

■社会论坛

在马街书会触摸人文经济脉动

□ 丁新伟

2月10日，农历正月十三，一年一度的马街书会在宝丰县如期开唱，全国各地的艺人负鼓携琴、说书亮艺，前来赶会听书者有数10万人。当外国友人与民间曲艺艺人进行互动时，人文经济的无穷魅力沁人心脾，人文经济的强大脉动触手可及。

马街书会会场，既有民间艺人展演传统曲艺节目，也有00后用电子乐改编传统鼓曲，大家不约而同开启网上直播。因为人气旺盛，书会带来餐饮、住宿、交通等行业的消费热潮。多次参加马街书会的评书大师刘兰芳感触颇深：经过多年发展，书会发生了翻天覆地的变化，游客和村民们人如潮涌，周边的商业街也逐渐繁荣起来，真正实现了“文艺搭台，经济唱戏”的目标。

人文鼎盛，经济繁荣。满足人民日益增长的美好生活需要，文化是重要因素，人文与经济交融共生、相得益彰，越来越多地方正在形成高质量发展中的人文经济新形态。当马街书会的非遗盛宴遇上春节假期的河南文旅消费成绩单，已让蛇年跃上人文经济的中原新高度，河南大有可为、大有作为。

春节，作为中华民族最隆重的传统节日，不仅是情感的团聚时刻，更是经济活力的集中释放期。刚刚过去的蛇年春节假期，河南接待游客数量5117.4万人次，实现旅游收入305.3亿元，同比分别增长1.9%和2.6%。开封清明上河园再现北宋春节盛景，民俗表演精彩纷呈，传统美食香气四溢，吸引80多万人次游客沉浸式领略宋韵风华，河南博物院推出的蛇年主题文创产品，巧妙融合古老历史与现代审美，深

受游客喜爱，彰显了文化创意的商业潜力……亮眼的消费数据背后，是河南丰富的历史文化资源与春节消费需求的深度融合，为做大人文经济提供了生动样本与坚实基础。

承载华夏文明千年厚重的中原大地，文化资源得天独厚，有着发展人文经济的璀璨瑰宝。殷墟博物馆新馆建成开放，永城王庄、郑州商都书院街遗址入选年度全国十大考古新发现，《大河安澜》等6部作品荣获“五个一工程”优秀奖，文旅市场持续火热，接待游客突破10亿人次，旅游收入超万亿元……回望2024年，文化大省河南，山水人文相辉映，文旅文创风生水起，厚重的历史文化资源活起来、火起来，成为促消费、稳增长的“流量池”，厚植高质量发展的软实力。

文脉千秋贯，江河万古流。经济发展以社会发展为目的，社会发展以人的发展为归宿，人的发展以精神文化为内核。聚焦“四高四争先”，奋力谱写中国式现代化河南篇章，离不开文化的强力支撑。春节假期河南消费火爆，预示着我们有更多方式把文化资源优势转化为经济发展优势，上新人文经济的中原故事。

古韵今风两相宜，且以诗意共远方。顺应时代潮流，深挖文化富矿，塑造文旅创新品牌，让海内外游客在中原大地畅享山水盛景、品悟人文神韵；彰显文化遗产新魅力，让星罗棋布的文化遗产活起来、火起来；扩大文化服务新供给，让群众在喜闻乐见的活动中汲取营养、悦享生活……向“新”而行，以文润中原，让历史与现代交融，人文经济的“豫”见必将精彩连连。

来源：河南日报

关注青年网民的精神文化需求

近日，复旦发展研究院联合多家机构发布《中国青年网民社会心态调查报告(2024)》，调查报告基于青年网民聚集的互联网平台在2014年至2024年间的海量数据，聚焦精神文化需求、思想需求、情感需求等关键指标，探索青年网民的认知变迁趋势。

在过去10年间，知识类视频的热度和认同度上升速度最快，充分展现了青年群体自我提升、自我成长的强烈诉求。在信息爆炸的时代，青年网民不再满足于单一的娱乐消遣，而是渴望通过视频获取更多知识，拓宽视野、提升自我。人文历史类视频以有趣的故事形式和深度串联的内在逻辑，讲述特定的人物或事件，传递思考和智慧，在潜移默化中助力提升当代年轻人的知识涵养和精神境界。

报告显示，动画、音乐、番剧等传统热门视频类型的热度和认同度逐渐下降，知识、娱乐、影视、科技、动物、运动等多元兴趣取向的视频崭露头角。视频类型占比的头部效应减弱，各类视频百花齐放，这说明，青年网民的精神文化需求由浅显向纵深发展的态势不可逆转。

同时，原创视频的兴起也成为青年网民精神文化生产进入新时期的重要标志。数据显示，在2014年某视频网站播放量前100的视频中有60%为搬运内容，然而到2024年，原创视频比例上升至69%。我们看到，视频正逐渐由相对单一的圈层文化信息内容载体，走向集信息传递、生活记录、教育培训、文化学习、互动参与、社区分享于一体的生态系统。在影像中表达情绪、爱好、个性和价值观，视频正勾勒出当下青年群体的数字生活。

(张焱)

■画中话



据《法治日报》报道，一些不良商家盯上了老年教育这块“香饽饽”，以“办老年大学”为幌子，打着“免费体验”“名师授课”的旗号，将推销课程包装成“学习机会”，诱导老年人掏钱购买高价课程，赚取高额利润，导致一些老年人掉入消费陷阱。王琪 图

■今日时评

《哪吒2》登顶中国影史票房榜首，凭的是什么？

□ 黑土 于天明

根据网络平台数据，《哪吒之魔童闹海》总票房已超越《长津湖》，位列中国电影票房总榜榜首。由此引发互联网上持续热议，多个相关热搜登上榜单。话题#哪吒2登上纽约时代广场大屏，聚焦哪吒在海外的火爆影响；#导演饺子回应“啃老”三年，引发网友对世俗成功与人生积淀的讨论；而#评论区原来也是时间胶囊，则由五年前电影第一部上映时的留言展开，网友们纷纷围绕个人五年来生活的种种变化，展开一场与遗憾、成长有关的情怀对话。

回首过去数月，以《黑神话悟空》《哪吒2》为代表的国产佳作，频频在文化市场攻城拔寨，创下一个个骄人战绩。而面对成功和赞美，不论是冯骥还是饺子，都并没有展露出溢于言表的兴奋，反而都表现出一种发自稳定内核的自信和从容。两人在主创访谈时，其都默契提到产业体量和规模“做

大”的重要性，“水大鱼大”，作品成功自然“水到渠成”。

可以说，不论是《黑神话》还是《哪吒》，表面上是中国传统文化的感召力、影响力在持续扩大，其背后却是中国电影工业化、游戏产业工业化，乃至中国整个文化产业数十年如一日“日拱一卒”的扎实发展。从“我命由我不由天”到“若前方无路，我便踏出一条路”，热血的台词，也恰好暗合了中国动画产业从作坊式创作走向标准化工业的华丽转身。

正如冯骥在微博发文时提到的那样，这是一个中国的文化，中国的人才，中国的营商环境，中国的产业，与全世界的广大玩家一起碰撞出的必然结果。这不是赌，是顺势而为。

长风破浪，扶摇万里。无须怀疑，也不必惊喜，体量做大的中国文化产业，必会孕育更多优质、有趣、自信的中国故事。

来源：光明日报

永葆「干字当头」作风