

近年来,随着我国经济持续快速增长和居民收入的不断提高,居民在文化消费上的支出也逐年增长。统计数据显示,2018年,全国居民人均教育文化娱乐消费支出为2226元,占人均消费支出比重的11.2%。

己亥年春节将至,文化消费又到了一个“井喷季”。人们除了置办年货、走亲访友,观影观展、赏剧赏戏、看直播玩游戏等各类文化消费活动也成为欢度春节的重要方式。

春节放大假,去看场电影吧

本报记者 于 帆

“扎堆”“备受期待”……每年临近春节,业界都要为电影春节档冠以此类标签。综合历年春节档电影票房、观影总人次以及上座率等数据来看,春节档确实是中国影市全年最重要的档期之一。今年春节期间,依然有多达11部电影选择同期竞争。为了占得先机,早在数周之前,多部影片就开始进行营销。由于这些电影背后的制作团队及演员阵容都不容小觑,因此今年春节档的竞争又被影迷戏称为“神仙打架”。

“刷屏”又“刷墙” 营销花样多

一部名为《啥是佩奇》的短片春节前在各大社交平台刷屏。片中讲述的亲情故事更是感动了众多网友。作为春节档电影《小猪佩奇过大年》的宣传片,这部短片不仅令“佩奇”成为搜索高频词,还使得更多人注意到了这部由动画片衍生而来的大电影。不少网友看过短片之后,因为感动于短片中爷爷对孙子朴实的疼爱之情,主动为自己预订了一张《小猪佩奇过大年》的电影票。

《啥是佩奇》的火热传播,令业界对观众的“自来水”效应寄予厚望,希望这部电影能够突破特定观影群体,引爆更广泛的观影热情。除了宣传短片刷屏,在乡村“刷墙”传播广告语的形式也再度回归。“大年初一不收礼,全家进城看佩奇”——这是《小猪佩奇过大年》在乡村墙壁上展开的“土味营销”。这样的营销方式并非今年春节档的个例。“要当贪官牢底坐穿,《廉政风云》人人要看”“成龙大哥电影贺新春,打造美丽新农村”……一眼望去,乡村白墙上的这些电影宣传标语亮眼夺目,这一不走寻常路的营销手段,将影片宣传下沉到了广阔的农村市场。

喜剧、动画之外还有新类型

比起绞尽脑汁吸引观众走进影院的花式营销,观众最关注的还是今年春节档电影到底好不好看。据猫眼研究院分析,过去3年的春节档,喜剧、动作类型的电影占比较高。

记者在淘票票平台看到,今年春节档预售榜中,《疯狂的外星人》《飞驰人生》和《新喜剧之王》3部喜剧片目前处于领跑位置,点映及预售票房分别突破9900万元、8800

万元、8600万元。凭借宁浩、黄渤、沈腾、周星驰等人在喜剧电影的知名度,观众对这3部电影的期望值较高。

除了惯常的喜剧片和动作片,今年春节档迎来了一部科幻类影片《流浪地球》。这部根据刘慈欣原著小说改编的影片,在北京点映后,获得了业界、观众乃至科幻迷的肯定,被不少影评人评价为“真正意义上的科幻大片”“为贺岁片提供了新的视野”。在业内人士看来,这部核心主创全部为中国青年电影人的作品,将极大地提升国产科幻电影的创作信心;悬疑、犯罪类电影《廉政风云》也是春节档电影中不常出现的类型,尽管从“常识”来看,片中的悬疑、犯罪、反腐元素,与春节欢乐、团圆的气氛并不相符,但原汁原味的港片风格,还是为今年春节档带来了不一样的选择。

春节合家欢,档期内总少不了动画电影。据过去3年票房数据显示,动画电影占春节档总票房比例为5%至8%。除每年春节上映的《熊出没》系列外,今年新增了《小猪佩奇过大年》。不过,与《熊出没·原始时代》不同的是,《小猪佩奇过大年》是由全新动画剧集组成并搭配真人出演。

市场容量增大 票房有望“水涨船高”

多家分析机构认为今年春节档的票房表现值得期待。在优质内容增多、影院渠道下沉、小镇青年崛起等因素的共同影响下,今年的春节档总票房预计突破70亿元。

目前全国银幕总数已突破6万块,这也带动了电影市场规模的快速增长。不过业界也在思考,在这一市场背景下,春节档究竟能够容纳多少部大片?猫眼研究院分析过去3年春节档电影的单片票房占比发现:单片票房总额不断提升,已经迈向20亿元大关;同时,市场上可以容纳的票房5亿元左右的电影也在逐年增多。可以预测的是,在今年春节档上映影片数量增多、题材丰富和演员阵容实力强劲的背景下,票房规模有望“水涨船高”。

电影票房分析人士尤为强调了三线至五线城市消费者对电影票房的贡献作用。春节期间人口回流,带动了观影消费下沉,三线至五线城市成为电影票房贡献的中坚力量。对此,也有分析机构提醒片方,在着力挖掘小镇青年观影潜力的同时,应为他们打造更为精准的电影营销方案。

赏剧观展成春节消费新选择

本报记者 苏丹丹

近年来,赏剧观展已成为春节文化消费的新选择,话剧、舞剧、音乐剧等内容丰富、形式多样的演出和各类文创展览切实地满足了人民日益增长的美好生活需要。

为丰富百姓春节文化生活,全国各大剧院和演艺机构纷纷推出了高质量的演出剧目。春节前夕,澳大利亚国宝级踢踏舞剧《踢踏狗》、音乐剧《我,堂吉珂德》等精彩剧目已经在北京保利剧院相继上演。春节期间,北京保利剧院还将推出俄罗斯芭蕾舞剧院多媒体芭蕾舞剧《天鹅湖》和《胡桃夹子》,为观众带来芭蕾舞剧合家欢盛宴。

由北京丑小鸭剧团精心筹备的“2019新春演出季”也将从2月5日(大年初一)开始在全国展开,《丑小鸭》《绿野仙踪》《小红帽》《海的女儿》《三只小猪》《小蝌蚪找妈妈》《企鹅的北极熊爸爸》等13部形式多样、内容丰富的儿童剧将分别在北京、安徽合肥、湖北宜昌等地演出52场,陪伴全国小朋友共度一个充满童话色彩的新春佳节。

随着春节临近,上海的演出市场也日渐火热,爱尔兰踢踏舞剧《大河之舞II舞起狂澜》、芭蕾舞剧《哈姆雷特》、

西班牙舞剧《卡门》等陆续在上海大剧院、上海国际舞蹈中心等上演。据了解,1月26日至2月4日(除夕),上海各大剧场推出了14场不同风格的舞剧演出,陪伴上海市民喜迎新春佳节。

2018年12月20日,由天津市委宣传部、市文化和旅游局、北方演艺集团主办,天津市文化惠民演出联盟和天津演艺园承办的“金猪贺岁·百戏迎春——2019跨年演出季”拉开了帷幕。本次演出季将持续至2月20日,其间,312场精品演出轮番登台:津味儿十足的话剧《海河人家》《闯江湖》为观众讲述老天津的那些事儿;儿童剧《儿童百货商店》《三个火枪手》将陪伴小朋友们度过一个充实的新年;英国TNT剧院原版英文话剧《罗密欧与朱丽叶》等一批海外精品剧目也将为天津市民献上不一样的文化大餐。

除了观剧,许多有意思的文创展览展示活动也为消费者提供了不一样的选择。

春节前夕,由国内创意团队“正经做梦”打造的贺岁大展“正经动物园”沉浸式主题体验展在上海开幕。该展横跨元旦、春节、元宵节等多个节日。展览以人与动物的角色转换为开端,运用最时尚的元素及黑科技,以年轻潮流的视觉语言直观地呈现动物眼中的世界:数百只奇妙动物串联成30多个打卡互动故事场景;联手动物保护公益组织,潮流品牌于场景内埋藏秘密彩蛋、揭秘动物冷知识……展览现场不仅充满了令人耳目一新的奇妙场景,同时也围绕人与动物的关系展开思考,让观众在以人为中心的世界中思考“我”与自然界万千物种的关系。该展览将持续至3月24日。

于1月18日至3月18日在天津举办的“天津杨柳青木版年画藏品文创精品展”也为今年春节增添了一抹亮色。此次文创精品展展出了天津杨柳青木版年画博物馆近年来开发的大量巧妙精致、富有创意的文创产品:精美的内画壶、古朴的瓷瓶、晶莹的琉璃挂件、实用的丝巾……同时,展览还特设了年画技艺展区,现场揭秘制作古老年画的神奇技艺,观众也可以亲身体验如何创作年画线稿。

陕西省韩城市司马迁祠景区将于2月5日启动“司马yaya邀您共动漫”春节动漫季游园活动。其间,游客不仅能够参与真人动漫Cosplay巡游狂欢,还可以在主办方精心打造的动漫展区参观体验。同时,现场开辟了动漫集市,20多种动漫体验项目可满足游客亲手制作动漫手工艺品的需求。“我们希望借助‘动漫+旅游’的模式,进一步丰富旅游产品供应、优化旅游消费环境,从而激发本地旅游市场活力,全方位推动韩城旅游市场消费升级。”主办方有关负责人说。



春节档部分电影海报

网络文创新意多,足不出户过大年

本报记者 张 婧

互联网时代的春节,当然少不了各种线上活动。为了让广大网民足不出户就能过个年味儿十足的春节,各互联网平台绞尽脑汁地筹备了各类网络文化活动,希望借助打造“线上欢乐春节”,在扩大文化消费的同时,让年轻人更好地了解中国的节日文化和民俗,进而推动优秀传统文化的传承和创新。

在中国人的年俗文化里,习惯通过各种仪式讨个好兆头,例如贴春联、剪窗花、守岁等,通过参与这些有仪式感的活动给来年攒足好福气。

今年腾讯QQ推出的新春活动——“福气‘袋’回家”,通过分享福气的网络社交新玩法,让乐于分享的年轻用户在互联网上互相传递福气,在QQ上玩着过年。1月28日(小年)到2月7日(大年初三),用户打开QQ就可以进入“福气‘袋’回家”活动,赢取福袋后立刻分享给好友,即可解锁现金红包和卡券宝箱,体验“众乐乐”的狂欢,在传递福气的过程中体会浓浓的年味儿和友情。为了让年轻人感受中华优秀传统文化之美,该活动还将中国传统年俗融入线上互动。在QQ“新春游园会”中,用户通过挑战3款以舞狮、灯笼等为灵感的互动小游戏就能轻松赢取福袋。同时,QQ“新春游园会”里还穿插了“门神”“祭灶”“岁酒”等年俗知识以及鱼灯、年画、刺绣等传统手工艺品的介绍,让年轻用户通过线上互动了解中华优秀传统文化。

如果“福气‘袋’回家”中的互动小游戏玩得还不过瘾,那么,由腾讯游戏专为春节打造的《佳期:团圆》将给玩家带来更有意思的游戏体验。玩家在游戏中不仅能够攻克难关、收集卡片、与亲朋好友趣味互动,更能随着游戏的指引,追本溯源,探索民俗文化的奥秘。作为一款传统文化公益游戏,《佳期:团圆》取材各地独特的春节风俗习惯,力求在喜庆的年味儿中,为大家开启一扇属于中华儿女的文化记忆之门,在引领用户体会传统佳节文化内涵的同时,

感受节日背后蕴藏的温暖与魅力。

除了玩游戏,看直播也不失为充实新年假期的好方式。

自古以来,广州便拥有“花城”的美誉,迎春花市更是广州一项极具特色的传统活动。为了充分立体呈现迎春花市,让更多人领略其独特魅力,今年广州市紧跟时代潮流,携手酷狗音乐,通过短视频、直播、音乐等媒体形态,为传统花市带来更多新玩法。1月31日至2月8日,在广东省网信办、广州市委宣传部指导下,酷狗直播平台上将会集来自全国各地的125名网络主播,以直播和短视频的形式,为线上用户带来连续9天丰富多彩的春节内容,其中包括“歌声唱旺花城”“主播带你逛AI花市”等。在“主播带你逛AI花市”中,网络主播将带领线上观众逛一逛具有岭南特色的AI无人花店,欣赏19位世界花卉协会花艺大师为广州2019年花市设计的19款年花作品。“科技+花市”将令传统花市活动焕发出新的生机。

当然,在参与各类网络文化活动以及享受网络文化消费带来的快乐和便捷的同时,网络安全专家也提醒广大网民,注意防范春节前后“蹭年味儿”的网络诈骗。

360“安全大脑”、360猎网平台近日发布的《2018网络诈骗趋势研究报告》预测,春节前后,“蹭年味儿”的网络诈骗进入高发期。报告对最近5年的网络诈骗进行了大数据分析,分析显示,2014年至2018年,综艺类电视节目深受钓鱼网站“青睐”。从2017年起,模仿热门网络游戏的钓鱼网站成为诈骗分子的“新宠”。此外,移动支付也未能幸免。红包诈骗则以“诱导分享”居多,其中还会让用户填写个人信息,并进一步借此实施诈骗。

“网民受骗后一定要及时报警并向反诈平台举报。”专家说,“每一条举报信息都被收入反诈平台的大数据,为警方破案提供有效的线索,帮助破案,避免更多人被骗。”



在QQ“新春游园会”中,网友可以观看多位传统手工艺人创作鱼灯、年画、刺绣等手工艺品的视频,还可以设置春节专属的网络聊天背景,让新春年味儿更浓。图为视频中展示的锦鲤鱼灯。



“正经动物园”沉浸式主题体验展海报