

大众文化消费新看点 ②

放下身段：从曲高和寡到座无虚席

本报记者 吴丹

核心提示 芭蕾的足尖能否踏进寻常百姓的心坎？交响的宏阔能否奏响市井烟火的共鸣？传统戏曲的铿锵又能否留住年轻的目光？近年来，我省多家文艺院团和艺术家们用一系列创新实践给出了肯定答案。通过降低门槛、跨界融合、深耕普及，高雅艺术正加速走进群众生活，而这条“破圈”之路的终点，悄然指向了文化消费新生态的活力高涨。

变“剧场舞台”为“赏艺学堂”

高品质演出+艺术普及课的组合，有助于院团拉近和大众的关系，通过场景化构建让传播共鸣

“得亏早早买票抢到了前排！不愧是辽芭，美不胜收，孩子看完就说‘要像姐姐们一样踮起脚尖旋转’。”衢州观众王茹连声称赞。今年年初，辽宁芭蕾舞团带着《天鹅湖》和《中外芭蕾精品荟萃》两部经典，跨越6省7城完成15场巡演。每场演出上座率均保持高位，更有观众追随巡演足迹“多城二刷”。

巡演的意义，不止于舞台上的精彩绽放。首席演员王占峰、张海东领衔的艺术家团队，在每一站都坚持开展芭蕾艺术普及活动。没有门槛限制，无须基础铺垫，演员们带着大家感受基本手位、学习简单舞步，用亲切的指导化解“芭蕾很高冷”的刻板印象。“我们根据市场需要随时调整内容，常演常新。《中外芭蕾精品荟萃》从编排至今已进行了超百场，每次都是燃爆剧场，平均上座率超八成。从观众们热情的掌声里，我们读懂了他们对高雅艺术的向往。”辽芭党委书记、团长赵一飞说。从北国的凛冽到江南的温润，他们用辽宁舞蹈的典雅浪漫开启“南北对话”，更一路播撒下艺术的种子，让足尖之美滋养更多人的梦想。

“对话起来的文物，您有什么样的期待？”“猜猜我跳的是哪个角色，想不想体验？”这样一场别开生面的导赏会，同样发生在辽宁歌舞团2025年高口碑情景剧《国宝辽宁》的演出之

前。团长、总导演、编导、主演等都化身“国宝推荐官”参与到演前导赏、演后谈、大师课及舞蹈工坊等活动当中。“如何跳才能让人感觉到是从画中走出来的？”面对舞蹈爱好者的提问，《簪花仕女图》主演之一李月一边竖起大拇指称赞其问得妙，一边示范起动作要领，“要很克制动作的幅度，包括气息。力度必须拿捏得非常准，大一点就浮夸，小一点则感受不到。图中唐代贵妇的眼神、嘴角扬起的角度都要细心体会。”观众席上有人跃跃欲试，但摆起动作来就露了怯，连连惊呼：“这么一小会儿就快累趴下了，原来根本不是静止站着而已，气息下沉的那种感觉太难找了！期待二刷，我再好好看看演员的表演。”

“精品是不断磨砺出来的，在巡演的过程中不仅接受市场的检验，更在‘角儿’与‘座儿’的互动中随时听取观众反馈，而高品质演出+艺术普及课的组合，带观众实现了从‘看不懂’‘坐不住’到‘追着看’的转变，有助于院团拉近和大众的关系，通过手把手指导和具象化翻译让文化可感，通过多元化体验让传承延续，也进一步推动院团更新文化创作方式，重塑文化传播手段。”省舞协驻会副主席、秘书长刘思展表示。



辽芭带着精品剧目《中外芭蕾精品荟萃》(天鹅湖)开启今年首轮巡演，引爆市场，观众“多城二刷”追剧。受访者供图

变“排练厅”为“直播间”

艺术家练就“新主播”，屏对屏的真诚表演换来面对面的观众回流，探索出以线上流量反哺线下市场的新路径

推开辽宁歌舞团(辽宁民族乐团)民乐排练厅大门，“网感”扑面而来——补光灯、声卡、摄像机整齐架设在谱架之间。这里，已成为该院积极拥抱新媒体、探索文化消费新场景的“主战场”。

镜头前，二胡演奏员何璇拉起《战马奔腾》，指法如飞，气势磅礴。屏幕那端，数千网友通过“文化辽宁”抖音号实时观看，“被圈粉了”“第一次发现民乐这么好听”等留言不断滚动。过去一年，何璇在这里参加了近百场常态化直播。“刚开始对着镜头不知道咋互动，光顾着自己拉琴。”她笑着回忆。但随着每周排班、定期开播，作为新主播的她逐渐找到了感觉，“现在我会看弹幕，观众点‘赛马’，我就即兴加一段。直播间就像‘永不落幕’的排练场，逼着我们把每首曲子都打磨得更接地气，让不懂民乐的人也能听出门道、听出兴趣。”

常态化运营的效果，体现在实实在在的数据里。仅以“文化辽宁”抖音号为例，依托排练厅的高质量直播，该院2025年开播、开播500余场、浏览量突破一亿，“东北艺术家”“雪棉豆沙”等直播间粉丝量稳步增长。

数据的背后是口碑的积累。直播间里，网友用点赞和转发为艺术家“投票”；直播间外，这些热度正转化为实实在在的文化消费动力。“线上种草，线下奔现——这是我们最希望看到的转化。”副团长张岩生说。随着网友对艺术家越来越熟悉，更多人从“路人”变成了“铁粉”，开始关注团里的线下演出动态。春节前夕，《2026辽宁省新春民族音乐会》在辽宁大剧院上演，不少购票者激动地表示：“从直播间来的！”“就想看何璇老师现场，如愿了！”

“自从在音乐会上‘打枪’火了，3个月账号涨粉1.5万人。趁着热度，我更好好宣传交响乐。”被称为“打枪哥”的辽宁歌剧院(辽宁交响乐团)打击乐手于滨瑞说。记者从省公共文化服务中心获悉，随着“全面上线、全员上线”工作模式的推行，该中心直播矩阵已经建立

起来，2025年开展“艺”起来系列直播活动超800场，累计曝光量超1亿人次；成立中心MCN公会，鼓励演职员参与直播，已签约主播16名，持续激活内生传播动力；培育出“三声乐团”“东北‘艺’家人”等特色直播组合，直播模式获外省院团借鉴推广；联动吉林歌舞团开展跨省直播，构建“东北一家亲”文艺协同模式。

“作为戏迷，我常看的就是大连京剧院花脸演员任思媛的直播，她用扎实的功底诠释了裘派艺术的雄浑大气，征服无数云端观众，受追捧程度已成为现象级，线下巡演也是一票难求。从场下的常态化直播到剧场的满堂喝彩，越来越多的艺术家用一场场‘屏对屏’的真诚表演，换来了‘面对面’的观众回流。从大剧场到小屏幕，他们正以崭新的姿态，探索出一条国有文艺院团以线上流量反哺线下市场的新路径，在文化消费新生态中奏响动人的变奏曲。”辽宁大学艺术学院教授回宝昆对我省多家国有院团积极“触网引流”的做法给予肯定。

变“被仰望”为“可参与”

沉浸式演出票房飘红的成功案例，既展现了艺术形式的创新突破，更成为文艺精品产业化发展的探索实践

“欢迎为‘好汉街’捧场的各路豪杰！”踏入大连东关街历史文化街区28号院，青砖灰瓦间，酒旗招展，人声喧嚷。这里不再是传统的话剧舞台，而是一个可触摸、可互动甚至可以小酌两杯的“真实”老酒馆。作为从荧屏经典向线下体验成功转化的典范，“大连老酒馆”正以其深刻的代入感和浓厚的烟火气，吸引天南地北的游客“入戏”。

“大连老酒馆”沉浸式互动空间占地近1600平方米，是大连文化教育产业集团依托著名编剧高满堂同名作品，整合相关资源，倾力打造的精品话剧《老酒馆》向产业转化的重点项目。其核心业态

为沉浸式互动环境戏剧《老酒馆》，力求将“老酒馆”的故事融入东关街，以艺术形式的创新牵引沉浸式戏剧的蝶变。2025年5月开业以来，“老酒馆”演出广受好评。主要演员来自集团旗下大连话剧团，凭借精湛的演技、全情的投入，配合互动内容的加持，带给市民游客全新的消费体验场景。大麦网数据显示，线上购票观众中，近80%是外地游客。

“体验感超级棒，不仅身临其境感受老大连的市井烟火气，还在潜移默化中接受了爱国主义教育。演员敬业、演技在线，让人看得有泪有笑。”沈阳高二学生赵辰语春

节期间观看该演出后赞不绝口。“随着演出热度持续升高，我们将进一步丰富和优化业态布局，秉承‘戏剧激活历史，IP赋能城市’理念，面向全国招募加盟，以大连‘老酒馆’旗舰店为引领，通过商业模式培训、演员培养、品牌文创等内容赋能，让更多消费者品味到这杯‘文化酒’，让大连的城市文化魅力持续破圈。”该集团艺术总监张荣荣说。

沉浸式体验打破了艺术场域的“第四堵墙”，尤其受年轻人青睐。已连续举办四届的辽宁省“大河之澜”演出季，呈现了高雅艺术与大众的双向奔赴，花样翻新的小剧场沉浸式演出更是成为近两年

演出季的一大亮点。辽宁交响乐团《节奏星爆》打击乐互动音乐会、YOLO乐队《世界音乐之旅》互动音乐会等演出，不仅有低成本、亲民票价，更以燃爆的气氛、沉浸的体验感，将欢乐值拉满。音乐会高潮部分，乐手们邀请观众上台，手把手教大家跟随节拍打击节奏，原本还害羞的观众，在他们的带动下玩得亦乐乎。这一刻，交响乐离大众不再遥远，而是近在咫尺。演出季期间，辽宁大剧院还推出“有戏市集”，将高雅艺术演出与文化市集深度融合，为观众提供更多多重观演体验。

高雅艺术的普及，最终要落脚

在文化消费生态的良性循环上。“大河之澜”演出季和大连话剧团“老酒馆”沉浸式演出，既展现了艺术形式的创新突破，更成为文艺精品产业化发展的探索实践。“这种从‘送文化’‘种文化’到‘买文化’的转变，正是辽宁培育文化消费市场的生动注脚。”人民出版社人民东方期刊中心主任、《人民艺术家》总编辑朱小妮认为，从“被仰望”到“可参与”，辽宁文艺院团正在用实践证明——高雅艺术并非曲高和寡，只要找到正确的打开方式，“高冷”也能迎来“高朋满座”，而文化消费的潜力，就在一次次双向奔赴中得以激活。

文化七日谈 QIRITAN

文旅热点不能一蹭了之

刘臣君

一个文旅活动和文旅项目要想出圈，必须在网络上形成热点话题。这些话题，一靠造，二靠蹭，而后者，显然是一个“性价比”更高的做法。

可以说，蹭热点、追热点已是全国很多文旅部门的基本动作，但热点随时都有，如何去蹭，却很有学问。

近日，笔者在一个座谈会上听到一位影视出品人的经验介绍，他以自己参与过的几部热播影视作品为例，来说明承接热点流量的重要性。

在《长安十二时辰》《长安的荔枝》两波影视剧大爆后，西安不仅推出了“长安十二时辰”主题街区供人游览，而且推出了众多文创产品，为那些被热播剧吸引而来的游客提供了充分的情绪价值，也让自己赚到盆满钵满。

相反的例子，另外一部大爆剧的取景城市没有做好接待这波流量的准备，按剧寻迹的观众只能吃吃男主角在剧中的当地美食，草草打卡了事。由此可以看出，并非所有的城市都能通过考验，成功找到蹭的窍门。

热点怎么蹭，第一要快。热点来得快去得也快，虽然是蹭、是追，但要准备在事前，预估可能的爆点并制定完整的承接和宣传推广方案，可能白做但不能不做。

第二要准。《长安的荔枝》火了，有人做卖荔枝的生意，有人用荔枝诗做历史文化的宣传。出发点不同，由此带来的宣传文案和风格也就不同。先找到核心诉求，是带货还是造势，再研究具体的路线因不同。诉求越聚焦，路线越直接，效果才能越好。

第三，不能一蹭了之，还要考虑到后面的长尾效应。日前，连续赞助“苏超”火爆全网的东哈老板娘张敬宇未能中签2026年苏超，沈阳副市长刘克斌立刻发出邀请，希望她来赞助2026“东北超”沈阳赛区。这份邀请不仅成为热点，后续还大有文章可做：老板娘是否回应？能否因此吸引更多“老板娘”关注东北超？能否由此吸引更多东北人关注家乡、回到家乡，并由此形成北归的热潮？

总结起来，文旅蹭热点的本质是对本地文化的深度挖掘、对热点的敏锐捕捉、对创意极致追求的统一。既要熟知本地的文化特色，又要持续关注各类热点动态，把控好时机、落地角度和执行创意。

在几秒钟就能滑走的短视频时代观众眼中，在愈发内卷的城市文旅PK中，以此标准做出的文旅产品，才有可能获得长效运营的可能。

《北归》系列微短剧首批剧目在沈开机

本报讯 记者刘海博报道 3月12日，《北归》系列微短剧首批剧目《青山归来》《东北脾气》开机仪式在沈阳举行。

《北归》系列微短剧以“返乡创业”为核心主题，讲述辽宁儿女带着经验、技术和乡情回归故土的动人故事，展现辽宁发展环境的优化、产业生态的改善、人文观念的转变。其中，《青山归来》是一部以现代商战为背景的热血之作，《东北脾气》则是充满温情与科技感的创新之作。两部作品均由人艺影视辽宁微短剧产业联盟统筹，力求用真实的力量打动人心，用艺术的光芒照亮振兴之路。

据悉，该系列还将陆续推出更多反映辽宁游子返乡创业、振兴发展的优秀微短剧作品，通过“要素共享”“梧桐引凤”等生动叙事，让更多在外辽籍人士看到家乡的变化、感受家乡的召唤，形成“人才回辽、创业兴辽”的良好氛围。

省科技馆IMAX影厅四成影迷来自外地

本报讯 记者刘海博 王笑梅报道 记者3月12日获悉，辽宁省科技馆IMAX GT激光影厅自2025年3月12日开业以来，累计实现票房1456.7万元，接待观众18.9万人次。

作为只拥有一个影厅的“单厅影院”，截至2026年3月11日，辽宁省科技馆IMAX GT激光影厅斩获IMAX票房全国第四、IMAX观影总人次全国第二、单厅上座率全国第二的成绩。开业以来，影厅多次开展惠民观影活动，举办“光影+科普+文化”特色活动超百场。数据显示，接待的18.9万人次观众中，约四成外地影迷，打造了“为一块屏，赴一座城”的文旅名片。

身边的文化故事

春七的天地

本报记者 张晓丽

早春的一天，沈阳小河沿早市的喧嚣刚结束，我与周立巍在街角碰面。她穿浅灰色羽绒服，说话时眼睛会微微垂下，再抬起时带着笑意。为避开合租屋的室友，我们走向辽宁省散文协会的一处办公点。“叫我春七就好”，她说，“春天的春，数字七。”

笔名是周立巍自己起的。“春”是萌发的季节，有希望；“七”在古意里代表天地、四季以及人的开始。“我希望自己能敬畏天地，好好生活。”她说这话时语气温和，却有种认真的力量。那时我还不知道，这个看似腼腆、很少与人交流的乡村女子，如何用短短几年时间走进一个辽阔的文学世界。

2019年之前，周立巍的生活半径很小。中专毕业后，她结婚生子，生活围着灶台和孩子转。在康平县的小塔子村，她甚至“除了本家亲戚，村

里人不认识”，是个“在村里都会迷路”的超级宅女。改变始于2017年前后，当地发展旅游，周立巍开始兼职导游和解说。

虽然薪资微薄，但周立巍留了下来，因为“很喜欢这份工作，是在介绍我们村”。

正是这份工作，让她第一次真正“认识”了这片土地。她所在的村子有省级文物保护单位——辽代祺州城遗址和一座辽塔。她带团，也自己查资料，从村里历史扩展到康平县，再到辽北地区。“了解得越多，就会觉得这个小村庄有很多值得讲的东西。”时空的边界被打破了，她“不只走出家门，跨越了空间，还跨越了一千多年”。

创作的种子在土壤深处酝酿，破土却需要一场雨。

2019年12月17日，雨来了，夹着雪籽。女儿患免疫系统疾病，周

立巍带着孩子从康平去北京看病。出租车驶过辽河，窗外是东北寒冬苍茫的田野。女儿躺在她腿上，明明自己病着，却安慰着妈妈。

春七望着窗外冰封大地，看着怀里懂事得让人心疼的女儿，突然觉得，“就像生活在这片土地上的那些人，在饥寒中，并没有影响他们自由、野蛮的生长”。她在手机备忘录里写下：“一场雪，掩了沃野苍莽，隐约的驼铃声/带我回了梦里的祺州……马蹄阵阵，穿行在/白山黑水间/是匪，是战士，是不屈的魂/是不畏严寒的生命蓬勃的北国之花。”

这是《故乡》的最初版本。她发在朋友圈，被安徽“珍珠泉”诗社的主编看到，主动要发表。第一首诗，就这样走出了东北黑土地。

《故乡》是钥匙，打开了一扇门。周立巍开始在网上跟着诗社写诗，“像大白话似的”，但坚持写。通

过“珍珠泉”，她认识了更多诗友，加入“清溪女子诗社”“驼铃诗社”。这些诗社里多是五六十岁的退休前辈，她一个农村妇女挤在里面，却觉得“特别亲”。

文学圈子的包容让周立巍惊讶。她曾在朋友圈发诗，沈阳作协主席、诗人李轻松看到后主动点评，指导她修改。作家胡世宗从海南给周立巍寄书。投稿《辽宁文学》时，编辑部来电，她以为是诈骗电话，直接挂断。“对方又打来，说‘我是辽宁作协的’，我才信。”

这个曾经社交半径极小的女性，开始参加讲座、采风、文学活动。从康平到沈阳，有时拼车往返要三四个小时，但她觉得值得。“你会接触到让你愉快的事、放松的人，这个过程很难得。”

写作不仅为她打开了心灵的世界，也实实在在地拓宽了她生活的

边界。通过文联、作协里认识的朋友介绍和鼓励，周立巍在孩子们长大住校后，鼓起勇气走出乡村，在沈阳找到了一份妇婴医院的陪护工作。这份工作让她看到了更多人生的样貌，未来也想将这些新的观察与感悟写下来。

那么，文学于她，究竟意味着什么？周立巍沉思片刻，给出了一个朴素的答案：“它让我的世界变小了，也变得好大。”

说“变小”，是因为那些曾经遥不可及的作家、编辑、文友，如今成了可以请教、可以谈笑风生的人；说“变大”，是因为她的心灵疆域，早已超越了地理的边界，抵达了历史的纵深和他人生命的褶皱深处。

周立巍的天地，早已不是那个她曾经会迷路的小村庄。