

第十届北京惠民文化消费季收官

十年砥砺绘就文化消费新蓝图

本报记者 黄敬惟



市民在“拾城记”隆福寺中秋文化集市打卡。主办方供图

累计9.8亿消费人次、超1100亿元消费金额、48亿元惠民金额、600余家参与企业……日前，在吉祥大戏院举办的北京文化消费高峰论坛暨2022北京文化消费品牌榜发布仪式上，这串亮眼的数字成为十年来北京惠民文化消费季的最佳成绩单。

以文惠民，以文兴业。10年来，北京惠民文化消费季取得了丰硕的成果。从惠民卡、文惠券、文化消费促进行动等实打实的优惠，到“演艺京城”“书香京城”“影视京城”等系列群众文化活动，如今北京惠民文化消费季已成为文化新产品新服务的交易展示平台，更是创新实施文化惠民工程的“北京示范”，在推动文化消费转型升级、助力文化产业提质增效方面发挥着重要作用。

丰富高质量文化供给

去年8月，炎炎夏日中，一场独特的书香盛宴为市民带来了心灵的宁静。在第十届北京惠民文化消费季的“书香京城”主题活动中，市民与作家、贾樟柯、戴锦华等著名作家、学者以及多名图书出版行业大咖共同分享好书佳作、创作心得。丰富多彩的阅读惠民活动，营造了全民阅读的浓厚氛围。

在刚刚揭晓的2022年度北京文化消费品牌榜上，经过历时3个月的征集评选，最终，大型纪实性木偶剧《大象来了》、丝绸之路上的敦煌——数字敦煌展、《2022爱乐汇文化品质演出季》、美后肆时景山市民文化中心、北京图书大厦、北京人民艺术剧院、2022北京冬奥会吉祥物冰墩墩、舞蹈诗剧《只此青绿》、电视剧《人世间》等54个品牌荣登年度榜单。

据统计，第十届北京惠民文化消费季开展文化活动27.84万场次，活动内容涵盖文创、演艺、图书、旅游、艺术等多领域，覆盖亲子互动、商务休闲、沉浸体验等多类别，丰富的文化活动满足了不同年龄层次消费者的多样化需求。

值得注意的是，在各类文化消费项目亮点频出的同时，主旋律文化产品更是成为北京惠民文化消费季的热门。北京聚焦冬奥、红色文化、传统

文化、京味文化等多元主题，创新打造了《长津湖之水门桥》《万里归途》等主旋律影视剧爆款以及《只此青绿》等一批舞台精品，为市民提供了丰富的优质文化产品。

数字化科技感成明显特征

走进木偶剧院，与活灵活现的木偶互动；探班北方昆曲剧院，感受昆曲的魅力；打卡国风主题咖啡馆，与戏剧相伴下午茶；走进首家京剧体验馆了解国粹的历史……伴随着持续8小时的“戏剧体验日”直播镜头，市民们体验着精彩演出的台前幕后。

“戏剧体验日”是本届北京惠民文化消费季“演艺京城”特色板块的系列线上活动之一。北京惠民文化消费季积极开辟文化消费新场景，云上“好戏连台”再添热度。“艺术京城·大戏看北京”品牌周期间，北京惠民文化消费季联合“中国网·中国演艺”推出经典戏曲联播系列直播，连续7天上演14场国粹大戏，为广大市民献上了一道京腔京韵、精彩十足的戏曲盛宴；联合北京演艺集团“京演快剧场”、北京正在上演文化传媒有限公司“中国演艺·云剧场”等线上平台推出“剧享实惠”系列直播，打



“演艺京城”活动的演出现场。主办方供图

造“大戏看北京”云端剧场，为市民们提供更加丰富多元的线上精品戏剧内容。

随着国家数字化战略的纵深推进，数字化、科技感已经成为北京文化消费的明显特征。通过线上线下深度融合，活动传播力明显提升。如联合百家画廊开展线上沉浸式展览，开启“雅昌在线拍惠民文化专场”，打造京彩文化消费嘉年华“十一超级直播周”等活动，让更多市民享受到文化盛宴。

据统计，线上活动消费金额约93亿元，占比近八成。此外，北京惠民文化消费季联合电商、本地生活频道打造的线上“文化云平台”，也累计实现惠民金额超9亿元，有效释放文化消费市场活力。

文旅融合绘就新画卷

2022年的中秋假期，有着600年历史的隆福寺里开启了一场兼具潮流与复古的市集。超过80个集章点、限量领取的集章地图，点燃了年轻人“打卡”的热情；传统的北京小吃遇上来自国外的红酒，产生新奇的碰撞；设计精美、别具匠心的文创产品，吸引了不少“文艺青年”漫步挑选……作为第十届北京惠民文化消费季品牌活动京彩文化消费嘉年华的一部分，“拾城记”隆福寺中秋文化集市以丰富多样的主题摊位、精彩纷呈的文化活动、多重沉浸式互动体验，一度成为市民热议的焦点话题。

北京市国有文化资产管理中心发布的《2022年北京文化消费报告暨第十届北京惠民文化消费季总结》中指出，消费空间不断拓展是文化消费的新趋势，园区、街区等已成为文化消费热门场景。北京市通过联动文化产业园区、文化商圈街区共同开展消费季活动，引导园区、街区功能升级、品质升级、空间再造，打造城市生活消费新聚场。

同时，“微度假”的流行也催生新时尚，“露营+”成为新风口。如今，以高频次、郊区化、近距离等为特征的“微度假”逐渐成为新潮流，这也体现出露营经济正在迎来新的发展机遇。



书法家骆芃芃正在活动现场题写对联。主办方供图

非遗馆里年味浓

本报记者 黄敬惟

天真的孩子踮起脚尖，仔细观看着书法家挥毫写下一个个“福”字；年轻的恋人十指相扣，在巨大的花灯兔子前留下充满爱意的合影自拍；主题邮局的柜台前，集邮爱好者一丝不苟地盖下一枚枚特殊邮戳；非遗展演的舞台上，精彩的表演赢得一波又一波掌声与喝彩……

农历腊月廿三是我国传统的北方“小年”。位于北京中轴线北延长线上的中国工艺美术馆、中国非物质文化遗产馆中，“张灯结彩过兔年”2023年新春灯彩活动正式开幕。

作为我国悠久的文化习俗，传统灯会一般指农历春节前后至元宵节时举办的大型灯饰展览活动，灯彩是祥瑞喜庆的象征，寄托着人们对美好生活的祈望和对幸福未来的向往。此次活动汇聚了北京、山西、浙江、四川、福建、安徽各地中的部分国家、省、市、县级非遗花灯灯彩项目，众多传承人参与设计制作，主题多样，种类丰富，绚丽多姿。

据了解，在本次新春灯彩文化活动中，北京灯彩、仙居花灯、徽派灯彩、泉州花灯、自贡

灯会、山西灯彩、硃石灯彩等多种传统花灯艺术品种将与观众见面。其中北京灯彩推出纱灯、宫灯、走马灯、立体动物灯、料丝灯等种类，其制作技艺较为丰富，包括彩扎、裱糊、编结、刺绣、雕刻、剪纸、书画等技术手段。

为了迎接癸卯兔年的到来，中国工艺美术馆、中国非物质文化遗产馆还推出了多种文化“年货”，在浓浓的年味中，与观众共迎新春。

当天举办的“百福纳祥”活动中，中国工艺美术馆、中国非物质文化遗产馆馆长韩子勇携书法家骆芃芃、徐福山、李一、赵鹏辉等，为观众现场书写“福”字和春联，送上这份颇具文化气息的新年祝福。

中国工艺美术馆、中国非物质文化遗产馆还联合中国煤矿文工团共同推出了“艺海拾遗”系列非遗展演之“小年专场”。本场活动由评书表演艺术家王玥波担任导赏人，演员们为观众表演了快板书、民乐、相声等节目，喷呐、空竹、打击乐等也将气氛推向一个又一个高潮，让观众感受到洋溢在博物馆里的浓浓年味。

商务印书馆上线防伪溯源系统

本报电（记者张鹏禹）商务印书馆被誉为“工具书的王国”，出版的《新华字典》《现代汉语词典》《古汉语常用字字典》《牛津高阶英汉双解词典》《古代汉语词典》《新华成语词典》等字词典是教育出版的权威工具书，深受大众喜爱。但盗版问题却严重侵害读者合法权益和身心健康。盗版工具书不仅内容存在错误，其生产中使用的劣质纸张、油墨、胶水等还普遍存在荧光剂、铅含量、甲醛含量超标问题，对读者身体造成损害。

为有效遏制盗版，更好服务读者，商务印书馆近日上线运营

防伪溯源系统，依托物理防伪、大数据及区块链等多种技术，建立新型图书防伪溯源体系。该体系贯穿印刷生产、仓储发货、分销物流及读者验真环节，可保证图书出版发行流通数据的完整性，实现每一本图书来源可溯、去向可追；同时以二维码为入口有效触达读者，建立出版社与终端读者的通道，推进传统出版机构数字化转型。

为倡导“出版正版、购买正版、使用正版”，此次上线的防伪溯源系统还为读者提供了海量的数字版图书增值服务，使读者在购正版纸质工具书的同时获得数字版工具书使用权。

图片报道

南北非遗佳作走进国家大剧院



本报电（记者赖睿）1月14日，由国家大剧院与浙江金华市文化广电旅游局共同主办的“京韵·婺风——非物质文化遗产南北交流展”在国家大剧院艺术宫（西厅）开幕。展览以“传世典藏 再现宫廷技艺”“婺风遗韵 宋韵千年重现”“归去来兮 南北和合交融”三大板块，汇集北京、金华两地最具代表性的非物质文化遗产工艺项目30余个，共220余件展品，从南至北、由古至今讲述非遗故事，彰显非遗的时代价值。

图为观众正在“京韵·婺风——非物质文化遗产南北交流展”现场参观。主办方供图

抖音直播推出“古韵焕新·华彩传承”晚会 传统文化主播登上舞台做主角

胡阳

脱胎于唐朝宫廷音乐的西安鼓乐与当代交响乐碰撞，仿佛大唐盛景穿越千年重现；昂扬激越的戏曲混搭流行乐，唱响令人惊艳的国风歌曲；优雅婉转的古典舞邂逅率性舒展的现代舞，为观众带来全新的融合体验……

日前，抖音直播举办的传统文化专场晚会“古韵焕新·华彩传承”上，20多名传统文化主播与凤凰传奇、龚



抖音音乐主播“大唐芙蓉园东仓鼓乐”在晚会现场展示、介绍工尺谱。主办方供图

领域，但都因传统文化的深厚魅力而广受用户喜爱。

《花鼓“抖”起来》的表演者、戏曲主播“花鼓戏一东”来自湖南省长沙市花鼓戏保护传承中心。为破解地方戏曲文化的保护传承难题，2022年9月，长沙市花鼓戏保护传承中心入驻抖音，每周直播3场，场均观看人次高达60万。花鼓戏借助直播走出湖南，收获了来自全国各地的观众。长沙市花鼓戏保护传承中心主任王勇表示：“我们要用好线上直播平台，让花鼓戏实现创造性转化、创新性发展，不断焕发新生机。”

无独有偶，节目《大唐礼赞》的表演者“大唐芙蓉园东仓鼓乐”也曾面临类似的困境。脱胎于唐朝宫廷音乐的西安鼓乐是世界级非物质文化遗产，被誉为中国“古代的交响乐”。自2022年4月入驻直播以来，不到一年时间，“大唐芙蓉园东仓鼓乐”就拥有了70多万粉丝，收获了超过148万点赞。通过直播，古老的西安鼓乐不仅“活”了、更“火”了起来。东仓鼓乐社主管齐兴峰介绍，目前通过直播打赏，东仓鼓乐社中参与直播的演员，每月能多收入两三千元工资。“这说明鼓乐这种音乐形式

正逐渐通过直播被市场接受，观众也乐于用打赏的形式表示对乐手价值的认可。”

自学越剧20多年的资深票友“越剧闯越风”、通过直播推广喷呐技艺的中国煤矿文工团演员“喇叭花朵朵”、因反差极大而走红的女花脸演员“京剧任思媛”、歌声甜美唱腔专业的在校师范生“玖儿”、曾参演2022北京冬奥会开幕式的中国舞女孩“徐婉婷”……来自戏曲、曲艺、民族乐器、民歌、中国舞等不同领域的主播在直播间找到新舞台。

为助力传统文化传承，抖音直播于2022年发起了“DOU有好戏”“DOU有国乐”“舞蹈传承”等计划，从资源、流量、服务等方面帮助更多优秀主播打造新舞台。据介绍，过去一年，抖音传统文化类演出开播场次同比增长205%，主播总数同比增长157%，打赏收入同比增长375%。直播间已经成为传统文化类演出的第二舞台。

抖音直播相关负责人表示，未来还将持续通过流量扶持、建立专业合作等方式助力传统文化主播找到更大的舞台、更高的收入和更多的观众。