

暑期亲子游增添不少新场景

每逢暑期都是亲子游旺季，今年，各地以特色资源为这股热潮再添薪火：贵州平均气温23摄氏度，漂流、洞穴探险、稻田抓鱼让山区变成“天然运动场”；陕西依托秦汉、盛唐文化底蕴，考古发掘、诗词闯关让历史“活”起来；新疆则以非遗手作和独特文创，让孩子在亲手操作中感受民俗风情。从自然探索到人文研学，多元化的亲子产品持续点燃暑期文旅市场。

户外运动享清凉

本报记者 吴秉泽 王新伟

“不仅仅是天气凉爽，业态也很丰富，拍照很出片。”8月初，来自广东珠海的游客张静带着孩子，在贵州省龙里县油画大草原景区度过了一段美好时光。

今年暑期，油画大草原景区白天开放滑草、滑翔伞等山地游乐项目，夜间常态化推出火龙秀、非遗火舞、篝火狂欢等活动。龙里县文化广电和旅游局副局长潘祖武介绍，龙里发挥紧邻省会贵阳的区位优势，积极打造避暑康养旅居新地标，已成为周边亲子家庭出游的重要目的地。

入夏以来，贵州凭借平均气温23摄氏度的清凉气候与喀斯特山地资源，持续完善多维度、全时段的户外亲子产品体系。漂流溯溪、洞穴探险、田园野趣等亲子户外运动产品异军突起，成为贵州避暑旅游的鲜明标识之一。去哪儿旅行今年7月初发布的数据显示，贵阳跻身全国亲子游热门城市前十。

水上漂流是夏季亲子游的热门项目。今年，贵州以“漂越贵州”省级IP为引领，推动漂流业态向全域布局拓展。位于贵阳市修文县六屯镇的桃源河景区专门设置半程亲子漂段，将皮划艇乘坐的身高下限下调至1.1米，河道水流平缓，兼顾安全性与趣味性，成为低龄儿童家庭避暑游玩的热门选择。

贵州还打造出洞穴探险等户外特色产品。在织金洞世界地质公园，今年暑期研

学集合多位岩溶地质领域专家，推出“地心课堂”沉浸式研学产品：行前借助模型和动画开设理论课；洞内采用9人至12人小团模式，专家全程随行讲解；行程结束后颁发研学证书。带队导师、贵州省山地资源研究所副所长吴克华说，这套产品兼顾趣味性和知识性，精准适配亲子家庭与青少年群体的需求。

田园户外运动则把休闲体验和乡村旅游消费紧密结合在一起。兴义市万峰林景区推出稻田小火车、亲子骑行、稻田抓鱼、布依族扎染、果蔬采摘等项目，让游客体验乡村生产生活场景。万峰林街道鱼院村碧秀农庄负责人李刚告诉记者，稻田抓鱼推出后，日均接待超百人，高峰期最高单日接待量超200人次。

亲子户外运动游持续升温，背后是贵州全省层面的系统谋划与政策支撑。今年，贵州全省国有A级旅游景区对6周岁以下儿童、在校大中小学生继续免收门票，黄果树等核心景区全部纳入；同步推行“一票多日使用制”，游客购票后5日内可多次入园。此外，贵州已在全省中小学实施春秋假制度，教育部门出台引导政策，鼓励家长带孩子开展自然探索、农耕体验等户外活动；各地文旅部门陆续推出“行走的课堂”系列产品，推动“旅游+教育”深度融合。

据了解，随着秋季到来，贵州还将结合民族文化节庆活动，推出季节性亲子户外产品，持续释放文旅消费潜力。



安徽省芜湖市繁昌区孙村镇“乐田小镇”生态农庄桃园，家长带着孩子在体验黄桃采摘。

肖本祥摄(中经视觉)

沉浸研学趣味多

本报记者 雷 婷



陕西

“妈妈你看！我挖到宝贝了！”在秦咸阳城咸阳宫国家考古遗址公园秦汉考古基地的模拟探方区内，小朋友刘逸安高举一枚刚发掘出的“秦半两”钱币仿制品，满脸自豪。这个暑假，陕西各大景区依托深厚的秦汉、盛唐历史文化底蕴，推出多元化沉浸式亲子研学活动，以趣味化、实操化、场景化的文旅体验，激活夏日亲子游市场活力。

秦汉文脉沉浸式体验，让考古研学成为亲子游热门选择。秦汉考古基地推出“小小考古家”亲子研学小课堂，让青少年近距离触摸秦汉历史、感受考古魅力。小朋友们穿戴整齐的研学装备，头戴遮阳帽、手戴白手套，手持迷你洛阳铲，在专业老师指导下开展逐层下探取土作业。“慢一点，注意观察土层的颜色变化！”遗址公园的专业指导老师耐心引导，孩子们屏息凝神、细致操作，用小刷子轻轻拂去浮土，一枚锈迹斑斑的“秦半两”钱币仿制品显露出来。

秦汉考古基地依托秦咸阳城咸阳宫国家考古遗址公园而建，已开放区域约140公顷。该基地推出六大沉浸式研学项目，涵盖考古发掘、文物清洗绘图、兵马俑修复上色、秦弩制作等特色内容。据统计，秦咸阳宫遗址博物馆一年来接待游客5.5万人次，承接研学团队235批次、超1万人次。

从厚重秦汉文脉探秘，到诗意盛唐实景研学，西安持续丰富夏日亲子文旅业态。走进西安临潼骊山脚下的华清宫景区，浓郁的盛唐气息扑面而来。河南游客周絮带着12岁的儿子，在芙蓉湖畔开启了一场沉浸式盛唐诗词研学之旅。“刚才‘杜甫’拉着我们对诗，孩子答上来了，得到了一枚‘大唐飞钱’！”周絮笑着向同伴展示手中的福利券，“孩子特别有成就感，说课本里的唐诗‘活’过来了。”依托丰富的唐风文化资源，华清宫打破传统观光模式，推出专属少儿对诗闯关活动，孩子成功对出诗句就能收获专属“银票”，可在唐风市集兑换特色文创，体验“知识变现”的独特乐趣。

除趣味诗词研学外，景区依托梨园戏台开展非遗秦腔展演。专业秦腔演员登台献唱，唱腔婉转悠扬，吸引大批游客驻足聆听、拍照记录。景区还邀请青少年爱好者与国风扮演者同台演绎，让传统戏曲与现代潮流碰撞交融，为古老文化注入青春活力。

据了解，7月启动的陕西暑期文旅消费季，推出2100余场文旅活动、80余条精品线路，投放5800万元文旅惠民补贴，全方位激活暑期文旅市场。陕西华清宫文化旅游有限公司董事长高洁表示，景区以特色活动、创新体验为抓手，深度融合文化研学与暑期游玩，让青少年在沉浸式体验中触摸历史、感受传统文化的独特魅力。

走近新职业

碳纤维延链催生崭新细分岗位

碳纤维被誉为“新材料之王”，强度比钢大，质量比铝轻，耐腐蚀、耐高温、导电导热性能优异，可用于新能源装备、汽车轻量化等诸多领域。2025年7月，人社部正式发布了第七批新职业，“碳纤维制品成型制作工”位列其中。这一新职业的诞生，背后是我国碳纤维产业快速发展的现实需求。

过去，碳纤维领域长期被国外垄断。依靠自主创新，我国碳纤维行业近年来快速崛起，吉林化纤集团已建成全球最大的碳纤维生产基地，并奋力从“卖原丝、碳丝”转向“卖制品”。走进吉林化纤集团国兴复材公司碳纤维轻量化车间，只见工人正将一张张碳纤维预浸料按照一定角度和顺序进行精准铺贴，叠合成客户需要的厚度，以备下一步热压成型制成碳纤维层压板。

今年26岁的屠思诺从事这项工作已有3年，她介绍，铺贴环节要完成预浸料裁切、逐层对位、刮压排气等多道工序，严格把控每一层丝束的方向与张力，规避褶皱、偏移、分层空鼓等问题，对边角、拼接等薄弱位置重点处理，保障坯体铺层均匀密实。

完成铺贴的坯体，再经过高温高压固化、多维度指标检测，合格的层压板才能够交付客户。

伴随低空经济、新能源汽车行业等快速发展，市场对高性能碳纤维复合材料的需求爆发式增长。国兴复材公司于2023年7月设立碳纤维轻量化车间，在原有碳布等中间产品基础上，向层压板、CNC(计算机数字控制机床)雕刻件等下游制品领域拓展。公司副经理李家欣介绍，短短3年间，车间已从日产几十张层压板提升至几千张，满负荷日产可达6吨以上。

产业链不断向下游延伸，也推动岗位分工进一步细化——除了铺贴作业，碳纤维制品成型制作工的职业领域还延展至数控编程雕刻等岗位。在国兴复材公司碳纤维轻量化车间CNC数控编程工作站，技术人员正对数控机床进行编程调试，把碳纤维层压板加工成各类终端零部件。

国兴复材公司高级主管郑锋介绍，集团2024年4月布局雕刻件业务。彼时企业层压板生产已形成规模，对接市场客户过程中，看到下游雕刻件巨大的市场潜力，企业决定继

续延伸产业链条。原本从事机械加工

的郑锋被抽调负责CNC板块，初期只能依托设备厂商配套编程系统，可加工的产品品类十分有限。

碳纤维材料属性和金属截然不同，切削加工极易出现分层、炸边，精加工对工艺精度提出极高要求。郑锋和团队持续钻研设备操作，反复调试切削参数，定制适配刀具，摸索出一套适配碳纤维板材的加工方案，实现自主编程加工，产品加工质量与生

产效率同步提升。

如今，国兴复材公司CNC工段员工队伍已从最初的3人壮大至60余人，产品合格率大幅提升，所产的碳纤维雕刻件广泛应用于农林植保、低空配送无人机等多个应用领域。

“碳纤维应用场景还在持续拓宽，未来会有更多碳纤维制品走进大众生活。作为碳纤维制品成型制作工这个新职业的一员，我对职业和行业的发展都充满信心。”郑锋说。

碳纤维制品成型制作工

操作裁剪设备裁切碳纱并贴合模型，操作热压成型设备将预成型件制成碳纤维制品的人员。



请扫二维码



疆味文创成新宠

本报记者 耿丹丹

这个暑期，“瓜果之乡”新疆持续出圈，成为亲子旅游热门目的地。同程旅行发布的《2026暑期亲子旅行趋势报告》显示，新疆位列暑期“跟着课本去旅行”十大热门目的地第二名，亲子度假产品预订热度同比攀升78%。

盛夏八月，新疆国际大巴扎游人如织，格外热闹。在大巴扎步行街疆来城的阿凡提乐园文创店前，聚集了很多小朋友。软糯的饅造型抱枕、可爱的小毛驴挂饰、各式阿凡提系列冰箱贴，让孩子们爱不释手。阿凡提饅家族运营总监任红岩介绍，从2023年起，团队从生产传统的铜器、陶器转向开发更有创意且方便携带的产品。“我们从最富有新疆特色的阿凡提和饅出发，设计了300余种涵盖冰箱贴、保温杯、毛绒玩偶等类别的产品，就是为了让游客能轻松把‘新疆故事’带走。”

在“新疆小羊哥”阿卜杜拉·艾米日拉的DIY手作摊前，不少家长正带着孩子排队等候制造专属版的“新疆小羊”。来自四川的李洁带着女儿，正给毛茸茸的小羊玩偶挑选艾德莱斯绸小裙、玲珑小花帽，再缀上亮片。现场选配饰，手工量身装扮，从配色到穿戴全由小朋友做主。半小时后，一只独一无二“新疆小羊”诞生。“带孩子来新疆旅游，专门来这里亲手做小羊，既能让她体验手工的乐趣，又能了解民族特色，是孩子旅

途最棒的纪念。”李洁说。

从景区转向文化场馆，新疆文创产品的思路正从“收藏纪念”向“亲子教育、日常实用”转变。除了参观游览，更有不少家长带着孩子在这里“寻宝”。依托国家一级文物“五星出东方利中国”锦护臂这一IP，新疆博物馆将国宝元素融入马克杯、丝巾、香囊等产品，推出了深受小朋友喜爱的毛绒挂件。

来自浙江的游客包佳琪亮出刚买的白虎毛绒挂件：“这个有‘五星出东方’的纹样，还很实用，我很喜欢。”白虎毛绒挂件是新疆博物馆与众多文化企业合作推出的文创产品之一，该产品设计公司——新疆石榴文化科技有限公司设计负责人吴天涯介绍，“五星出东方利中国”锦护臂以蓝、红、黄、绿、白五色丝线织造，纹样涵盖凤凰、麒麟、白虎等图案，“白虎毛绒挂件就是照着锦护臂上的白虎‘复刻’，同时优化为圆润软萌的Q版形态”。

在吴天涯看来，新疆文创产品市场正发生变化。“文创产品从纪念性质向毛绒产品转变，今年暑期更明显地偏向于能增强亲子互动的手作产品。”吴天涯说，希望借助新疆独有的壁画纹样、非遗元素、特色美食等，设计出更多新潮单品，走进更多人的日常生活。

非遗体验是今年新疆暑期亲子游的另一大亮点。土陶烧制、艾德莱斯绸织染、民族乐器制作等沉浸式非遗体验类亲子线路产品，预订热度大幅上涨。



在新疆国际大巴扎疆来城非遗集市，孩子们正在体验皮影戏表演。

孙振嵩摄(中经视觉)