，获评全国十大最具科技创新潜力城市。

由此，首届起，绵阳正式成为科博会的永久举办地，让科技之光加速照进西部、照进现实。

科博会加速释放“雪球效应”

事实证明，历经数十年的耕耘，科博会已成为全球汇聚产业动向、探索前沿技术、分享智慧成果的重要平台，加速释放“雪球效应”，推动绵阳科技成果从“书架”走上“货架”，从“样品”走向“商品”，有力促进区域高新技术产业发

展和产业转型升级。

一方面，科博会注重实战实效，搭建起“展商”和“采购商”之间对接洽商的交易服务平台，帮助科技“好品”对接大市场。

据统计，前十一届科博会累计吸引65个（非重复统计）国家和地区、800多家境外知名企业参展参会，集中签约产业项目3600余个、签约金额超百亿元，累计吸引观展群众超300万人次。而本届科博会，不仅将举办战略科技、前沿科技、国际合作、中国（西部）科学城4个专题展和航空航天国防科技主

题展，同期，还将召开四川省科技计划重大成果转化对接会，与“1+6+N”系列产业合作活动，重磅产品发布、招商引资成效值得期待。

另一方面，科博会加速与产业双向奔赴，助力绵阳竞逐未来产业新赛道。

比如，2015年科博会首次举办核技术在医学领域应用高端论坛，如今核医疗健康产业园在绵阳拔节生长，X-FLASH放疗技术等前沿科技成果加速转化，医用回旋加速器“绵阳造”实现国产替代，预计到2025年产值将突破100亿元。

又如，2022年科博会促成137个产业项目成功签约、金额超过1300亿元，其中绵阳新型动力电池产业园、信创终端产品智能制造产业园、驱动显示芯片研发中心生产基地3个百亿级制造业项目拔地而起，成为驱动产业转型升级、经济高质量发展的新引擎。

在科博会的高位加持下，当前，绵阳电子信息、先进材料、装备制造等特色优势产业不断发展壮大，新型显示、核医疗、机器人、无人机、激光、空天等新兴产业加速发展，培育千亿级企业长虹，百亿级企业九州、京东方、惠科，超820家高新技术企业、35家国家级专精特新“小巨人”企业，经济发展动能澎湃。

科博会持续推动“川渝同行”

科博会“溢出效应”的辐射范围远远不止绵阳甚至四川。

比如，第十一届科博会就吸引中国科学院、中国空气动力研究与发展中心等30余家科研院所和北京大学、清华大学、上海交通大学、香港科技大学等10余所高校，华为、百度、特斯拉、西门子等170余家国内外知名企业携3000余件尖端展品参展。

依托科博会的强大影响力，当前，绵阳正加快建设“云上大学城”“云上科技城”，已吸引上海交大等知名高校33所，引进海内外顶尖创新创业团队35个，打造沪深北交易所绵阳资本市场服务基地。

其中，浙江大学团队多物理EDA软件已解决高速互连仿真“卡脖子”问题，向国内领头通信企业供货，大功率压电陶瓷功放实现国产替代，电子科大团队研发的电磁涡流机器人国内首次在双金属复合管道内检测应用。

值得注意的是，科博会还成为川渝协同创新的高效“催化剂”，推动“绵渝”合作渐入佳境。比如，第十一届科博会不仅吸引西部（重庆）科学城参展，还以“颠覆性技术与未来产业”为主题举办川渝科技论坛，助力川渝在科技创新赛道携手向前。

从“会上同台”到“会下同行”，当前，“绵渝合作”正呈现多点开花的态势。比如，自2020年以来，绵阳与北碚率先开展合作，签署成渝非毗邻地区首个合作协议。4年多来，两地不断扩大合作领域，提升合作能级，共同组建规模2亿元的科技创新股权投资基金，建设完成国家两用技术交易中心重庆分中心，上线运行绵渝科技协同创新服务平台。

此外，“成渝绵”作为川渝“创新金三角”，绵阳常态化举办系列活动，发布科技成果和技术需求超过300项，促成供需对接超过100项，推动西南科技大学与北碚区政府、绵阳工研院与西南大学产研院等达成区域创新合作签约18项。

今年9月，“创新金三角·智汇科技城”——成渝绵中试资源供需对接会在绵阳成功举办，重庆市半导体封装测试验证公共服务平台等中试资源成功入驻中国（绵阳）科技城中试服务公共平台，持续激发区域科技创新的活力。办好一场会，彰显一座城，带动“经济圈”。可以预见，焕新出发的科博会正厚积薄发，在更大范围凝聚创新力量，汇聚创新资源、深化国际合作、推动创新发展，助推成渝地区双城经济圈高质量发展行稳致远。