

文化IP的系列打造与创新性影视表达,让十三朝古都成功实现文化“破圈”——

“若问古今兴废事,请君只看洛阳城”

阅读提示

2021年,随着《唐宫夜宴》《洛神水赋》《登场了!洛阳》《风起洛阳》等节目、剧集上线,洛阳这个曾一度被认为是“空有千年古都的繁华光辉,却找不到融入新时代良方”的十三朝古都,似乎找到了一条搏出存在感的捷径。

借着影视热度,洛邑古城“风起洛阳”影视IP综合项目应运而生:爱奇艺通过故事类IP打通了剧集、综艺、动画片、纪录片、电影等12种产品形态,结合当下最受欢迎的文创产品如玩具、服饰、家居、饮料等,打造IP宇宙,全面展示洛阳文化;而洛阳文保集团作为国有平台,深度融入爱奇艺“一鱼十二吃”商业模式,联合出品人文探索节目《登场了!洛阳》、纪录片《神都洛阳》,并与洛阳市文旅局联合,布局主题酒店、大型沉浸式剧本杀、VR全感电影……助推“影视IP”与文化旅游发展的双向赋能。

从《唐宫夜宴》到《帝后礼佛图》,从《洛神水赋》再到《龙门金刚》……洛阳符号开始频频占据人们的视野。同时,华服走秀、诗词鉴赏、国风表演、美食品尝、国风寻宝等各类文创产品、文化活动层出不穷,人们和传统文化的距离一点点被拉近。

身着红绿襦裙,摇曳晃晃踏着小碎步,怀抱各式传统乐器……在隋唐洛阳城九洲池景区,不少游客与一群萌娃版“唐宫小姐姐”不期而遇,她们可爱的舞蹈赢得了众多叫好喝彩,也收获一众粉丝合影留念。

“唐朝乐舞是中国唐朝的传统舞蹈艺术,经汉朝百戏在舞蹈技巧上的飞跃及南北朝中外乐舞交汇后,达到了一个更趋成熟的新境界……”除了带领大家游园赏景,萌娃版“唐宫小姐姐”还向游客们讲起了唐朝乐舞的由

来与发展,当起了“文化代言人”。

“传统文化的传播和发展要契合时代潮流。通过故事化、人格化而非说教式的手段,能够更好地实现中华民族优秀传统文化和社会主义核心价值观的完美融合。”洛阳文保集团董事长辛俊峰说。

“融”起来
沉浸式体验激活创新基因

春节开始,洛阳龙门石窟的《无上龙门》沉浸式体验馆一到节假日就人潮涌动。这个利用龙门石窟景区闲置建筑空间所打造的光影视觉盛宴,自今年春节投运至今,凭借游客超高满意度频频问鼎洛阳本地相关休闲娱乐榜单TOP1。

同时,即将开门迎客的牡丹博物馆借助现代技术,结合高清激光投影融合拼接、全息成像等技术,美轮美奂地展示众多牡丹元素,并创新设置艺术品鉴、互动体验等区域,利用数字手段创新展示方式,科技感、沉浸感十足。

在新资本、新技术、新产业、新市场的多重驱动下,洛阳文旅产业迈向创意创新激活城市文旅资源,提升体验经济增量转化的新阶段,成为激活文化守正创新的动力引擎。

“活”起来
以“文”的元素“化”发展新路

走进位于洛阳市偃师区的二里头夏都遗址博物馆,可以聆听文物“开口说话”。博物馆在实物展示基础上,辅以图片、文字、油画、沙盘、模型等,充分融合多媒体、触控屏、数字化等科技元素,通过“玉器制作工艺情景全互动复原”“我为夏都造园林”等互动游戏,让观众在博物馆内边逛边玩。在数字馆的“最早中国”展示区,二里头遗址诸多的“中国之最”通过三维特效“活”了起来,“最早的中国”仿佛触手可及;最早的城市干道网、最早的宫城、最早的中轴线布局宫殿建筑群。

“在现代技术的赋能下,洛阳市政府投资近千万打造数字化博物馆,通过先进的数字技术全面复原展示以二里头遗址为核心的二里头文化整体面貌,为夏文化插上数字的翅膀,让文物‘活’了起来。”二里头夏都遗址博物馆副馆长侯玉珂介绍。

“平时东幸洛阳城,天乐宫中夜彻明。”随着“夜经济”走入人们的眼帘,洛阳市趁势而上,以古都文化做引,交出了一份优异的答卷:洛阳以“古都夜八点”为基础,“古城夜韵”灯光秀、“池上繁华”古装演艺等特色主题活动令人应接不暇,老城十字街、洛邑古城、龙门古街等“夜洛阳”地标将夜资源连点成线、串珠成链,文化活力得到充分释放。

小强牛肉馆人声鼎沸。这是老板金志强一天中最忙碌也最开心的时刻。“一旁是千年前璀璨的盛唐文化,眼前是烟火气息十足的城市夜生活,这就是洛阳。”

“潮”起来
传统文化强势“圈粉”

2021年岁末,爱奇艺自制剧《风起洛阳》风靡网络。制作团队用1.5万组道具、100多处复原场景、5000多套精美服装,使洛阳美学“破圈”突围。剧中人物所食用的饅饅、胡辣汤、饅饅、水席、酥酪等地域美食令人垂涎;伊水河畔卢舍那佛的雍容微笑、娇嫩华贵的牡丹,神都109坊、南市等高度还原的建筑风格,使古都的市井烟火跃然屏上……一夜之间,人人都神往洛阳。

剧集收官以后,属于这座城市的繁华故事才真正开始——洛阳以此为契机,打开了一条文化融合发展的全新路径。



河北广宗：“花海课堂”觅春光



4月7日,河北省邢台市广宗县件只乡东张魏小学美术老师在桃园中指导学生写生。该校依托校门口的花海田园,开设了涉足语文、科学、音乐、美术等各项课程实景课堂,让学生零距离感受美好春光。

王奎摄/人民图片

文化和旅游部新闻中心制图

G 视线

《长城长》火爆“出圈”
文化类节目如何走得更远

本报记者 李玉波

黄河与万里长城唯一交汇的地方在哪里?“孟姜女哭长城”哭倒的是哪一段长城?河西走廊地区的汉长城有哪些特点?这些问题的答案在节目《长城长》中被一一揭晓。

《长城长》是近期内蒙古广播电视台特别策划推出的一档以长城为主题的文化综艺季播节目,围绕长城文化,以“综艺答题+文化解析”的形式,在寓教于乐中,与场内观众一起穿越长城沿线,发掘长城背后的精神文化内核。《长城长》开播当日,奔腾融媒客户端、视频号 and 内蒙古广播电视台官方微博同步直播,节目亮点碎片化内容也得到网友大量转发,在新浪微博“内蒙古卫视长城长”话题下,开播首期互动量逾千万。

以知识竞赛为主线,《长城长》将有关长城的历史故事融入歌舞、戏曲表演之中,赋予了节目别样的舞台呈现。

《长城长》总导演郭慧说,每期节目会以一场集音乐、舞蹈、实景演绎于一体的文化大秀及“长城文化解读官”生动有趣的主题演讲开场,主题内容涉及“丝路古韵”“昭君出塞”“抗战烽火”“生生不息”等题材。现场声、光、电、大屏幕视频配合,开启本场长城探知之旅。

近年来,文化类综艺节目迅速崛起。从《中国诗词大会》掀起的诗词文化浪潮,到《朗读者》《见字如面》等文化节目的走红,文化类节目不断涌现,并成为电视界的一股“清流”。

中国优秀传统文化博大精深,如何让传统文化和当下产生强关联,如何引发年轻观众的共鸣和碰撞,如何平衡传承和创新?这都是对原创文化节目的巨大挑战。

郭慧认为,文化类节目要想走得更远就得不断创新,文化类节目不仅要成为“智慧的化身”,还要集音乐、舞蹈、实景于一体,将多种节目样态与文化元素嫁接在一起。好的文化具备流行的潜质,但是在内容同质化的今天,策划者需要具备深度挖掘内容独特性的能力,将优质内容的价值放大,并且找到传统文化与当代内容消费者之间的连接点,通过精细的社交化运营传播,才能助力好的内容出圈,“节目的火爆让我们更加坚定了信心,透过《长城长》节目的延伸,长城文化被更多人触摸、熟知,让大家来共同了解中华民族、中华文化的整个交往交流的过程,来铸牢中华民族共同体意识。”

文化类节目从兴起到兴盛,既是价值的回归,也是时代的必然。感官娱乐固然可以解压放松,但情感的共鸣、思想的愉悦,才是人类精神价值的根本体现。

对于文化类节目下一步怎么走,在国家广播电视总局宣传司司长高力看来,如果节目营销推广做不好,将来也很难持续,“电视文化类节目的发展仍然面临着一些困难和瓶颈。首先是可持续发展的瓶颈。除了政府的引导,社会各界的喝彩,一个节目生存发展还要在市场大潮中进入良性循环,自我造血。”

G 艺评

清明档“凉”了,不只是疫情惹的“祸”

罗筱晓

1.2亿元。这是刚刚过去的清明档电影市场的总票房。除去2020年全国电影院因疫情歇业外,该票房营收创下10年来同期最差成绩。

导致票房惨淡的原因有目共睹。根据数据统计,受新冠肺炎疫情影响,截至4月2日,全国营业影院总数为5671家,全国影院营业率为47.1%。在关闭影院的城市中,上海、深圳、南京等都是重点票房城市。尤其是上海,长期占据国内票房产出第一名的位置。

全国超过一半的影院无法正常营业,除了直接让观影人数大量减少外,也影响了新片的上映。在本轮疫情发生前,曾有10多部影片官宣定档清明假期。其中,既有人

气明星朱一龙主演的主打亲情牌的《人生大事》,也有由影坛常青树刘青云领衔的港片《神探大战》。此前,业内还对拥挤的清明档寄予了厚望,希望有影片能像去年同期上映的《我的姐姐》一样成为黑马,更希望它能开启电影院2022年的春天。

然而3月底,先是《人生大事》和《神探大战》同日宣布因疫情原因延期上映,随后,多部影片也相继撤档。等到清明假期开始时,影院内剩下的只有前期已上映的“旧片子”和两三部小制作影片,这自然会影响到消费者走进电影院的热情。

与国产电影“知难而退”不同,3月以来,已有包括《新蝙蝠侠》《神秘海域》等在内的多部好莱坞电影相继上映。此外在4月剩余的时间内,还有以《神奇动物:邓布利多之谜》为代表的一批外国电影将引进上映。不过,从进口片在清明假期前后的表现来

看,要靠它们拯救院线似乎有些勉强。一方面是因为部分进口片此前已上线流媒体,一些观众得以提前观影;另一方面,即使顶着大片、经典IP甚至比国外还提前上映的头衔,大多数进口电影的号召力也不如从前了。比如,在没有太多竞争对手的情况下,3月中旬上映的《新蝙蝠侠》目前为止票房尚未突破1.5亿元。

不久前,“中国观众为什么不爱好莱坞大片了”这一话题曾登上社交媒体热搜榜。不只是《新蝙蝠侠》票房平平,前期在流媒体上线的《蜘蛛侠:英雄无归》在口碑方面也扑了街。显然,如果说2012年上映的《复仇者联盟》让观众在大屏幕前见识了何为电影工业下的优质产品,那么经过10年时间,不少观众的审美能力和判断标准都有了大幅提升,只靠复制黏贴故事套路和视觉设计的电影已不能满足人们的

观影需求。

当然,同样的问题也存在于国产电影之中。在经过近几年高速发展后,中国电影市场接连遭遇了瓶颈或困境。究其原因,最主要的还是缺乏好创意、好故事,而疫情不过是这些问题进一步放大罢了。说到底,局部疫情暴发导致影院停摆不是常态,如果有质量过关的片源,如果观众不用在全部“就那样”的影片中勉强做出选择,相信依然会有不少消费者愿意走进电影院。

院线清明档的失意已成事实,但它并不能代表未来电影市场的走向。除了前期撤档的几部有一定期待值的电影,也有部分新片瞄准了即将到来的有5天假期的“五一”档期。如果到时候疫情形势能有所缓解,相关影片的质量能获得认可,那么,电影行业迟到的春天或许就真的能开启了。