

67.58亿元电影票房、9400场演出、11万场群众文化活动

文化快车火热开动

本报记者 郑娜 苗春

“今天的电影院又是坐得满满当当”“这场演出太火了，一出票就抢没了”“过年的年味又回来啦！”……2023年春节期间，全国各地的影院、剧场、博物馆、图书馆、书店等文化场所全面开放，人气爆棚，“文化过大年”的氛围感拉满。强劲复苏的电影春节档、火速升温的演出市场以及节节攀升的各类文化消费，让人们浸润在丰沛的文化生活中，精神昂扬、信心满满地迎接新一年的到来。



春节档再创佳绩

1月22日（正月初一）上午9时，位于北京朝阳区的耀莱成龙国际影城慈云寺店内老中青少观众齐聚，人流熙熙攘攘，等电梯、打印纸质票和入场检票都需要排队。

当天，虽然多部热门影片时长超过120分钟，但这家影院的8个影厅共排映52场，观影人数达3900多人次，比去年同期增加约10%，影院当天综合票房收入近28万元，涨幅约为一周前的300%。

在上海、广州、成都、武汉等地的影院，春节档同样出现了许久未见的观影热潮，有观众“组团”一日内连续观看多部影片。不少观众反映，想买到黄金时间的场次或巨幕等特别场次，需要提前一两天购票。业内人士评价：这是中国内地电影市场久违的井喷现象。

据国家电影局初步统计，2023年春节档（除夕至正月初六，1月21日至1月27日）电影票房为67.58亿元，同比增长11.89%；观影人次为1.29亿次，同比增长13.16%。《满江红》《流浪地球2》《熊出没·伴我“熊芯”》分别票房榜前三位。

“春节档电影如此火爆，超出预料。”中国电影评论学会会长饶曙光表示，今年，他在四川成都过春节，大年初一就起了大早，到春熙路王府井影城“赶电影大集”，一天看了4部影片，收获满满。

专家分析，春节档火爆的原因，主要是作为我国防疫政策优化调整后的首个春节档，电影市场供给充足，上映的影片题材类型丰富，质量和口碑比较高，观众被压抑的观影需求得到满足。另外，北京、上海等地推出了一些电影惠民政策。

近些年来，春节到影院看电影已经成为新年俗。强劲复苏的春节档证明，春节观影这一年俗仍被我们守护着。中国电影家协会副主席兼理论评论委员会会长、清华大学教授尹鸿认为，目前观众到影院观影的热情和习惯已经恢复了大半，还将进一步复燃。饶曙光表示，中国电影将会以春节档为新的起点再出发，不断涌现优秀作品，以国产佳片讲述更加精彩的中国故事。

演艺市场“开门红”

与电影市场不同，往年春节并非演出市场的热



▲1月24日，北京王府井书店，许多市民带着孩子前来购书、阅读，在书香中度过新春佳节。
翁奇羽摄（人民图片）

▲1月26日，人们在甘肃省定西市万达广场影城内购票。
王克贤摄（新华社发）

门档期。今年，不少院团、剧场精心策划了优质的演艺项目，观众的热烈反馈大大提振了艺人的信心。据不完全统计，春节假期全国营业性演出共9400余场次，较2022年同比增长40.92%，比2019年增长22.5%。

作为全国文化中心，春节期间北京演出场所恢复开放，在104个演出场馆举办了244台剧目1687场高品质演出。

从1月18日至28日，北京人艺的开年大戏《正红旗》在首都剧场演出9场。这是北京人艺恢复百分百上座率后推出的第一部作品，由老舍原著，李龙云编剧，冯远征和闫锐执导，濮存昕、杨立新、梁丹妮、王茜华、于震、王刚等实力演员加盟。9场演出一经开票就迅速售罄。

“3年多来，我们从关掉剧场到恢复30%、50%、75%上座率，到今天我们终于迎来了100%的观众。”面对首演当晚满堂观众的热烈掌声和喝彩声，北京人艺院长冯远征携众主创登台谢幕后激动地说道。

与北京人艺相距不远的长安大戏院，从大年初一到初六同样好戏连台。京剧名家迟小秋《锁麟囊》、李宏图《周仁献嫂》、胡文阁《霸王别姬》等吸引了众多戏迷。连日内，虽然北京气温骤降，但长安大戏院内坐得满满当当，台上热闹，台底下也热闹，叫好声不断。几小时的戏拉上大幕后，观众总是不肯散去，一声高过一声的场面屡屡出现，气氛异常热烈。

在上海，新春演出消费同样呈大幅回升态势，传统戏曲、音乐舞蹈、脱口秀、儿童剧、音乐剧、杂技马戏等各艺术门类汇聚节日演出舞台。春节7天安排总场次达602场，同比2022年增长32%，已售票房同比增长42%。

上海交响乐团音乐厅、上海音乐厅、上海大剧院等上海演艺地标推出系列新春音乐会和精彩剧目展演。如上海大剧院在春节假期安排了3台剧目共13场演出，仅前3天的出票就超过7000张，这一成绩甚至超过了整个2019年春节7天假期的总票房。

文化消费迸发活力

据文化和旅游部提供的数据显示，春节期间，全国举办群众文化活动约11万场，参与人数约4.73

亿人次。各地开展非遗传承实践活动10522场，“文化进万家——视频直播家乡年”活动参与视频总量超过6.5万个，直播超过580场。文博、非遗、民俗等“国潮”“国风”持续激发文化消费活力。

春节期间，辽宁省沈阳市和平区汉字主题城市书房内，100幅“兔”字书法作品吸引了众多参观者。展出的“兔”字作品中有草书、行书，还有夸张的美术写法，每幅作品独具特色。中国书法家协会会员、国家艺术基金项目“让你爱上中国字”主持人张振忠教授兴致勃勃地向参观者解说“兔”字的演变历史。

挂起红灯笼，贴上装饰画，吉林省长春市新华书店重庆路店的新春氛围分外浓厚。三楼的儿童图书区，孩子们正在书架间翻阅图书，传统文化类书籍广受欢迎。门店经理曲连伟表示，春节期间，书店的客流量明显增加。一天的销售额比前段时间近半个月的销售总额加起来还多。

体验非遗，品味年俗，在广东省广州市荔湾区西关永庆坊，市民逛年货圩市、品广东美食、赏老城美景，沉浸式感受年俗年味里的非遗。走进粤剧艺术博物馆，市民游客不仅可以穿上粤剧戏服，感受粤剧文化，还可以在非遗传承人的带领下一同“开油镬”，体验炸油角制作，感受最接地气的广府年味。

为丰富市民春节期间夜间文化生活，多地聚焦“不夜城”特色，激发夜间消费活力。位于河南安阳的中国文字博物馆在节日期间启动了“一字千年·博物馆奇妙夜”春节系列活动。这是中国文字博物馆自开馆以来的首场夜游活动，在汉字公园璀璨的夜景下，现场观众得以穿越不同时空，沉浸式体验奇妙的传统文化、技艺和汉字民俗。

在陕西西安，延续了36年的西安城墙新春灯会今年变得更“潮”了，形象分别源自唐代妇女、金甲武士、文人墨客等。此次首发的以古丝路上友好使者为创意的“盛唐天团”IP人物形象，一亮相即“出圈”。灯会相关主题限定数字藏品和文创产品在线上线下热销。

“继电影院里看电影、博物馆里过大年之后，看演出、逛书店、赏国潮、围炉煮茶等活动正在成为不少人打开农历新年的方式。”有专家指出，随着防疫政策优化调整，这类新场景、新风尚不仅为春节文化注入更为丰富的现代元素，也为新一年文化消费增添了新的动力与期待。



▲西安城墙新春灯会现场，市民游客们登上千年古城墙，漫步在闪耀花灯之中，感受古城绚烂夜色。
龚仕建摄（人民图片）



▲1月25日，人们在河南洛阳二里头夏都遗址博物馆参观。
张明伟摄（人民图片）



中央广播电视总台《2023年春节联欢晚会》（以下简称“总台春晚”）以“人民的春晚”为主旨，在连接、展演和陪伴几个层面多有追求和探索，可圈可点。

个体与时代的连接

奋斗的普通人聚集在一起，构筑了我们的时代。总台春晚始终依托时代与人民，连接起个人、光阴、时代，讲述着大时代里那些鲜活个体的生命与爱的故事，那些“红了樱桃绿了芭蕉”的光阴的故事。

2023年总台春晚对这一属性的追求表现得尤为清晰。比如《你好，陌生人》，不仅是一首歌曲，更是一次全国人民共同参与的情感传递。总台春晚剧组和央视新闻联合创作，总结了全年的暖心瞬间，推出定制视频，陌生人之间互帮互助的举动带来了刷屏效应。之后，剧组以此为基础，在茫茫人海中找到了这些传递温暖和善意的人。这些来自全国各地的普通人与歌手在晚会现场“云合唱”：“我为何把手伸给了你，我也接受过陌生人的好意……”人与人之间朴素真挚的情感缓缓流淌，注入更多人的心田。这个节目堪称2023年总台春晚“人民的春晚”这一主旨的生动体现。

这档晚会在温情之外亦不乏辛辣。现实题材小品《坑》关注社会热点，对“躺平式干部”的讽刺入木三分。引人瞩目的还有年轻脱口秀演员质朴幽默、网感十足的表演。晚会针对不同年龄层的话语均有所呈现，关注维度兼顾整体性、细微性、现实性，折射出我们生活在一个自身和他人相互构成的世界，彼此的生活融合交织，而这些小故事、微情感聚沙成塔，最终汇集我们的国家、民族和世界的大事情和情感洪流。

传统文化的创新表达

以数字化为晚会赋能，用更多方式进行中华优秀传统文化的创新表达，是2023年总台春晚的另一亮点。今年春晚注重让传统文化在艺术和技术交融的数字影像和虚拟现实中得到重塑和新生。作为一场技术和艺术交织的畅想，推动了观众知识体系的更新和审美水平的提升。

2023年总台春晚在节目设置、色彩运用、舞美设计上，多有对中华优秀传统文化和中国美学的创新性表达。如通过高科技手段，上古神兽跃上荧屏与孩子同台演出，媒介语言新颖，全面调动观众感官；被联合国教科文组织列入世界

人民的春晚 温暖的守望

殷乐

非物质文化遗产名录的“南音”，与歌手的演唱融合在一起，兼具古典意蕴与现代感；在虚拟现实技术加持下，舞台上光影编织的经纬线灼灼其华，汉服舞者在其中熠熠生辉，呈现出“五星出东方利中国”的汉锦之韵……春晚节目追溯传统又发扬了传统，源于日常又升华了日常，诸多纯净美好铺陈流转，唤起观众对美的感受和体验，展现了中华民族勃勃向上的不懈追求。

饱含温暖的陪伴

2023年总台春晚烘托了春节团圆欢聚的氛围，为观众带来饱含慰藉与希望的陪伴。

晚会利用多种手段营造氛围，既有实体空间的烘托，又有虚拟空间的渲染。实体空间的烘托方面，今年春晚通过在国内外约500个城市的文化广场上的8K超高清公共大屏，配合云听客户端的三维菁彩声实现同步直播，并同时登陆海外十余块户外大屏、院线银幕等。虚拟空间的渲染方面，今年春晚十分重视色彩叙事的力量，着力满足受众的精细化审美需求。如以中国传统色为主题的节目中，青年舞者充满张力的舞蹈加上视觉交互设计，将银朱、凝脂、缃叶、群青、玄天5个色系一一打开，数字场域中的中国传统色令人目眩神迷。

年味，是团圆的味道，是人与人的相互温暖和守望。2023年总台春晚以“欣欣向荣的新时代中国，日新月异的更美好生活”为主题，发出了春天的开启之声，奏响了民族的文化乐章。

（作者系中国社科院新闻与传播研究所应用新闻学研究室主任、研究员）

上图：2023年总台春晚节目《百鸟朝凤》。中央广播电视总台供图

文化只眼

一部剧带火一座城

杨杉

在刚刚过去的春节长假，由于电视剧《去有风的地方》的热播效应，到云南大理打卡的人群激增，大理迎来了久违的旅游热潮，成为今年热度最高、话题性最强的旅游目的地之一。

一部影视作品带火一座城的现象在国内外都不罕见。在新西兰，电影《指环王》让玛塔塔小镇成为充满神秘色彩的旅游目的地；在日本，动漫《名侦探柯南》让鸟取县大荣町成为了柯南主题旅游小镇；在韩国，电视剧《来自星星的你》让京畿道法国村成为“韩剧迷”不能错过的热门地点……

在国内，近年来类似的案例也层出不穷，尤其是近日热播的《去有风的地方》，以前所未见的联动力度为当地旅游添了一把“火”。该剧以大理作为主要取景地和故事发生地，将当地的风光、美食以及非遗技艺都融入剧集当中。尤其是充满了田园诗意的乡村生活，让观众的心都迫不及待地飞去了云南，一边热情追剧，一边搜索旅游路线。据某旅游平台统计，自1月3日《去有风的地方》开播后一周，云南相关内容搜索量暴

涨，“大理”搜索量增长近两倍，“沙溪古镇”增长超十倍。与此同时，该剧还带动云南美食登上了热搜，让过桥米线、鲜花饼、包浆豆腐等在购物平台上销量大涨。

从这股全民“追风”的热潮中，我们看到，影视与旅游之间可以相互“牵线搭桥”，而桥梁能否畅通，关键还在于品质。好戏、真情、美食、美景一个都不能少，还要融合得天衣无缝，才能造就共赢。以《去有风的地方》为例，该剧讲述了主角许红豆在遭遇好友突然离世后，辞职来到大理云南村散心，在这里邂逅了旖旎的自然风光，住进了诗情画意的有风小院，认识了各种不同经历的租客们，与回乡创业的年轻人谢之遥结下了不解之缘。美丽的洱海、历史悠久的古镇，为故事的发生创造了诗意的空间。当地的特色物件和技艺，也都自然地融入剧情与角色行为之中。从云南米线、乳扇饵块，到传统白族扎染、非遗刺绣和剑川木雕工艺等，电视剧向观众铺展出一幅秀美大理的瑰丽画卷。

不仅如此，《去有风的地方》还以“慢”为

基调，从返乡创业助力乡村振兴、离开都市找寻自我、大理山水绮丽风光等多个维度交织谱写出当下大理的精神气韵和人文底蕴。在景观上展现了多姿多彩的大理风貌，在情感上聚焦年轻人的精神向度，探讨了心灵自由的意义。让观众从大理的人美、景美、情美里汲取能量，不急不躁沉浸于慢生活之中，踏寻“风”的足迹，感受这片土地的勃勃生机。

娓娓讲述暖心故事，生动展现自然风光、人文风情与历史积淀，《去有风的地方》成功点燃了观众的旅游热情，为当地拓展文旅产业边界、优化旅游空间布局提供了有力支撑。这是“影视+文旅”融合发展的成功，更是电视剧制作团队与当地政府的共同努力的收获。

新年甫至，《去有风的地方》虽然为“影视+文旅”提供了样本，但要想复制成功却并非易事。纵观国内外，类似的成功案例都具备一个核心特点，那就是剧集品质过硬、内容经得起考验。影视作品首先要讲好故事，提升自身IP质量，才能拥有持续衍生的能量。地方文旅产业也需要完善融合发展机制，充分发挥当地特色资源，创新手段和模式，实现IP落地。简单复制和低质量跟风断不可取，只有双向、持续赋能，打造从线上到线下的极致体验，才能充分释放影视产业势能，拥抱文旅融合发展。

“百花迎春”大联欢奏响春天序曲

本报电（记者赖睿）作为中国文联已有20年历史的重要品牌活动，“百花迎春”——中国文学艺术界春节大联欢于1月22日（正月初一）起在CCTV-6和多个地方卫视及网络平台播出。老中青艺术家、文艺工作者和全国文艺家协会代表汇聚一堂，以精彩的演出共贺新春。

今年“百花迎春”大联欢以“向着春天出发”为主题，将行进中的高铁作为舞美基调和主线，用艺术勾勒车内车外的团圆图景和壮美山河。文艺工作者化身列车员与观众进行互动，在车厢内给观众带来充满创意的拜年。

节目呈现上坚持创造性转化、创新性发展。《戏曲联唱》选用观众耳熟能详的选段，涵盖京剧、豫剧、黄梅戏

等多个剧种，以跨界混搭的方式呈现传统戏曲风采；《年画舞》从“新生活·新风尚·新年画”展览中精选多幅年画作品，融合科技、美术、民俗、舞蹈等多种元素，展现老百姓劳作、丰收、过年的欢乐景象；杂技《炼》彰显了百炼成钢、百折不挠的精神内涵。

节目内容贴近现实生活。晚会主题歌《千千万万个你和我》讴歌了在各岗位上发光发热的平凡人物；语言类节目聚焦“回家”和“出发”的主题；《国乐耀大湾区》《春意福盈》《节日欢歌》等节目以小见大，展现了各地建设成果。

今年的“百花迎春”大联欢还登陆了全国各地高铁站和高铁电视，让文艺精品伴随全国各地的旅客一路同行，为旅途增添艺术之美。