

江畔音乐会奏响重庆浪漫

新重庆-重庆日报记者 杨 潇

6月15日晚8时,“重庆风华”江畔音乐会在重庆大剧院户外广场举行。在江边璀璨的灯火照耀下,在晚风轻拂中,大家一边欣赏着美妙的音乐,一边感受着山城夜晚的独特魅力,领略了一场山城风光与音乐交织的“重庆限定版”视听盛宴。

此次江畔音乐会由重庆民族乐团全新编排,特邀国内著名国乐艺术家方锦龙出演。伴随着《在希望的田野上》的悠扬旋律,演出拉开帷幕。紧接着,一首首广为人知的经典之作轮番上演,《起风了》的深情厚谊,《兰亭序》的诗意飘逸,《晚风心里吹》的温馨舒畅……美妙的乐曲引发了观众内心深处的共鸣。

国乐艺术家方锦龙精心挑选了《忆江南》《渔光曲》《诗经·玄鸟》3首经典曲目,凭借其精湛的技艺和深厚的情感表达,将观众引领至如梦如幻的江南水乡景致之中,更引领观众穿越时空深入体验《诗经》所描绘的古典意境。

文化融合、艺术对话之美也在当晚的音乐会上得到充分展示。舞台上,中西方音乐元素在此交融,传统与现代的音乐风格在此碰撞,让不少观众大呼:“民乐真是



6月15日,“重庆风华”江畔音乐会演出现场。重庆日报记者 杨潇 摄/视觉重庆

大气恢宏,令人陶醉!”

“平湖高峡好风光,解放碑钟声回响,重整行装,再出发,无限风华在前方……”

音乐会在著名花腔女高音歌唱家赵丹妮和男高音歌唱家肖飞带来的《重庆风华》中达到高潮。这首歌选自重庆民族乐团原创的

大型民族管弦乐音乐会《弦上巴渝》,满满重庆味的词曲点燃现场观众对重庆的热爱之情。

江畔音乐会已走过500余天的时光。依托重庆深厚的文化底蕴和丰富的艺术资源,江畔音乐会已经成为推进文化强市建设的金字招牌。2023年,7场江畔音乐会全网总计浏览量近2000万人次。

重庆大剧院相关负责人介绍,此次江畔音乐会进行了全面提档升级,以全新的姿态呈现在观众面前,除了豪华的演出阵容外,选曲方面从流行音乐的轻快节奏到民乐的深沉韵味,再到融合管弦乐的多元风采,丰富的音乐菜单可以满足不同年龄段音乐爱好者的期待。

重庆文化产业投资集团相关负责人表示,接下来,还将不断对江畔音乐会打磨升级,持续推动本土院团与国际国内顶流艺术家合作,持续推动长江沿线城际合作和城际文化交流、国际文化交流;同时将以江畔音乐会为核心,协同艺术圈、非遗圈、旅游圈、商贸圈、美食圈等构建起“1+N”模式,大力开拓长江沿线演艺市场、成渝地区双城经济圈演艺市场等。

据《重庆日报》

文创产品、非遗技艺、国风体验……

国潮经济“圈粉”年轻人

新重庆-重庆日报记者 周 盈 邱小雅

今年端午假期,“新中式”旅游火爆出圈,与之相关的文创产品、非遗技艺、国风体验也成为“新晋顶流”,深受年轻人的喜爱。

国潮经济近年来持续在年轻人群体里“圈粉”无数,“新中式”文旅产品正成为消费市场的新亮点。

国潮文创产品频频“出圈”

“真幸运,抢到了以三峡博物馆馆藏文物元素清粉彩雕瓷龙舟为创意灵感的冰箱贴!”近日,小红书网友分享自己在重庆旅游的经历,引来不少没买到的网友留言,颇为羡慕。

刚刚过去的端午假期,三峡博物馆共接待游客4.4万人次,位于一楼的文创展厅人气爆棚,其推出的端午节限定产品一经上市就受到广大市民及游客的喜爱。

“目前,三峡博物馆的文创产品有13大类,135小类,大致分为生活用品类、办公文具类、服饰类、陶瓷类、首饰类等。”负责三峡博物馆文创展区的重庆文博展览有限公司总经理陈娇介绍,随着国潮风流行,博物馆的文创产品受到消费者青睐。比如清粉晶龙衔环双耳三足熏炉花瓶冰箱贴,因其小巧粉嫩的外观,加之高度还原藏品的雕刻工艺,被消费者亲切地称为“小粉炉”,已多次断货。

文创爱好者华子成坦言,文创产品不仅好看,还有历史文化底蕴,很有意义。

2017年起,我市各大博物馆大力开展博物馆文创工作,截至2023年底,博物馆群7年内推出文创产品种类达到12666种,产品收入达到19842.43万元。

我市各大博物馆、景区还在加快推出自己的文创产品:今年6月,大足石刻首个文创盲盒即将上架;重庆自然博物馆联合中国科学院设计的首个恐龙盲盒上架预约……

“重庆造”国潮陶器全国“开花”

在三峡博物馆,还有一款王牌文创产品——历代名窑品茗杯。其根据馆藏藏品,再结合国家级非遗荣昌陶技艺复刻而成。

在国潮风起云涌的今天,荣昌陶作为中国传统陶艺的代表之一,也迎来新一轮消费热潮。端午期间,以“陶文化”为代表的荣昌安陶小镇共接待游客24万人次,同比增长近6倍。

6月11日一早,荣昌陶非遗传承人“90后”小伙吕继成已在其主理的耘砚阁陶艺工作室进行创作。

谈及近年来国潮风的盛行,吕继成深有体会:“这几年,无论是陶器的销量还是体验制作陶器的游客,都有明显增加。”

以刚刚过去的端午假期为例,耘砚阁陶艺工作室迎来了人气和销售的“双丰收”。据统计,工作室接待游客数量同比增长超过500%,销售额也实现了300%的增长,日均过万元。

“随着国潮风盛行,荣昌陶也广泛进入大众视野,越来越多热爱陶艺的年轻人来到安陶小镇,体验制陶技艺,感受深厚陶文化。”在重庆市陶都文化创意股份有限公司董事长陈俊良看来,当前“国潮”所代表的意义不再限于本土潮流品牌的打造,更是中国自信引领的全方位潮流涌现,是民族文化魅力的全面展现。

荣昌安富街道文化站站长林宏燚介绍,近年来,荣昌陶已发展成安富街道的支柱型产业,特别是随着国潮经济的火热,越来越多知名陶瓷企业陆续入驻陶产业园。目前,从事陶产业相关人员有5000余人,陶制品销往全国各地乃至海外,年销售额约6亿元。

国风体验馆成年轻人“打卡”新去处

发簪、发钗、团扇……走进位于沙坪坝大学城的子衿国风体验馆,琳琅满目的传统首饰让人眼花缭乱。

该店的创办人是来自河北的“00后”小伙赵世平。从小热爱中国传统文化的他看到国潮风日渐兴起,决定创办国风体验馆。



游客正在学习体验扎染技术。

(受访者供图)

去年12月,子衿国风体验馆正式开业,这家店虽然只有60多平方米,却创下单日接待20人次的纪录,月营业额有两三万元。

赵世平介绍,顾客来到店里可以体验制作国潮产品,目前比较热门的是螺钿、漂漆系列、情侣菩提戒指、掐丝珐琅系列等。

越来越多的传统手工艺制作,逐渐受到了年轻人追捧。“青,取之于蓝,而青于蓝”,是对国家级非遗技艺扎染的总结。渝中区的代表性传承人罗娜,便在白象街经营着这样一家扎染体验店。

“扎染是一种自然染色方法,由板蓝蓝靛与水果发酵制作而成的纯天然染料,不含化学助剂、对皮肤没有任何伤害、健康环保。”6月10日,3位外地游客正在罗娜的扎染店体验扎染。罗娜从扎染的悠久历史说起,随后从选料、扎缝布料方

式、染色手法等方面重点讲述了扎染的制作工艺。

2019年,罗娜将这间本来用于对内交流学习、制作研究的扎染工作室对外开放。2023年,随着国潮风盛行,工作室增加了体验项目,每天前来体验的有不少来自全国各地及海外的游客。

“现在的消费群体更加年轻化。”罗娜说,扎染体验价格根据顾客需求不同,从68元到200多元不等,体验过程包括学习扎染历史、操作工艺等。全年接待量超过2000人,单次最长的体验时间超过了9个小时,月收入最好的时候超过5万元。

谈到下一步打算,罗娜表示,希望能培养更多真正喜欢扎染技术的徒弟,借着国潮风起,让传承千百年的文化遗产“火起来”。

据《重庆日报》

遗失启事

▲盘登林遗失中华人民共和国残疾人证,证件编号:51028119830520577543B1,声明作废。