

网上中国

丝竹之韵在直播间悠扬响起

“云”上民乐吸引更多年轻人

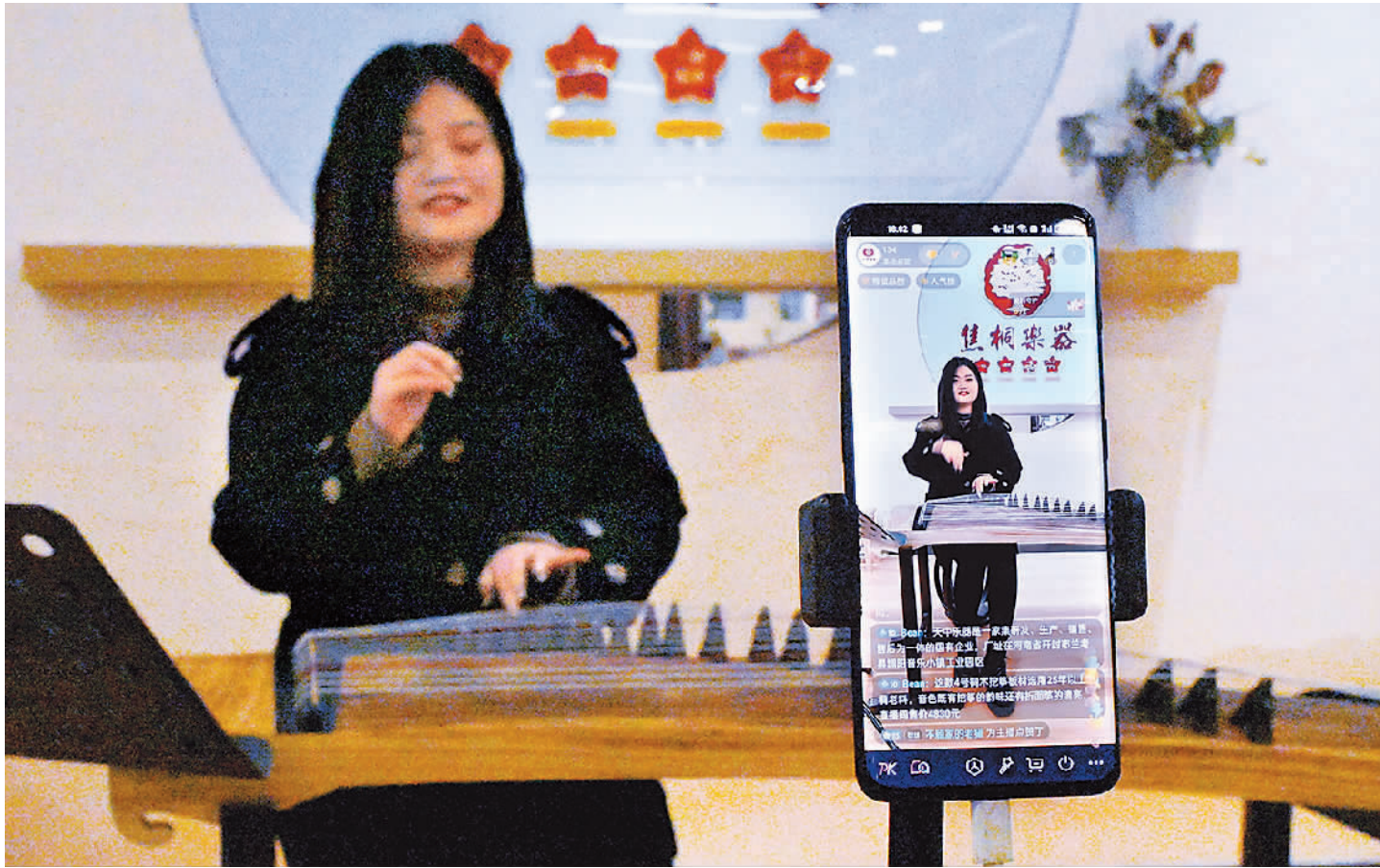
海外网 李雪钦

古筝、古琴、琵琶、二胡、扬琴、唢呐……直播间里，各种民乐表演或婉转悠扬，或激情澎湃。越来越多的民乐演奏者选择线上平台演奏，这一全新的传播方式让传统民乐走近大众，吸引了更多年轻人。“在家就能听到民乐艺术家的演奏，值了”“用中国传统乐器演奏的音乐真是太好听了”“终于学会欣赏丝竹之美”“将悠长绵延的民族乐章传向更广的地方”……边看边听边聊，聚集在民乐直播间的网友弹幕很是热闹。

演奏家开辟“第二舞台”

晚上9时，南京姑娘高紫涵坐在直播间的镜头前演奏二胡。只见她用左手摁出下滑音，右手快速扬起，用颤弓技巧模仿烈马一声声的鸣叫，一首《赛马》曲调欢快、节奏鲜明。“一年多来，我在直播间表演了上千首曲目，我的粉丝有80后、90后、00后，不少人说想学二胡，经常跟我交流。”高紫涵说。

“通过直播间，有更多观众开始欣赏扬琴的美了。”中央民族乐团扬琴演奏家周婷婷介绍，直播间里曾经有一条评论让她特别触动，在她演奏《特别的人》前奏时，有粉丝评论说，扬琴的演绎“听上去就像江南下的雨，匆匆地打在屋瓦上，就好像在急切地寻找恋人”。周婷婷说：“虽然这位观众不了解扬琴的专业术语，但通过在线观看，他感受到了扬琴声里这些细致又美好的画面。我想把专业的扬琴表



在位于河南省兰考县堽阳镇的音乐小镇里，演奏者通过直播宣传古筝。

新华社记者 李安摄

演带给音乐厅之外的观众，只有越来越多的人了解、欣赏扬琴，爱好者才能增加，扬琴才有机会传播得更广。目前我和搭档在创新尝试扬琴的‘四手联弹’。”

越来越多民乐演奏者正化身主播，在网上直播间找到了“第二舞台”。通过线上演奏，一些相对小众的乐器也吸引了新粉丝。

“我从后台是可以看到粉丝画像的，我的粉丝里年轻人更多。”在直播间演奏箜篌的胡雪菲说，“现在喜欢国风、喜欢箜篌的年轻人越来越多了。我的直播特色主要分为两个环节，前面是观众点歌我来演奏，最后我会选一首观众想听的歌现场即兴发挥，想把箜篌的美传播

给更多人。”

在直播间演奏独弦琴的赵霞说：“直播打破了地域限制，让独弦琴这样比较冷门的乐器有机会被更多人看到。刚开始直播时关注的人很少，我就用独弦琴弹奏一些流行音乐，独弦琴的音色有独特‘气质’，慢慢观众就多了起来。”

乐队“秀”出新花样

“这群年轻人太棒了”“让传统乐器展现时尚感”……几名年轻人身着古风服饰，在各个城市文化场景，运用二胡、琵琶、唢呐、竹笛等

中国民族乐器，创新演奏《离骚》《稻香》《万疆》《狮子山下》等耳熟能详的音乐曲目，海内外网友纷纷称赞。由成都市委宣传部指导、成都传媒集团打造的短视频IP“民乐也疯狂”项目，呈现出一个个颠覆传统场景的民乐作品，在国内外主流视频平台发布后广受欢迎。“传统文化被年轻人玩出了新花样，让大家不由自主想参与进去。”有网友这样评论。

“之所以选择民乐，是因为音乐无国界，并且民乐内涵深厚，蕴含丰富多彩的传统文化。中国民族乐器不输世界上任何一种乐器，在城市文化场景中演奏民乐，融合传统与现代，很酷！”“民乐也疯狂”项目负责人说。

自得琴社因古琴作品出圈，得益于创作团队探索出一种新颖的文化表达方式，比如为《空山鸟语》演奏者设计了一套宋代服饰，加上淡黄色宣纸质地的背景和精益求精的拍摄，演奏视频一经推出，播放量很快突破百万。“快来看，这是一幅会动的画！”网友在弹幕感叹。从此，自得琴社确定了“古画式视觉输出”的审美方向。

在短视频平台走红的长安风乐队由陕西省广播电视民族乐团和陕西民族乐团组建，主力成员大部分为90后，最小的演奏者是00后。乐队直播间里，琵琶、二胡、扬琴等民族乐器齐上阵，悠扬舒缓的音乐从他们手中流淌，让网友直呼“音乐一响，耳朵瞬间被俘获”。曲目选择方面，长安风乐队别出心裁，乐队工作人员王晓安说：“以往线下演出，团队有二三十首经典曲目就基本够用，但到了线上，直播一场接着一场，观众不断涌入并提出了新要求，所以排练新曲目成了我们的重要工作。”

打造远程音乐课

“我和我的同事真切感受到民族音乐在互联网的生命力和感召力，也更直观地看到了互联网直播平台跨地域的影响力和覆盖面。只有年轻人喜欢，才有可能传承下去。作为职业演奏家，要想办法引领当下的年轻人，让大家知道，原来传统的、古典的也可以很潮、很时尚。”中央民族乐团团长、首席琵琶演奏家赵聪表示，短视频已成为全民化应用，通过各类线上直播，优质的民族音乐可以触达更广泛的人群。

据了解，中央民族乐团策划开发一系列具有针对性的特色音乐公益课程，通过直播平台定向投放、组织观看的服务模式，为偏远山区的音乐教师和孩子量身打造民族乐器相关“云端教室”。“在公益直播过程中，观众的互动给我留下深刻印象。有观众问‘曲子非常好听，多长时间能练习到这种程度’‘我家孩子现在4岁了，适合学二胡吗’等。”中央民族乐团二胡演奏家宋雷说，线下演出观众数量有限，互联网直播影响力大，助力音乐教育的普及和音乐习惯的养成，让更多人感受艺术之美，这比起在高雅艺术殿堂的演出更让他感到自豪。

中共中央、国务院今年2月印发《数字中国建设整体布局规划》，提出打造自信繁荣的数字文化，提升数字文化服务能力，打造若干综合性数字文化展示平台，加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式。“当传统文化艺术遇见互联网传播方式，会碰撞出新的火花。”业内人士指出，运用新载体、打造新场景，在年轻人活跃的平台呈现民乐的美感和魅力，培养观众近距离感受民乐艺术的兴趣，既可以增强高品质数字文化产品供给能力，也能反哺线下民乐演出等。

线上增流量，线下有销量

这个暑期，数字消费人气旺

潘旭涛 王培基

大街小巷的“科技范儿”

今夏，越来越多的数字科技出现在大街小巷，营造出新的消费场景。北京市朝阳区太古里南区一家彩妆店的“魔镜”，吸引不少消费者尝鲜体验。在传统彩妆店，顾客需要在脸上涂抹试妆，既花时间又伤皮肤，而在这块AR（增强现实）试妆“魔镜”前，消费者只需选择心仪的化妆品，“魔镜”就可以展示妆容效果，为挑选合适的化妆品提供参考。用手机扫描“魔镜”上的二维码，所购产品马上下单。在没有导购的情况下，消费者可以快速完成商品的挑选、试妆与购买。

重庆市解放碑商圈建设了170个5G基站，搭建起数字消费底座。在这里，智慧导购、智能货架、虚拟试衣镜等智慧场景覆盖率近40%，暑期来此旅游的网友说“科技范儿足”；智慧停车联网系统接入17栋重点楼宇、上万个地下车位，有效缓解停车难题。

中国信息通信研究院发布的《中国信息消费发展态势报告（2022年）》显示，虚拟购物等新型服务快速发展和可穿戴设备等新型智能终端加速普及，2020年至2025年间有望带动信息消费8.2万亿元。

“新型信息消费与民生服务密切相关，可以通过数字化方式重构消费行为，进而催生新业态新产业，给生产端的数字化转型提供动力。”中国人民大学智能社会治理研究中心研究员王鹏说。

“沉浸式”受欢迎

暑期是旅游旺季，不少景区拿出实招吸引游客。云南省沉浸式体验项目“寻光白尼”近日在大理白族自治州蝴蝶泉景区启动。“寻光白尼”以大理白族传说、自然风光等为创作背景，将大理蝴蝶泉景区主要景点有机串联，运用AR技术为游客提供虚实融合的沉浸式体验。

业内人士认为，互联网平台线上流量反哺线下实体，与实体经济融合发展，形成互补、共赢的生态圈。在四川省成都市铁像寺水街，抖音生活服务心动街区日前正式开业。抖音发挥平台流量优势，通过短视频、直播等形式，设置“心动样板间”“抖音特色街区”等，带着用户沉浸式游览水街。

“沉浸式”成为文旅产业发展的新热点，智能化沉浸式服务体验释放出文旅消费新活力。工信部等5部门去年印发《虚拟现实与行业应用融合发展行动计划（2022—2026）》，提出“推动文化展馆、旅游场所、特色街区开发虚拟现实数字化体验产品，让优秀文化和旅游资源借助虚拟现实技术‘活起来’”。

“沉浸式相关产品需求量大，相关产业发展基础好、前景广阔。”中国文化馆协会沉浸式文化委员会秘书长徐鹰表示，新技术、新形式、新要素与文旅资源融合，通过增加感官维度、触动情感开关，创造出文旅消费新场景。



由江苏省文化和旅游厅、苏州市人民政府主办的第十二届中国苏州文化创意设计产业交易博览会日前在苏州国际博览中心举行。博览会以“数字赋能·创意之都”为主题，设置“新动能·数字文化产业发展”“新设计·创意设计服务展”“新业态·文旅融合消费展”三大主题馆，吸引不少市民观看。图为昆曲演员与机器人在博览会上同台表演。

张 锋摄（人民图片）

中国工业机器人装机量占全球比重超50%

本报北京电（记者王政、刘温馨）记者从2023世界机器人大会上获悉，2022年中国工业机器人装机量占全球比重超过50%，稳居全球第一大市场，制造业机器人密度达到每万名工人392台。

机器人是现代化产业体系的关键工具，将驱动人类社会加速进入智能时代。工业和信息化部副部长辛国斌表示，近年来中国机器人产业规模持续壮大，2022年机器人产业营业收入超过1700亿元，保持两位数增长，工业、服务、特种机器人产量快速增长；品牌实力不断增强，机器人领域专精特新“小巨人”企业达273家，10家机器人企业成长为制造业单项冠军；市场

应用加速拓展，服务和特种机器人在物流、医疗、建筑等领域实现规模化应用。

当前，机器人呈现人机共融、虚实融合、智能驱动、泛在交互等发展特征，产业逐步逼近变革跃升的临界点。“中国拥有全球最大的机器人市场和最丰富的应用场景。”辛国斌表示，下一步，工业和信息化部将深入推进“机器人+”应用行动，加快成熟场景普及推广，鼓励新兴领域先行探索；面向行业应用需求，带动一批高端整机、关键零部件和工艺软件创新突破；加强央地协同，共同培育世界级机器人产业集群和应用示范基地，健全公共服务，完善标准体系，提升检测能力。

水库鱼最快30分钟送达

“叮！您有新的外卖订单，请及时处理。”在山西省太原市杏花岭区的向阳超市，外卖订单提示音此起彼伏。店主许斌拿着购物袋穿梭在密密麻麻的货架间，快速拣好顾客下单的商品，等待骑手取货。“我们超市经营4000多种单品，今年2月成为‘美团闪电仓’门店后，订单量大增。”许斌说。

即时零售为向阳超市这样的实体店带来大量消费需求。即时零售是线上线下融合发展的新零售业态，用户在线上平台下单后，短时间内即可收到商品。

暑期天气炎热，对生鲜农产品而言，配送时效很重要，即时零售让农产品实现“朝采夕至”。广州市增城区石滩镇石塘村“小佳荔”基地的荔枝，送到消费者手上时常常还带着晨露。北京密云水库捕捞上岸的水库鱼，分切、冰鲜处理并包装后，最快经过30分钟配送就能到达消费者手中。

中国连锁经营协会发布的《2022年中国即时零售发展报告》显示，未来几年即时零售复合增长率将会保持高位，预计到2026年，中国即时零售相关市场规模将超过1万亿元。



市民在北京丽泽金融商务区“时光邮局”的自助机上购买盲盒邮票。

新华社记者 金良快摄