

75 以文匯友 風雨同舟

跟着琮琮蓮蓮宸宸打卡三大世界遺產

杭州亞運吉祥物帶旺旅遊經濟

心心相融 杭州亞運之旅系列

隨着杭州亞運會的臨近，融入了良渚古城遺址、西湖和京杭大運河這三大世界遺產元素的亞運吉祥物「琮琮」、「蓮蓮」、「宸宸」已躋身「頂流」，不僅成為大家爭相合影的「明星」，更成為杭州的「金牌導遊」，吸引越來越多的遊客，跟隨它們的身影打卡三大世界遺產，讓遊客們在領略杭州秀美山水、人文底蘊的同時，也提前感受到杭州亞運會的別樣精彩。據杭州文旅大數據預測，亞運會期間，杭州將迎來近年來最為密集的遊客潮，外地遊客量預計超過2,000萬人次，相信屆時這三大世界遺產也會成為最熱門遊覽地之一。

◆文：香港文匯報記者 王莉
攝：王莉、浙江傳真



遊客爭相與杭州亞運吉祥物合影留念。

西湖

噴泉新添亞運歌曲 越夜越美麗

「接天蓮葉無窮碧，映日荷花別樣紅。」唐代詩人楊萬里描寫西湖夏日風景的詩句，正是吉祥物「蓮蓮」名字的出處。

華燈初上，入秋後的杭州依舊暑氣未消，西湖音樂噴泉邊早已人山人海，擠滿了等待的遊客。「自從噴泉重新開放之後，每天不到六點西湖邊就已經擠滿了遊客，每晚都有好幾萬的客流量。我們很多客人都要求增加這個夜遊項目。」浙江省中國旅行社導遊董靖告訴記者。據悉，為了迎接亞運會的到來，此次煥新回歸的音樂噴泉由以前的每場3首歌曲增加到4首，並特別加入了杭州亞運會推廣歌曲《愛達未來》。「我聽到現場有不少遊客都會跟着哼唱，亞運的氛圍一下就有了。」

「夜西湖」更添煙火氣

看完音樂噴泉，走上幾百米就能到達被稱為「杭州網紅美食孵化地」的武林夜市，袋裝奶茶、棉花糖冰淇淋、網紅蔥包燴等都從這裏出圈。今年以來，夜市還引入了亞運元素，邀請非遺傳承人入駐創作亞運主題工藝品，讓亞運吉祥物走上街頭和遊客市民熱情互動，舉辦迎亞運音樂會，吸引更多遊客前來打卡。

一位甜品攤主告訴記者：「現在每晚差不多能賣出100多份冰淇淋和100多杯果汁，營業額差不多三四千塊錢人民幣。」來自大連的遊客王女士在一家美甲攤位前挑選款式，她說：「感覺白天的西湖端莊秀氣像一個大家閨秀，而到了晚上的湖邊夜市，一下就變成了一個時髦熱情的

◆荷花盛開的夏日西湖



◆西湖音樂噴泉回歸，吸引大量遊客。

女孩，更有煙火氣。」

「今年恰逢亞運會，來自全國各地，甚至全球各地的遊客朋友都多了起來。」武林夜市總經理葉連忠介紹，7月以來，武林夜市日均接待消費者達6萬至8萬人，最多一天人流量達18.6萬人次，攤位平均營收比去年同期高了150%。

今年以來，杭州亞運對於旅遊的拉動效應早已顯現。

浙江天港酒店集團負責人戴益民表示，目前集團旗下杭州的酒店在亞運會期間訂房量已經趨近飽和，在浙江省內其他地方的客房預訂量也較往年同期增長20%左右。「對於酒店業來說，重大賽事的舉辦是一個利好。杭州亞運會賽期又恰逢「十一」假期，高峰期應該比往年拉得更長。」

位於杭州西湖的某高端酒店負責人告訴記者，今年上半年，隨着旅遊業的全面復甦，酒店平均入住率增長到50%。目前已有收到亞運會期間的外賓訂單，因為簽證原因，預計接下來的一個月內還會陸續增加。「房間價格沒有太大變化，基本和往年「十一」黃金周期間價格持平。」

良渚遺址

成了解中華五千年文明首選地

本屆亞運會吉祥物之一的「琮琮」的原型便是良渚古城遺址出土的代表性文物玉琮。良渚古城是中國迄今為止被發現且確定為國家的最早文明。亞運會倒計時100天之際，杭州亞運會火種就在良渚古城遺址公園大莫角山成功採集，寓意着在中華文明曙光升起的地方，點燃了象徵亞洲大團結的體育之火、文明之火、和平之火，更好地向亞洲人民展示中華文明的古老悠久和中國人民的美好心願。

現場，不少遊客紛紛來到位於古城中央的莫角山遺址區，想親身感受火種採集地的莊嚴肅穆之感。「孩子一直對『琮琮』頭上帶着的頭冠很好奇，想知道『玉琮』到底是什麼東西，所以帶她來良渚好好了解一下我們中華五千年文明的源遠流長。」遊客俞女士說，「在新聞上看到過亞運火種在這裏採集，今天來到實地，確實還是有種不一樣的感覺。不過有點遺憾的是，不能在現場重溫採集的過程。」她建議，火種採集儀式能夠成

為良渚古城遺址參觀表演專案之一，「我相信很多遊客和我們是一樣的，都想親眼看看當時震撼的場景，也有助於加深了解良渚文化。」

據悉，亞運火種採集儀式中，以良渚文化為元素的情景舞蹈《良渚之光》，生動再現了先民勞作、生活的系列場景。採集儀式後，曾在良渚古城遺址進行為期三天的公演，獲得了遊客的一致好評。後期良渚古城遺址將適時再度公演。

沉浸式走入先民生活

在良渚古城遺址公園「宮殿巨型木構」復原展示區，探坑內擺放着6根用數字模型1:1精準復原，通過3D打印技術製作而成的「良渚木作」，其中最長的一根高達17.2米。「完全看不出來是3D打印的，和真的木頭一樣啊。」「很難想像當時是怎麼搬運這麼大的木頭的。」「很佩服良渚先民的智慧。」遊客們不僅被眼前的場景震撼，也感嘆黑科技真的讓文物「活」了起來。

此外，在5G數智體驗館內，遊客還可以戴上VR眼鏡，體驗良渚先民捕魚、狩獵的生活方式，通過「5G+AR魔鏡」「穿上良渚先民的服飾，通過「5G+MR」設備「接



◆再現杭州亞運火種採集儀式

觸」立體化的珍貴文物。「哇，玉壁上的鳥飛起來了，還繞了一圈。」在良渚博物院出土玉器展廳裏，來自四川的江先生正戴着AR眼鏡仔細參觀。「工作人員介紹，戴上AR眼鏡後不僅可以享受到展廳30餘個點位的講解服務，而且當眼鏡掃描到特定點位後，還可看到圖片和視頻畫面，同步聆聽語音講解。那些文物和人物就在我眼前活動，而且還有聲音，讓我覺得更加真實和有趣，真的有『一眼千年』的感覺。」

「我們在『數字化+文博』上的嘗試非常受遊客歡迎，尤其受到年輕人的喜愛。」良渚博物院執行院長馬東峰說，「通過這種方式，可以讓更多人生動、直觀地了解，5,000多年前先民是怎樣生產生活的，社會結構是怎樣的，中國人為什麼是中國人等等，這將更利於激發我們中華民族的文化自信。」同時，他表示，良渚遺址還將充分利用杭州亞運會這一時間節點，用形式多樣、社會廣泛參與的主題活動，讓良渚文化走向世界。

吉祥物成最暢銷特許商品

「來店裏的小朋友，基本首選都是『三小隻』（杭州亞運吉祥物的俗稱）。」在杭州的一家亞運會特許商品零售店裏，店員告訴記者，在所有特許商品中，帶有吉祥物IP形象的商品最暢銷。「不管是毛絨玩偶，還是徽章、鑰匙扣、冰箱貼、手辦等，有『三小隻』的都賣得比較好。很多都是外地遊客買回家給親朋好友做伴手禮的。」



◆遊客在亞運特許商品店內挑選禮品。

低碳吉祥物價格更優惠

「綠色」是杭州亞運會的辦賽理念之一，為符合辦賽理念，吉祥物玩偶也出了「綠色」低碳版本。據介紹，它們是利用在生產過程中剩餘的面料，加以重新塑造而成。由於是剩餘材料製作，因此每個吉祥物的顏色拼接都是隨機的，遊客們買到的也是隨機且獨特的玩偶。「低碳吉祥物在價格上也優惠不少，一套亞運會多彩吉祥物的售價要比之前便宜了近100塊。」店員說，「目前我們對重點商品已經準備了充足的貨源。」

預計在亞運會開幕前後，亞運特許商品的銷售會達到高峰。據最新數據，天貓上杭州亞運會相關關鍵詞搜索量環比上漲超30%，搜索靠前的杭州亞運吉祥物、亞運會徽章、亞運會紀念幣等。據悉，杭州亞運會籌辦以來先後上線了17大品類、1,100餘款特許商品，在全國1,500餘家亞運會特許商品零售店以及天貓官方旗艦店、好易購電視購物平台等渠道均可購買亞運會特許商品。

京杭大運河

小橋流水人家 河邊體驗「慢生活」

作為京杭大運河南端的標識，位於杭州拱墅區的拱宸橋橫跨大運河，一頭連着歷史，一頭連着未來。橋東是高樓聳立的現代城市，橋西則是粉黛黛瓦的歷史文化街區。拱宸橋是杭州最高最長的石拱橋，也是吉祥物「宸宸」的設計原型。

橋西歷史文化街區是近代杭州民族工業發展歷史的縮影，依託拱宸橋，大量保留着歷史肌理的街巷里弄、傳統合院，還有住了一輩子的原住民。走在青石板路上，白牆黛瓦、臨水而建的江南水鄉建築即刻引入眼簾，時不時還能遇到白髮蒼蒼搖着蒲扇的大伯或是說着地道杭州話的大媽。

在深長的小巷兩側，不僅有刀剪劍傘等工業遺存博物館，還隱藏着文藝感十足的書店、茶室、咖啡廳和杭州老字號國藥館。此外，運河兩岸，杭州運河大劇院、運河中央公園、上塘古運河夜遊等20個文化地標也於亞運會前全部亮相。「橋上行人橋下

舟，茶香酒曲無休」的詩意場景在這裏真實再現。

如果想拿「宸宸」和拱宸橋合影的話，建議可以選擇我們的鄰水陽台座位，那裏是最佳拍攝點。」在運河羽羽咖啡廳內，店員一邊說一邊引導着來自上海的遊客沈小姐來到了座位邊。

「哇，果然角度很好啊，不僅拱宸橋能完整入鏡，大運河、來往的船隻都能拍進去，加上『宸宸』，完美了。」跟着亞運吉祥物來杭州打卡旅遊的沈小姐告訴記者，京杭大運河是三個景點中的最後一站，之所以這麼安排就是因為看中了這裏的「慢」節奏。「來之前，我在很多社交媒體上看過旅遊攻略，都說這裏適合放鬆。果然沒錯，我們今天在這裏走走看看坐坐吃吃，已經一整天了，也不覺得累，反而感覺很放鬆。」

咖啡廳店員告訴記者，暑假以來，帶着吉祥物來打卡的遊客明顯增加，店裏的客流和生意也火



爆了很多。「尤其周末的時候，幾乎所有的座位都是滿座的，而且聽口音很多都是外地遊客。」她說，「有些客人就是因為看中了我們店的位置很適合拍拱宸橋才進來的。所以現在客人進門後，我們都會特別介紹一下最佳拍攝點。而且店裏還備了一套吉祥物毛絨玩具，可以借給客人拍照用。」

她說，對於亞運期間客流量的增長，店裏也做好了準備。「我們已經把三樓原來閒置的空間都進行了改造，而且菜單上也會增加很多杭州特色的茶點。亞運期間正好是杭州桂花飄香的時候，所以我們已經在準備桂花龍井茶和糕點，希望能夠讓遊客品嚐到杭州的味道。」



◆武林夜市越夜越美麗