

饱口福、品文化、享玩乐

——元宵节消费市场一线观察



▲2月5日,在河南省开封市尉氏县西湖办事处小西门村,民间艺人在表演舞狮。

老字号汤圆创新“中西混搭”满足年轻人的尝新味蕾,文化地标内非遗项目传承人三代同堂的游客互动,各地赏花灯、猜灯谜、坐游船等活动精彩纷呈……紧接春节假期的“开门红”,元宵节各地餐饮、文化、旅游等消费场景火热持续,印证2023年消费复苏的潜力和活力。

●饱口福: 团圆、健康、新意一样都不少

元宵节当天,重庆欢乐谷一场火锅汤圆宴人声鼎沸,各种口味的汤圆在不同风味的锅底中翻滚。记者看到,在传统馅料汤圆之外,市面上不常见的一些新品种,诸如麻辣火锅香葱馅料汤圆、番茄咖啡锅底煮软糯芥末馅料汤圆等,受到大批食客青睐。“以往过节芝麻馅豆沙馅的汤圆吃多了,我更乐意尝尝新口味!”“00后”游客戴杰说。

上海老字号乔家栅门店外排着长龙,“中西混搭”的美式咖啡汤圆在年轻消费者群体中人气颇高。乔家栅门店有关负责人介绍,预计今年元宵节前后,汤圆销售量同比增长3倍。

“中华老字号”长沙火宫殿坡子街总店客流爆棚。长沙饮食集团火宫殿有限公司副总经理周后长介绍,消费者多是祖孙三代一起来,人们也不像过去那样“海吃海喝”;为此,火宫殿在口味、套餐等方面及时调整,比如推出橙子口味汤圆等新品和多品类、小份的家庭套餐,“老字号也要跟上新形势”。

节日应景的汤圆不能少,绿色健康的农产品也来“助阵”。在上海农业展览馆主办的“2023上海新春农产品大联展”静安嘉里中心会场,新鲜的大米、蔬菜、瓜果、畜产品、水产品、花卉以及糕点、罐头等琳琅满目,往来消费者熙熙攘攘。不少参展商表示,节日消费需求旺盛,绿色食品消费市场潜力巨大。

●品文化: 传统民俗加创新元素增添消费热度

2月4日晚8时许,重庆铜梁区玄天湖龙舞广场早已坐满了观众,非遗龙舞迎新高潮。打铁花师傅将

铁水抛向空中,另一名师傅用一块木板将高温铁水拍打至高空,刹那间绽放成美丽的烟花。赤膊上阵的舞龙汉子挥舞着喷火的大龙,在漫天火树银花中跳起龙舞,令人叹为观止。

被列入首批国家级非物质文化遗产名录的铜梁龙舞吸引游客纷至沓来,已形成颇具潜力的产业。据重庆市铜梁区文化和旅游发展委员会统计,当地龙灯制品相关产业年产值约5000万元;龙文化旅游业门票直接年收入达2000余万元。

重庆玄天湖文化旅游开发有限公司副总经理杨勇介绍,元宵节的两场龙舞表演总计近4千张门票全部售罄。

2月5日,夜幕降临时,长沙火宫殿坡子街总店院子里灯火通明,人声鼎沸。曲牌锣鼓、长沙弹词等非遗项目传承人轮番登场,为游客奉献2个小时的“元宵喜乐汇”,台下的游客一边看表演一边吃汤圆,还能在现场参与互动小游戏。马蜂窝旅游研究院院长冯晓说,传统文化、民俗引入创新元素的“国潮”成为消费市场上的热点,为越来越多年轻消费者所喜爱,而年轻消费者热衷参与文化活动并在社交平台上分享,又推动了传统文化的传播。

长沙市德思勤24小时书店内人头攒动,在这里,人们一边阅读一边体验传统元宵猜灯谜活动,原来所有的灯谜都藏在书店的试读本里。

书店店长孙玮文说,春节期间的文化消费热在元宵佳节延续。读者有跟随父母前来的学龄前儿童,也有年逾八旬的老人。“当下,既长知识又老少皆宜的文化消费成为节日新潮流。”

●享玩乐: 花灯点亮各地“夜经济”

上海锦江乐园正月十三至正月十五举办“盛世万福元灯夜”活动。由红城门、绢纱、兔子花灯等打造而成的“盛世唐灯集市”,结合舞狮、鼓子舞、霓裳飞天舞等民俗表演,带给人们沉浸式体验。

上海市近日出台信心扩需求



▲2月5日,在四川省会理市会理古城,人们在观看舞龙表演。



▲2月5日,游客在南昌市绳金塔历史文化街区游玩。



▲2月5日,民间艺人在湖南省资兴市人民广场表演舞龙。

稳增长促发展行动方案,明确促进消费扩容升级,大力发展首发经济、夜间经济、直播经济;全面激活文旅市场,市、区联动发放文旅、体育、餐饮、零售等专项消费券等。

锦江乐园相关负责人介绍,自今年1月22日至2月4日,乐园已接待5万余人次游客,实现营业收入500多万元,创下近年来新春期间的新高,“这得益于政府对促进文旅消费的支持。我们今年也将通过节庆、市集活动,在抓好安全生产的同时,吸引更多游客,重振消费经济。”

元宵节之际,各地赏花灯、猜灯

谜、坐游船、放烟花等旅游活动精彩纷呈,为复苏中的“夜经济”更添了一把“火”。重庆市文化和旅游发展委员会介绍,元宵节期间重庆文旅场所共推出100余项文旅主题活动,供市民游客欢度佳节。马蜂窝平台数据显示,元宵节之际,各地夜间旅游平均热度上涨超60%。

上海财经大学商学院教授何建民认为,春节以来,各地在餐饮、文化、旅游等场景发放消费券,高效匹配优质供给,对提振市场信心起到积极作用,助力消费加速回暖。

新华社北京2月5日电

2023年世界中学生冬季运动会中国代表团成立

新华社北京2月6日电 参加2023年世界中学生冬季运动会(以下简称“世界冬运会”)的中国中学生体育代表团6日成立,来自全国6个省、自治区、直辖市21所中学的36名中学生运动员将参加高山滑雪、单板滑雪、越野滑雪、冰壶、花样滑冰等5个大项22个小项的比赛,代表团总人数为65人。

代表团成立大会6日上午以线上线下相结合的方式举行。据教育部学生体育协会联合秘书处副秘书长、代表团团长张爱龙介绍,本届世界冬运会是我国首次选派中学生参加世界综合性冬季运动会,参赛队伍和运动员选拔坚持公开、公平、公正的原则,均是通过选拔赛遴选出来的。各参赛队自1月26日起陆续在吉林长白山(雪上项目)和天津(冰上项目)集训。

教育部学生体育协会联合秘书处秘书长、中国中学生体育协会副主席

刘立新表示,相信遴选出的学生运动员会在场上顽强拼搏,胜不骄、败不馁,在展现我国青少年风采的同时加强与世界青年交流,开阔国际视野、讲好中国故事,进一步推动我国校园冰雪运动发展。

世界中学生冬季运动会由国际中学生体育联合会主办,本届赛事将于2月12日至18日在土耳其埃里祖省举办,共设高山滑雪、冬季两项、越野滑雪、冰壶、花样滑冰、冰球、滑雪定向和单板滑雪等8个大项30个小项。

记者查阅中国代表团名单发现,高山滑雪、单板滑雪队的队员来自普通中学的比较多,而越野滑雪、冰壶队的队员则来自体育运动学校的为主。在花样滑冰队中,4名冰舞选手来自北京舞蹈学院附中。自2018年以来,北舞附中与中国花样滑冰协会合作,进行了体教融合方面的尝试。

短道速滑世界杯德累斯顿站:

中国队男子5000米接力夺冠



2月5日,中国队选手林孝俊(前左)和钟宇晨(后左)在比赛中交接棒。新华社发

新华社柏林2月5日电 2022-2023赛季短道速滑世界杯德累斯顿站5日决出6块金牌,中国队获得男子5000米接力金牌,并在男子500米比赛中由林孝俊、钟宇晨包揽冠、亚军。

李文龙、林孝俊、刘冠逸、钟宇晨组成的中国队在男子5000米接力决赛中面对日本队、匈牙利队和加拿大队。日本队和加拿大队在赛后后半段交替领跑,但中国队在还有9圈时超越日本队,并将领先优势保持到终点,以6分51秒106的成绩摘得金牌。日本队、匈牙利队分获二、三名,加拿大队在比赛末段摔出赛道,名列第四。

在男子500米决赛中,林孝俊表现出色,以41秒329的成绩位列第一,这是他为中国队获得的第一块世界杯单项金牌;钟宇晨紧随其后,以41秒549获得银牌。率先撞线的林孝俊激动落

泪。他赛后在社交媒体上表示:“我们是中国队,未来我们会更加努力,(请)给我们这支年轻的短道速滑队更多鼓励!”

韩国选手朴智元在男子1500米第二次比赛决赛中夺得冠军。中国队的李文龙在A组决赛中被判犯规,宋嘉华获得B组第二名。女子1500米第二次比赛决赛中,韩国名将金吉莉滑出2分38秒406摘金,德国选手塞德尔和韩国队沈石溪分列二、三位。中国队选手公俐以2分39秒007的成绩获得第四名,臧一泽获得B组决赛第四。

女子3000米接力荷兰队获得冠军,加拿大队、韩国队紧随其后,公俐、王欣然、徐爱丽、臧一泽组成的中国队位列第四。女子500米决赛中,荷兰冬奥冠军舒尔姆以43秒203的成绩获得金牌。

意甲:

“德比战”国米小胜米兰

新华社罗马2月5日电 意大利足球甲级联赛第21轮5日继续进行,在圣西罗球场进行的米兰双雄“德比大战”中,国际米兰凭借劳塔罗的全场唯一进球1:0小胜AC米兰。

比赛开场,“蓝黑军团”便迅速发起进攻,并在控球上占据绝对优势。第六分钟,劳塔罗一脚近距离射门极具威胁,但塔鲁斯努努神勇扑出。第34分钟,恰尔汗亚卢为国际米兰开出角球,劳塔罗头球攻门,球折射破门,打破僵局。

易边再战,国米持续制造威胁;米兰换上卜拉欣·迪亚斯、莱奥以及萨勒马克

尔斯,并制造了一些射门机会,但是场上局势并未出现实质性改善。第83分钟和第89分钟,卢卡库和劳塔罗分别打进一球,但均因越位在先被取消,最终国际米兰1:0小胜对手,位列积分榜第二;而全场比赛零射正的米兰,本轮过后已各项赛事连续七场不胜。

那不勒斯在客场对阵斯佩齐亚的比赛中3:0轻松获胜,继续以领先第二名13分的优势领跑。本场比赛中奥斯梅恩“双响”,克拉拉茨赫利亚点球破门。

此外,都灵主场1:0小胜乌迪内斯,博洛尼亚客场2:1战胜佛罗伦萨。

英超:

凯恩破纪录 热刺胜曼城



2月5日,热刺队球员凯恩(右二)在比赛中射门。新华社发

新华社伦敦2月5日电 凯恩5日打入全场唯一进球,帮助热刺主场1:0力克英超卫冕冠军曼城,同时以267个进球成为热刺俱乐部历史第一射手。

前一日,英超“领头羊”阿森纳爆冷输给为保级而战的埃弗顿,曼城本有望趁势缩小积分差距。但开场第15分钟,曼城遭遇热刺高位逼抢,霍伊比约在曼城后场抢断得手,而后横传无人盯防的凯恩,英格兰队长推射破门,打入个人第200个英超进球,同时凭借267个进球成为热刺历史第一射手。

上半场结束前,马赫雷斯一脚打门击中横梁,曼城错过全场最佳扳平机会。下半场,中场大将德布劳内替补登场,曼城看似更具威胁,但未能扭转败局。

由此,曼城在比阿森纳多赛一场的情况下依然落后对手5分。曼城主帅瓜迪奥拉表示,球队现在并没有处于对冠军可以有想法的位置,“我们只会想下一场比赛”。

同日,诺丁汉森林凭借约翰逊第14分钟的进球1:0小胜利兹联。

惠山泥人:

“老字号”开新路 “泥娃娃”受追捧

春节期间,江苏省无锡市举办了美好生活登山节,市民踊跃参加。活动中,完赛奖牌——惠山泥人大阿福奖牌受到追捧。赛后,许多市民举着奖牌拍照留念,视为珍藏。

这一奖牌是为此次登山活动专门定制的。惠山泥人是首批国家级非物质文化遗产。融入非遗文化,将传统泥人制品与现代金属制品结合,让这一奖牌更具纪念意义和收藏价值。

奖牌设计者、惠山泥人厂高级工艺美术师周汉庆说:“节日登高,意在祈福,将惠山泥人经典作品《大阿福》嵌在奖牌上,寓意祈福得福,更添节日喜庆氛围。”

惠山泥人是用无锡惠山脚下的黑泥制作的彩色泥塑,创于明代,盛行清代,已有400多年历史。惠山泥人作品多为儿童玩具和摆设陈品,分粗货与细货两类。粗货是指用模具、半模具批量制作的泥塑作品,而细货则指用手捏塑的戏曲人物形象,也称“手捏戏文”。

清末至新中国成立前,因战乱频繁,许多惠山泥人作坊相继倒闭,大量艺人失业,产业受到重创。1954年,地方政府将艺人和作坊组织起来,成立合作社进行生产,产业得以重振,技艺得以传承和弘扬。1958年,合作社更名为“惠山泥人厂”,延续至今。2012年,惠山泥人厂被命名为“中华老字号”企业。

最近十多年里,受“二次元”玩偶冲击,惠山泥人市场再度萎缩,技艺传承与弘扬也受到挑战。周汉庆告诉记者,惠山泥人厂鼎盛时期曾有近千人创作设计和生产销售泥人,现在厂里职工总共才几十人,创作设计人员仅有20人左右。

“销售不好,待遇低,从艺校招来的学徒,仅有十之一二能学出来,创新势在必行。”今年即将退休的周汉庆感叹。周汉庆16岁随父学艺,一直从事泥人捏塑,是惠山泥人代表性传承人之一。

为登山节定制大阿福奖牌,是周汉庆个人创作的一次突破,也是

惠山泥人厂的一次“跨界探索”。自2020年引入民间资本以来,惠山泥人厂进行了一系列创新,以期将惠山泥人及其文化融入现代生活,吸引更多年轻人关注。

过往数百年的发展过程中,惠山泥人粗货逐渐形成较为固定的人物形象——“阿福”“阿喜”。这两年,在传承经典人物形象的同时,惠山泥人厂将3D打印技术与泥人捏塑技艺结合,重新创作设计了“NANI”“MOMO”等惠山泥人新人物形象。

用无锡方言说“惠山泥人”,发音即“NANIMOMO”。周汉庆介绍,“阿福”“阿喜”形象是在江南农耕文明中逐渐形成的,其造型、用色符合传统审美;“NANI”“MOMO”造型更可爱,用色更现代,更符合当下年轻人的审美。

重塑人物形象的同时,惠山泥人还开发了泥人盲盒。结合无锡城市文化特色,惠山泥人厂开发了“有你超甜”系列手办,创作设计多种趣味泥人形象,并采用盲盒方式进行

销售。与惠山泥人相关的文创产品也多了起来,从学习用品到生活用品都有,如“泥人”笔记本、“泥人”咖啡杯等等,达四五十种之多。惠山泥人厂还与一些地方品牌联名,如为牛奶厂、吐司店、饮品店设计泥人形象,形成“泥人+”模式。

惠山泥人厂还将泥人文化与咖啡文化融合,在无锡一些景区开设泥人咖啡馆。游客进入咖啡馆,可一边品尝咖啡,一边了解非遗文化,还能捏一个属于自己的泥人。

人物造型和展示、销售方式的转变,让惠山泥人受到更多年轻人喜爱和追捧,今年春节期间销量大幅增长。周汉庆说,传承与创新不矛盾,让非遗融入现代生活,振兴泥人产业,才能更好地实现保护与传承。

今年,无锡将实施“百匠千品”非遗传承创新工程,惠山泥人被纳入其中,其影响力有望进一步扩大。

新华社南京2月5日电