

北京文化消费季创新出彩

本报记者 尹婕

日前，第九届北京惠民文化消费季落下帷幕，自2021年9月以来，累计举办活动超3万场，线上线下参与人次18.46亿，直接消费金额89.5亿元，在传播文化消费理念、引导文化消费意愿、激励文化消费行为、助力文化创新发展方面交出了亮眼的成绩单。

历经9年，北京惠民文化消费季活动已成为北京文化消费领域一大盛事，也是北京文化消费发展趋势的“风向标”。9年来，北京的文化发展土壤日益肥沃，文化消费形式更加多元，人们可以享受的文化大餐越来越丰盛，不断出“新”成为它的鲜明特征。



北京惠民文化消费季活动石榴市集。

北京惠民文化消费季组委会供图

紧跟消费新趋势

“北京惠民文化消费季已连续举办9年，并且每年都有创新。”北京市国有文化资产管理中心副主任赵恩国在接受本报记者采访时表示，近两年，受新冠肺炎疫情影响，影院、剧院等线下文化消费场所受到较大冲击，但与此同时，“宅经济”兴起，数字消费不断扩大，为文化消费带来了新的机遇。

据介绍，顺应数字消费趋势，2021年消费季探索推出了一些线上联合活动，例如，联合保利影业、王府井大厦等20余家影院、60余家书店，线上发放代金券、联名卡，助力消费者更多聚焦场景消费；文化品牌周联合高德地图推出线上“高德指南”，覆盖国内300多个城市吃住游玩娱乐全品类热门推荐，并推出消费季专属百元打车补贴券包等。统计数据显示，消费季期间，线上活动共计24219场，较往年大幅增长，线上浏览量18.32亿人次，占总参与人数99%，线上文化消费额占比近80%。

北京市文化消费研究课题组专家、中国传媒大学教授周周指出，通过对网络游戏、网络视频、在线阅读领域的北京、上海、广州、深圳4个城市用户数量对比发现，北京市数字文化消

费蓬勃发展，在线文化需求持续扩大，领先于其他3个城市的文化数字消费情况，正在形成数字文化消费圈。

近年来，北京在文化消费领域已开展一系列探索和创新，包括创设惠民文化消费季、发放惠民文化消费电子券、评选北京文化消费品牌榜等，为全国文化消费促进工作树立了标杆、创造了经验。

提供文化新看点

2021年国庆假期第一天，北京中学生殷瑞新和同学们相约去石景山游乐园，一是为了去玩游乐设施，二是因为那里正在举办“刘慈欣科幻漫画宇宙沉浸展”。近1200平方米的沉浸展生动再现了刘慈欣科幻漫画中的经典场景，现场的科技互动装置让同学们有了极强的沉浸感和体验感。“我们都是刘慈欣科幻小说的粉丝，这个展满足了我们的想象。”殷瑞新兴奋地说。

“刘慈欣科幻漫画宇宙沉浸展”是2021年北京惠民文化消费季活动中的“首展”之一。

在第八届惠民文化消费季中提出“首”发品牌效应的基础上，本届继续深挖打造“首店、首牌、首秀、首发”的“四首”经济。初步统计，本届消费季期间，包括“刘慈欣科幻漫

画宇宙沉浸展”在内的“四首”活动达20余项。例如，四合院艺术节、北京首届国际大学生音乐节、2021凹凸首届潮流艺术等“首届”活动亮相；遇见博物馆线下展馆等新店开业；北京时装周首秀“美好时光”国风大秀；遇见敦煌·光影艺术展全球首展等。

“四首”经济在挖掘消费潜力、激发市场活力、提升创新动力、增强品牌吸引力方面发挥了重要作用，成为增强北京文化创新供给的重要内容。以“刘慈欣科幻漫画宇宙沉浸展”为例，它的入驻，为北京老牌游乐场石景山游乐园带来了许多新客源，也让这一北京游乐地标有了新看点。此外，“四首”经济的发展也能反映出北京文化消费市场状况。据统计，2021年上半年，434家首店落地北京，数量已超过2020年全年的落地数。

探索发展新模式

《2021年北京市文化消费报告》指出，文化消费活动带动了文化市场回暖，以惠民文化消费季活动为例，文化消费季举办3个多月，月均个人文化消费金额大于500元的消费者比例较2020年上升。同时，范周还提出建议，下一年文化消费活动应该更加下沉到16个区，并在夜间文旅、老年

消费等方面加大活动的供给力度。

2021年9月，北京印发《北京培育建设国际消费中心城市实施方案》，力争到2025年率先建成具有全球影响力竞争力和美誉度的国际消费中心城市；《北京市“十四五”时期文化和旅游发展规划》中，共26次提及“消费”，并提出北京进入“品质文旅消费时代”。

赵恩国介绍，经过多年的培育与发展，北京的文化消费展现出较强的韧性，尽管受到新冠肺炎疫情的影响，仍然保持总体增长。“下一步，‘升级’将是北京文化消费的重要任务和方向。”赵恩国说，2022年北京将举办第十届惠民文化消费季，十年磨一剑，如何引导好文化消费趋势，并不增加文化市场容量，离不开新业态、新产品和新模式，包括重点商圈的建设、重点文化产品的创作以及文化与科技、旅游等领域的融合发展。

2021年，作为文化空间集群“书香秀带”的运营方，首开文投新华第一次参与惠民文化消费季品牌周全民阅读惠及大戏看北京活动。通过参加此次活动，出版社、文化公司、文化内容公司和实体书店之间形成联动，同时，通过线上直播的方式，吸引很多观众走进“书香秀带”，进行文化消费。像首开文投新华这样的文化企业越来越多，它们正通过创新方式促进文化消费。

北鸟南飞，早闻贵州省遵义市凤冈县绥阳镇黄泥塘水库的鸳鸯，与前来越冬的候鸟一道成为当地别样景观，我们决定趁周末前往一睹风采。

天微微亮，我们便驱车出发，一路疾驰，山路弯弯，小小的车辆像荡漾在绿色秋千架里，举目之间，千崖竞秀。虽已寒冬，但深山林深处仍不时传来鸟啼。快接近目的地时，突然，一棵大树上传出“呼啦”一声响，一个黑影从树梢飞翔而去。老鹰？猫头鹰？还未等我开口询问，朋友笑道：“快看，那就是鸳鸯。”鸳鸯不是在水里吗？我提出疑问。朋友解

释：鸳鸯不但会上树，还会把自己的巢筑在树洞里，鸳鸯“夫妻”会选择紧靠水边的树洞筑巢，小鸳鸯孵出来后，妈妈会带着它们一个接一个勇敢地跳下树洞，再到附近的水边觅食。

一踏到南部这片红色的土地，我先来到武灵乡岐山坝村。我和村民们围坐在坝子里，听老人们讲述南部的革命历史。而后，我来到当年红四方面军的指挥所，徐向前曾在这里指挥红军与国民党军队作战。遗留下来的庙门上方刻着“赤化全川”四个醒目大字，这应该是当年红军的革命宣言。石沉寨位置极高，爬过笔直陡峭的石级，到达山顶。山上有石牌，有五灵红军石

特地貌，山奇水秀，风光旖旎。这里有红军洞遗址、龙潭子验枪试炮遗址、旋子山军事会议遗址、升保起义打响第一枪遗址等。在当地多个部门的支持下，投资180余万元的升保起义纪念馆、升保起义纪念碑拔地而起。南部县还修缮了升保起义红色文化陈列馆，收集了120余件文物。

沿着升保起义的红色路径，我走进张家嘴村的腹地——一片占地100余亩的川北特色民居群。一座座灰瓦白墙的川北民居被群山环绕，房屋错落有致，格局古朴典雅，环境幽静宜人。正是这原汁原味的川北建筑特色，为张家嘴村申报“四川最美古村落”奠定了基础。厚重的红色文化、秀丽的自然风光、原汁原味的川北民居，让这

南部红

贾海

刻标语等。据说，这里曾发生过激烈的战斗。在山顶俯瞰，可见层层山沟和层层梯田，使人产生“一览众山小”的豪迈之感。

张家嘴村位于南部县升钟镇东南部，红色文化底蕴深厚，是川北工农红军的诞生地，被誉为“隐秘山中的红军村”。近年来，南部县深入挖掘该村特色文化资源，通过大力发展红色旅游，带动文旅融合中心城市；《北京市“十四五”时期文化和旅游发展规划》中，共26次提及“消费”，并提出北京进入“品质文旅消费时代”。

赵恩国介绍，经过多年的培育与发展，北京的文化消费展现出较强的韧性，尽管受到新冠肺炎疫情的影响，仍然保持总体增长。“下一步，‘升级’将是北京文化消费的重要任务和方向。”赵恩国说，2022年北京将举办第十届惠民文化消费季，十年磨一剑，如何引导好文化消费趋势，并不增加文化市场容量，离不开新业态、新产品和新模式，包括重点商圈的建设、重点文化产品的创作以及文化与科技、旅游等领域的融合发展。

2021年，作为文化空间集群“书香秀带”的运营方，首开文投新华第一次参与惠民文化消费季品牌周全民阅读惠及大戏看北京活动。通过参加此次活动，出版社、文化公司、文化内容公司和实体书店之间形成联动，同时，通过线上直播的方式，吸引很多观众走进“书香秀带”，进行文化消费。像首开文投新华这样的文化企业越来越多，它们正通过创新方式促进文化消费。

座隐秘在大山中的山村显山露水。历史的长河赋予了张家嘴村传奇色彩，时代的发展又让它焕发新生。

长坪山红军纪念馆里，在各个陈列物品上，在讲解员的解说词里，我知道了当年红军在南部制盐支援革命的故事、川陕苏区反“六路围攻”等红色斗争历史和徐向前、许世友、李先念、王树声等红军领袖的生平事迹，革命前辈的革命情怀令人感动，令人振奋。

太阳高高升起，阳光照耀下的南部充满生机与活力。石沉寨、长坪山红军纪念馆，在阳光下散发着圣洁的气质，无声地讲述着自己的故事。

图为南部县长坪山红军纪念馆一角。李永平摄



安徽芜湖举办Q乐节

城市嘉年华提振发展信心

汤荣讯



“快看，那个是中江塔，这个是老海关”“这个奇萌的卡通人还在招手呢”……2021年12月28日晚，许多安徽芜湖市民在滨江公园里兴奋地观看无人机的各种造型。当日，安徽芜湖Q乐节及奇瑞QQ冰淇淋上市发布会举行，成为丰富市民精神文化生活的盛典、展示芜湖企业创新成果的舞台和宣传芜湖城市形象的窗口。

据主办方奇瑞新能源汽车股份有限公司介绍，此次活动以“欢乐芜湖、QQ起飞”为主题，通过沉浸互动式游园体验和线上线下联动的方式，全方位展示芜湖的历史文化、现代科技以及本地优秀品牌。在芜湖Q乐节上，奇瑞联合埃夫特、庞巴迪等知名企业，带来了各自行业领先的科技产品和技术成果，集中展示了芜湖在新能源汽车

本地龙头企业加快创新步伐，“芜湖制造”迈向“芜湖智造”取得初步成效。据统计，芜湖已培育省级智能工厂13个、数字化车间64个，“登云”企业2612户，“智造名城”建设驶入快车道。

根据芜湖市统计局统计，2021年前三季度芜湖市实现生产总值3186.96亿元，同比增长13.6%，位居安徽第一。

芜湖通过“双招双引”工作实施方案，全力以赴抓项目、抓产业，使更多的企业集聚芜湖、链上芜湖，实现优势互补、产业协同。2021年，安徽省新能源及智能网联汽车产业研究院、年产50万吨磷酸铁锂正极材料项目、年产24GWH新能源电池项目等一批重大科研平台、产业项目先后落户芜湖。如果说“双招双引”是为了把企业、人才引进来，做大做强，那么“畅聊早餐会”“1%工作法”就是为了推动现有企业、人才更好发展，不断做优存量。2021年3月至今，“畅聊早餐会”已连续举办34场，累计邀请180多位企业家和社会组织人士参与，碰撞思想、激发创意，同时收集诉求和意见。芜湖市还通过推行“1%工作法”，在综合分析企业成本和利润构成的基础上，成立了能源、用工、物流、税费、融资等9个工作组，分别研究降本增效举措，帮助企业原有基础上再提高1%利润率。正是这一个个切实的举措，让芜湖的发展更有动力、更具活力。

图为无人机表演。郑远摄

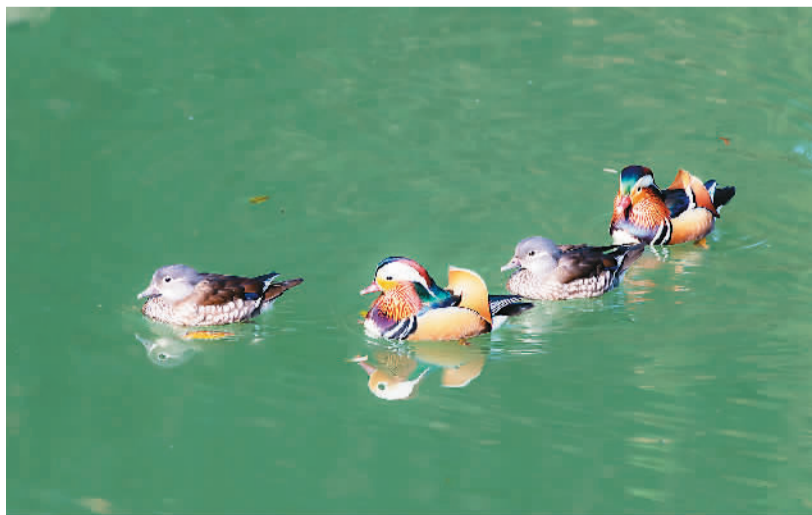
车、机器人、轨道交通等产业取得的最新发展成果，特别是奇瑞正式发售的新款新能源车QQ冰淇淋。芜湖本土企业以更加活泼、更加直观的方式向公众展示产品，扩大了企业知名度，获得更高的市场关注。

Q乐节上，印象芜湖、乐玩芜湖、智造芜湖和QQ玩具城四大板块，带给市民和游客沉浸式游玩体验。“这个‘耿福兴’有百年历史，奇瑞是咱们芜湖的名片……”在游玩乐玩芜湖和智造芜湖板块时，市民张女士向儿子介绍道。未来的芜湖什么样？印象芜湖板块用元宇宙的虚拟形式，展现未来芜湖，让市民身临其境地沉浸式体验了一把。

芜湖Q乐节的举办，展示了芜湖全力发展“智造”、坚持创新的信心和决心。以奇瑞为代表的一批

贵州遵义：黄泥塘上鸳鸯飞

程永珺



鸳鸯在黄泥塘水库嬉戏。杨先礼摄

释：鸳鸯不但会上树，还会把自己的巢筑在树洞里，鸳鸯“夫妻”会选择紧靠水边的树洞筑巢，小鸳鸯孵出来后，妈妈会带着它们一个接一个勇敢地跳下树洞，再到附近的水边觅食。

谈话间，翻过一道坡，黄泥塘水库现出真容。下了车，只见水波漉

凌，一座长桥横跨水库两岸，桥中央有一座别致的小亭。信步走去，风景尽收眼底，清冷的山风带来野草香气。马唐草、田旋花、苜蓿……还可见零星白鹭悠闲散步。举目四望，水中央有一绿色小岛，几只鸳鸯正慵懒地卧在沙滩上。当地有规定，任何人不得上岛，与鸳鸯保持距离不干扰。“鸳鸯喜静，对水质也很挑剔，生态环境越来越好是留住鸳鸯的关键。”朋友介绍，为了保护这群留守的鸟儿，政府花大力气整治环境，每年凤冈爱鸟协会组织志愿活动，发出倡议。村民们更是功不可没，有着近

是当地6000余人备用水及5000余亩粮田灌溉的宝库，也是野生动植物的生命根源。2013年，一群迁徙的鸳鸯路过这里，水草肥沃、湖水清澈、空气温暖，黄泥塘水库为鸳鸯提供了白天嬉戏、取食的场所，周围树木成为绝佳的隐蔽繁殖空间，鸳鸯们从此在此安家落户，繁育后代。几年来，鸳鸯家族不断壮大，从20余只发展到百余只。随着凤冈县生态环境治理力度不断加大，森林覆盖率逐步上升，白鹭、野鸭、黄鸝……越来越多的候鸟出现在凤冈，黄泥塘更是成为不少鸟类栖息的乐园和候鸟迁徙的中

转站。

天色渐开，霞光染红天际，陆续有鸳鸯浮现，它们俩俩相伴，相偎相依，并肩浴羽，鸳为雄，鸯为雌，比翼双飞合为鸳鸯，此情此景，让我情不自禁吟诵：“尽日无人看微雨，鸳鸯相对浴红衣。”见我兴奋激动，同行的摄影爱好者指着湖四周告诉我，鸳鸯群体出动的场面更加壮观。只见湖边树丛里有些树窝棚，这是为了拍摄鸳鸯专门搭建的隐蔽所。声名在外的鸳鸯吸引许多慕名者前来参观，摄影爱好者从五湖四海赶来拍照。他们大清早赶到，趴在伪装棚里屏气敛息，只为拍出一幅幅精美照片。

太阳暖洋洋地洒满水面，远山如黛，近水含烟，小岛上的芦苇丛和竹林里传来骚动，随着声声鸣叫，一只、两只、三只……一群鸳鸯扑腾飞出，鸟儿成群结队，盘旋滑翔，一对对鸳鸯在绿波上时而理首觅食，时而振翅击水追逐嬉戏，一幅美丽和谐的生态画卷缓缓展开。山间白云，缭绕变幻，幸福的鸣叫声伴着微风越传越远。