

对提升文艺创作整体品质的思考：  
“繁花热”后说“花瓣”

▶ 6版·文艺百家

舞千年：  
文物如何成就了爆款舞蹈作品

▶ 6版·文艺百家

戏里戏外的人生交错  
——评电影《热辣滚烫》

▶ 7版·影视

# 梨园一脉共唱响 传承有我少年强

——有感于中央广播电视总台《2024年春节戏曲晚会》

尚长荣

又是一年唱大戏。中央广播电视总台《2024年春节戏曲晚会》是一场戏曲与中国文化的大聚会，一次戏曲人与广大观众的大联欢，一方用戏曲艺术向世界讲好中国故事的大舞台。看到年轻的戏曲艺术工作者那样用心用力，在共同打造戏曲演出新样态，我感到由衷的欣慰和动容。

梨园一脉共唱响，这不仅是一台大戏，更是对戏曲传统的一种坚守与延续。

口传心授，耳手相传，传承始终是春节戏曲晚会的立足点。老中青少四世同台接力奋斗，共传梨园薪火，展现了戏曲艺术代代相传、欣欣向荣、生生不息的繁荣气象。

戏曲艺术的平衡发展，既需要关注大剧种，又不能忽视小剧种。春节戏曲晚会充分尊重保护戏曲剧种生态的多样化，通过创新实践给更多剧种在大舞

台上展现的机会，为小剧种振兴提供新思路、新平台。《天下客棧》汇聚“天下第一团”，集结五音戏、湖剧、京剧、汉调桡桡等稀有剧种，讲究的是“天下一家”，在大团圆的氛围中凝聚合力，让“天下第一”不再是孤独的唯一。对各自古老剧种的热爱和传承下去的愿景，让这些可爱的年轻演员在发光，以“一棵菜”的劲头，开出了戏曲百花园中一朵新花。我相信，只要给这些剧团和传承人一个展示的舞台，他们就一定能把剧种继承下来，把戏曲传承下去，在新时代观众心中“活起来、亮起来、燃起来”！

传承有我少年强，这不仅是一台大戏，更是对戏曲传统的一种焕新与发展。

每年的春节戏曲晚会都以传帮带的方式，为戏曲新人提供展示和历练的平台。今年的春节戏曲晚会更着重提供广阔的舞台挖掘新秀，助推新作，培育戏曲发展的新生力量，让戏曲艺术在

新时代焕发新活力。

如今的戏曲舞台，“90后”“00后”已经挑起大梁，从“青京会”上脱颖而出的梨园新面孔，带来了戏曲唱段荟萃《龙飞凤舞》《龙凤呈祥》等，原汁原味的经典唱段经过精心编排，在历久弥新中尽显戏曲新生代朝气蓬勃的精气神。《国风超有戏》通过现代创意手法，戏曲元素与流行音乐相结合，以国潮全新演绎传统精粹。戏曲唱腔婉转悠扬，说唱音乐抑扬顿挫，展现出戏曲的时尚感，让年轻人与戏曲零距离接触，看到了戏曲的新活力与新魅力。

《一脉相传》节目录制的时候，我和我的学生以及很多青年演员、戏曲萌娃同台演出，最小的演员才三岁。寒冬时节的户外舞台上，看着一群小小的身影在有条不紊地表演着的样子，我真是非常感动，那一刻的风是冷的，但所有人的心却是暖的，年轻人的表现让我们对戏

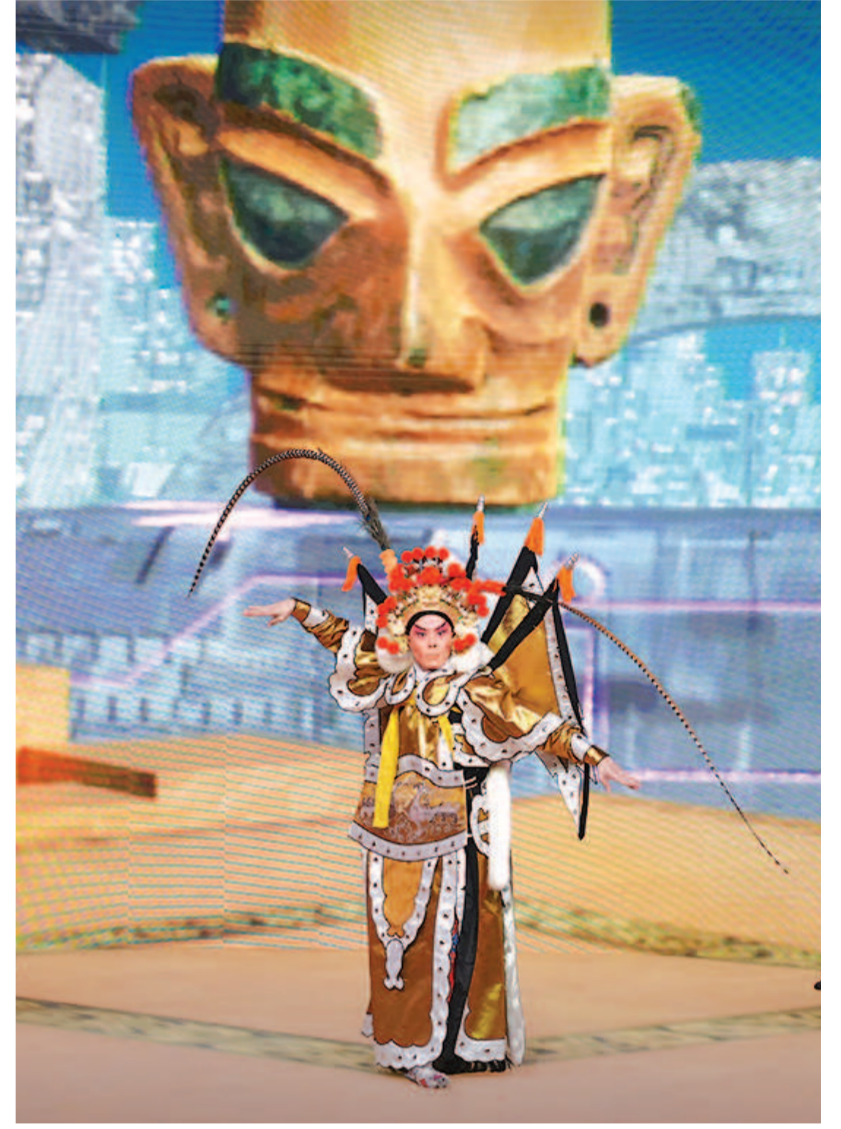
曲的未来充满信心。

梨园一脉共唱响，传承有我少年强。中华优秀传统文化在传承与创新中不断发展，让春节戏曲晚会焕发年轻态。

戏曲艺术就“活”在你我身边，不断革新、创新、出新，充满生机、活力和希望。中央广播电视总台《2024年春节戏曲晚会》让传统与现代、经典与流行文化有机融合，既突显了传统戏曲文化富有历史连续性的深沉韵味，又为戏曲文化注入了更加年轻态、青春化的活力，让更多观众尤其是年轻群体从了解戏曲、欣赏戏曲到由衷爱上戏曲。

我们期待着通过春节戏曲晚会这个平台点燃更多中国人心中的戏曲情怀，唤醒中华血脉中更多的戏曲基因，让戏曲之声响彻新时代。

（作者为著名京剧表演艺术家、中国文联荣誉委员、中国剧协名誉主席）



中央广播电视总台《2024年春节戏曲晚会》剧照

# 回应宏达之间：传统节日的焕活与传承

——以甲辰龙年春节为例

刁基诺

2024年春节前夕，中国农历新年被确定为联合国假日，农历新年被赋予了更多的世界性意义。经过几千年的传承，传统文化与民族精神已经浓缩至传统节日这一载体，揉入老百姓的生活之中。思考如何焕活中华优秀传统文化的精神力量，进而为中国特色社会主义文化的大发展大繁荣服务；如何以中华优秀传统文化为根脉，不断铸就中华文化新辉煌、建设中华民族现代文明；如何让中华优秀传统文化在传统节日的载体中生生不息，焕发新生机、新活力和新价值，从而不断推动中华优秀传统文化的创造性转化、创新性发展，让中华文明始终屹立于世界文明之林，是新时代有识之士在文化传播、文明互鉴发展中的宏达之间。

刚刚过去的甲辰龙年春节，展现了焕活发展的蓬勃劲头，在岁序更替中交上了一份高分答卷。

## 产业之于假期： 假日经济的良性信号

北京大学经济学院副院长张亚光认为，假日经济不仅是拉动消费的需求，也是人民群众假日生活的需求。自古以来，节假日就给商家提供了非常好的营销卖点和营销资源。然而，以往的假日经济消费在给市场注入“强心剂”的同时也总伴随着一些“心有不甘”，一些商家盲目停留在“价格战”的误区，借假日经济引来的消费商机做出借机涨价、“宰客”、服务意识欠缺的不当行为，让老百姓的消费意愿因为对市场商家的信任危机打了折扣，这无疑不利于假日经济的可持续发展。龙年春节则呈现出积极向好、有序焕新的市场态势，在政策引导下让老百姓对传统假日的经济消费充满信心，从而释放出我国假日经济迈向良性轨道的积极信号。是有为政府和有效市场的高度结合，才真正让假日经济焕活起来。

在有序市场的支撑下，龙年春节成为了近三年破亿速度最快的春节档期。据灯塔专业版数据，中国电影龙年春节档票房80.2亿元，观影人次超1.6亿，总场次（含预售）突破375万场，均为档期史上最高。与此同时，上海以“乐游上海过大年——一路繁花 全城寻龙”为主题，推出200余项上海假日文旅推荐活动；内蒙古自治区举办“欢欢喜喜过大年 游龙御马迎新春”主题活动，推出惠民措施60余项；江苏省连云港市推出龙年“文旅惠民大礼包”，组织开展惠民活动400余项，面向全国游客发放200万元连云港市文旅消费券；四



▲今年央视春晚西安分会场，通过科技赋能和新业态的融合创新，将整个节目与《长安三万里》这个大IP巧妙结合在一起，对传统之美做沉浸式的现代呈现，不仅成为当晚的爆款节目，而且借助春晚的全球直播实现了文化传播的扩域。图为西安分会场上出圈的节目《山河诗长安》。

▶全国各地通过举办与潮流文化相结合的特色民俗体验、非遗文化表演、庙会灯会等传统民俗活动，带动了综合消费增长。图为春节期间岭南地区热闹的醒狮表演。（图源：“广州文广旅”公号）

川省南充市发放“文旅消费·乐享南充”2024年春节文旅消费券，消费券通过猫眼App领取，消费达标即可自动抵扣消费券立减金额。这背后都是文化和旅游部产业发展司支持引导各地依托本地特色活动和传统民俗，更好满足群众春节文化和旅游的消费需求。

文旅市场的“红利”也激发涌现出“南北迁徙”“反向旅游”“长线旅游”等创新消费场景。各地通过举办与潮流文化相结合的特色民俗体验、非遗文化表演、庙会灯会等传统民俗活动，带动了综合消费增长。我们看到，北方冰雪旅游火爆出圈，南方避寒旅游也持续升温。横店春节大庙会以其独特的影视穿越和传统民俗的融合，依托《山海经》中的传统文化元素，以爆款剧元素、影视级手法、匠人级工艺等，打造沉浸式仙侠灯会；从大年初一开始，每天有近万人次的市民游客到象山影视城欢度春节，且在历史文化街区中，杂技

和越剧表演轮番登场共享过年氛围。一些原本关注度不高的地方成为消费的新目的地，主打放松随性，从而缓解热门景点爆棚的旅游压力，释放文旅新动能。

## 个体之于团圆： 民间主体的主动融入

在融媒体时代，自媒体的融入更加焕活了传统文化的热度。每个个体都在主动融入一种分享、记录、传播的机制。无论是探访传统村落寻找浓浓的年味儿活动，还是热衷于记录生活中的每一件小事，在传统节日的焕活中，每个人都是展示的主体，是自己的主角。山西临汾乐器主播@唐尧锣鼓张勇和湖南凤凰音乐主播@苗人三蛋在家乡组织了“我要办村晚”的活动，前者

在泊庄村的大戏台，后者就在腊尔山镇镇的篮球场上，他们想通过村晚，通过直播让更多人看到家乡的风貌。这两场活动共有近200名村民参与了表演，甚至在节目结束后，山西的乡亲们不愿散去自发打了一小时锣鼓，而湖南的村民们在苗鼓声中上台和主播一起跳舞。在抖音平台，近1600万人收看了这两场直播。他们每个人都在记录着生活，他们都是文化的亲历者，也成为其他文化观察者的被观察对象。就这样，每一个个体都实实在在地融入进文化，融入进团圆，融入到焕活文化、传播文化的道路中。

对于春节，万变不离其宗的是团聚和祝福，但是团聚和祝福的形式和载体发生了有趣的变化。尤其是年轻人群体，让传统节日以新的形式焕发着不一样的光彩。根据小红书公益与非遗传播研究中心联合发布的《小红书春节非遗生活指南》，超过52万人发布了关于

非遗的相关笔记内容，非遗话题浏览量达12亿人次，其中剪纸话题浏览量4.1亿人次，绒花话题浏览量2.3亿人次，缠花话题浏览量2.2亿人次；每分钟约有三篇非遗相关内容产生，年轻人用非遗拉满了春节的年味仪式感，成为了过年艺术家。小红书上还出现了18万+手工与手作店铺，提出了“副业首选非遗”的口号，让非遗成为了致富密码。龙年春节的焕活，还体现在人们把团聚的形式与健康成长结合在一起。滑雪、潜水、学技能，在享受美食盛宴的同时，积极进行身材管理，相约健身，提醒打卡，利用假期悄悄变美蜕变，也成为一种新的趋势。另外，一些老字号匠心独运，结合当下的饮食趋势和审美需求，融入新的烹饪技术与食材，让预制菜批量登上中国家庭的团圆饭桌，成为龙年春节的新表现。

水滋润万物也可以容纳百川，能承载、能包容。而中华优秀传统文化就像

水一样，无论个体焕活传统文化的形式怎么变化，无论是何种“容器”作为载体，承载的传统文化，承载的团圆和祝福都不会改变。在科技赋能生活的新时代，纵然年货已经换成了电子产品，红包都用数字人民币替代，但是那些精美的非遗物件，精致的民族服饰，一声声唱腔，红彤彤的灯笼，好吃的年货，和各地多元又独特的新年习俗，才是看得见、听得清、摸得到的属于中国人独有的文化浪漫。

## 民族之于世界： 文化传播的边界扩域

正如中国社会科学院研究员刘大先所言，任何一个族群性的、地方性的节日，如果在历史进程中依然具有传承的活力，就需要在文化传播、文化接触的过程中，保持自身精神文化内核的同时，不断把自己的边界扩大。龙年春节，我们看到了许多减少“文化折扣”、将中国传统文雅载体节日的形式进行海外传播的生动案例。

比如今年央视春晚西安分会场，通过科技赋能和新业态的融合创新，将整个节目与《长安三万里》这个大IP巧妙结合在一起，对传统之美做沉浸式的现代呈现，不仅成为当晚的爆款节目，而且借助春晚的全球直播实现了文化传播的扩域。

春节期间，普宁南山英歌队受邀赴英国演出，在伦敦街头吸引了70万人围观。海外友人们纷纷举起手机记录下精彩瞬间，“伦敦刮起英歌舞风”等话题登上了多个热搜榜单。通过这一事件，很多人了解到英歌作为广东潮汕地区民间舞蹈，距今已有300多年历史，2006年被列入第一批国家级非物质文化遗产项目名录。普宁英歌舞国家级代表性传承人，68岁的陈来发感慨，传统文化不仅吸引了更多年轻人前来潮汕拜师学艺，英歌也通过潮汕走向了世界。

龙年春节良好的市场态势为我们提供了思考“中华优秀传统文化和现代经济怎么结合”，以及“传统节日如何更好地活在当下”的契机。传统节日焕活的背后是市场对假日经济的信心，是产业对市场有序的自觉维护，是每一个人作为主体对传统文化的自发投入和热爱，更是传统节日所承载的对中华文化的自信和对文明复兴的期盼。

（作者为中国传媒大学文化产业管理学院教师、中国传媒大学青年拔尖人才）