

# 熱辣滾燙 龍年春節看活力

文化篇

龍騰四海共迎春，全球共慶中國節。龍年春節是農曆新年被確定為聯合國假日、從「中國年」升級為「世界年」的第一個新年。通過「歡樂春節」「四海同春」等文化活動，廣東普寧英歌舞首秀倫敦，舞龍舞獅、包餃子、寫福字、聽民樂、穿漢服……天下同春，龍年的祝福正從四面八方傳來，中國年俗漸成海外時尚，全球共享春節盛宴。帶有生肖龍元素的福字、春節戶外煙花氣泡機、新年慶祝綵帶槍、紅包掛件等與中國傳統文化息息相關的春節年貨熱銷全球，海外市場不斷增長。「中國紅」背後的中國文化正以更加豐富、多元的面貌走向世界。

大公報記者 江鑫嫻

# 四海興龍



掃一掃有片睇

春節是中國的，也是世界的。大年初二的英國倫敦特拉法加廣場鑼鼓喧天，一場亞洲以外最大型的新春慶祝活動——「四海同春」新春慶典吸引了超70萬民眾慕名而來。來自廣東潮汕的普寧南山英歌隊鼓聲震天，鏗鏘有力，碩大的「China」在「中國廣東普寧南山英歌」的旗幟上一目了然。普寧英歌所到之處尖叫喝彩不斷，現場觀眾紛紛舉起手機記錄下精彩瞬間，不少人還自發地隨着鼓點搖擺起來。社交平台上，「倫敦颯起英歌舞風」霸屏了多個熱搜榜。

## 廣東潮汕英歌舞動英倫街頭

普寧英歌於2006年列入第一批國家級非遺代表性項目名錄。大年初一，表演團隊還在英國最古老、最具歷史沉澱的旅行地標之一的伯靈頓拱廊舉行了一場快閃演出。表演間歇，現場觀眾紛紛邀請英歌隊員們合影留念。伯靈頓拱廊商業總監沙阿（Trupti Shah）也化身「小迷妹」，與隊員們自拍互動不亦樂乎。

「這次演出是非遺服務大國外交，共享人類文明的生動見證，不僅展示傳統非遺的獨特魅力，更向世界彰顯了中國文化的豐富多元和兼容並蓄。」本次赴英演出的廣東普寧英歌舞表演團組的領隊，廣東省文化和旅游廳非物質文化遺產處處長武晨表示，從去年英歌「火出圈」開始，英歌的大名已為網民所熟知。如何讓全球更多觀眾從「知道英歌」到「看見英歌」再到「了解英歌」，是非遺「出圈」未來值得探討的話題。

在全球各地，春節元素融入了當地人的文化生活。今年的「歡樂春節」活動在近100個國家和地區舉辦的近500場形式多樣的交流活動，讓節日氛圍在世界各地「拉滿」。由中國駐美大使館與史密森美國藝術博物館第十次合作舉辦的「歡樂春節」家庭日活動，讓萬餘名美國民眾在濃濃的年味兒裏體驗了中國傳統節慶文化的獨特魅力。大年初一，史密森美國藝術博物館活動大廳紅燈籠高懸，中國結、福字、窗花隨處可見，洋溢着節日氣氛。當地觀眾們用毛筆寫好自己的中文名和「福」字，拓印辰龍圖案，剪出各式各樣的窗花，試穿各色漢服並與熊貓人偶合影留念，每一項互動交流活動都能進一步加深他們對中國文化的理解和喜愛。

在奧地利，中央民族樂團維也納音樂廳舉辦音樂會，匯聚《春節序曲》《元宵·觀燈》等曲目。團隊成員用音樂描繪了一幅幅中國傳統節日的盛景，傳達了中國人民自古有之的和諧理念，同時為海外華人和各國友人送去了新春問候。

桂花糯米藕、松鼠魚、草菇油菜，還有必不可少的餃子、湯圓……在德國柏林中國文化中心，德國學員們親手烹飪的中國年夜飯端上了桌。品嚐着自己製作的地道「中國味」，有學員感嘆，「對「歡樂春節」年夜飯活動期盼已久，活動將美食與文化完美融合！」

身着中國傳統服飾的年輕人，也將年味兒傳播到了世界各地。數據顯示，今年春節有超一萬名社交平台博主在海外穿漢服慶新春，身着漢服、唐裝、馬面裙，甚至東北大花襖，驚艷亮相外國街頭，點亮了漢服的世界地圖。來自河南的博主「哇噠」正在環球自駕宣傳中國文化。每次拍攝視頻，她都會穿上漢服或是少數民族傳統服飾，向當地人介紹中國、解說中國傳統服飾時，她還會鼓勵他們說出中國三個城市名，加深了大家對中國文化的了解認知。

## 國貨圈粉「潮」出海外

隨着中國文化影響力的不斷擴大，國潮年貨不僅在國內受歡迎，還熱銷海外。某跨境出口平台數據顯示，國潮品牌的「新春盲盒」，以及「中國龍」元素的紅包、燈籠、中國結、春聯等商品熱銷到海外100多個國家，銷量同比上升2.6倍。其中，「中國龍」元素相關玩具銷量環比上漲50倍，美國、西班牙和韓國的消費者最喜歡「中國龍」玩具，大約有四成的龍玩具銷售到了這幾個國家。

春節期間，美國帝國大廈、英國「倫敦眼」、新西蘭「天空塔」、白俄羅斯國家圖書館等全球地標建築紛紛點亮「中國紅」，讓新春祝福溫暖傳遞。新的一年，中國與世界攜手共進、和合共生的美好畫卷正徐徐展開。

# 春節升級

## 龍年年貨熱銷海外

### 國潮年貨 備受青睞

國潮品牌的「新春盲盒」，以及「中國龍」元素的紅包、窗花、燈籠、中國結、春聯等商品熱銷到海外100多個國家，銷量同比上升了2.6倍。

### 「龍元素」玩具 購銷兩旺

「中國龍」元素相關玩具銷量環比上漲了50倍。美國、西班牙、韓國的消費者最喜歡「中國龍」玩具，約有四成龍玩具銷售到這幾個國家。

### 傳統民俗 「出海」忙

社火是高台、高蹺、旱船、舞獅、舞龍、秧歌等等的通稱。今年中國的社火產品不僅暢銷中國，更遠銷到了新加坡、日本、美國等地，海外訂單同比增長了30%。



多國舉行多種活動慶祝中國農曆龍年春節。圖為大年初二，在英國倫敦市中心的特拉法加廣場，演員表演舞獅。新華社

## 全球共慶中國年

### 英國倫敦 英歌舞



正月初一，廣東普寧英歌舞團亮相倫敦伯靈頓拱廊街。新華社

### 法國巴黎 木偶戲



巴黎觀眾近距離體驗福建漳州布袋木偶戲。新華社

### 美國費城 觀刺繡



民眾在美國費城藝術博物館的新春活動上欣賞刺繡。新華社

## 「博物館裏過大年」感受傳統文化魅力

### 文化自信

今年春節，許多人選擇在博物館裏「過大年」。2024年春節期間，全國博物館共接待觀眾7358.01萬人次，同比增長98.6%。其中，陝西、四川、江蘇、廣東、山東、河南、浙江、江西8省份博物館接待遊客超過300萬人次。去博物館成了春節假期「頂流」，各地博物館「人從眾」頻現。許多觀眾表示，在博物館裏聆聽歷史的回音，感受文化魅力，對話多彩文明，收穫智慧啟迪，賦予過年新的儀式感，這種意蘊和趣味為春節注入新的內涵。

在北京，最受歡迎的北京故宮博物院、中國國家博物館春節假期的門票一票難求，早早被預約一空。即便假期已結束，故宮博物院的門票到2月24日（正月十五）前均已約滿。在國博，更有觀眾表示，「正是因為成功預約了國博的票，才買火車票到北京。在龍年和「中華第一龍」合了影，特別開心！」還有觀眾表示，假期帶着孩子來到國博這個文化殿堂，看到了歷史書中的文物，收穫很大。

不少文博遊愛好者表示，如果說旅行是「行千里路」，那麼逛博物館就是「讀萬卷書」。博物館是連接古今的文化場所，春節逛博物館，既是不同於舊俗的新玩法，也是走進傳統文化陳列場地、緬懷過往的舉動。博物館中的每一件藏品都是加強民族自信、文化自信的載體。

### 英國倫敦民眾與舞獅表演者互動



## 民眾話新春

### 北京 李思雨

這個假期，我在中國工藝美術館、中國非物質文化遺產館擔任導賞志願者，身着漢服講解，有很多外國遊客對我的衣着很感興趣。未來如果有機會，我也會帶着漢服走出國門，幫助更多人了解中國傳統服飾。我想這就是當代年輕人文化自信的表現。

### 上海 錢先生

這些年海外出行，越來越感受到中國文化的影響力。記得去年春天在馬耳他休假，一位街頭駐場的大叔，不僅用中文招呼「你好」，還唱起中國民歌。相信隨着中國旅客「走出去」，會促進中國影響力更好走向世界。

### 廣東 鄭女士

春節有很多特色年俗，包括迎送灶王神、除夕守歲、舞龍舞獅等系列民俗，形成了中國特有的文化符號。未來應繼續在融合創新中發揚傳統文化，打造廣為流通的節日文化產品，增強海外傳播的力度。

大公報記者江鑫嫻、夏微、郭若溪整理



民眾在四川成都博物館內參觀「中國皮影木偶展」。中新社

## 潤物無聲 傳播中華文化

### 記者觀察

「文化自信，是更基礎、更廣泛、更深厚的自信。」這個春節假期，中華文化正以一種潤物無聲的方式抵達世人內心深處。從東方到西方，從北半球到南半球，世界各國點亮「中國紅」，共享歡樂喜慶的節日氛圍，感受絢爛多彩的中華文化。濃濃的中國年味中，中華文化自信愈發鮮明、堅定。

在國內，春節是國人最具生活情感與生活理想的節日，春節文化中團圓、祈福和迎春最是關鍵。在北京的公園裏拓印年畫、製作剪紙；在江蘇泰州看鐵樹銀花落，萬點星辰開；在各地博物館裏過大年……這個春節的年味因文化而厚重。在人們的拜年問安間，中華文化和美特性凸顯；迎春納福中，人與自然和諧共生的文化價值洋溢。

在國外，春節已成為外國民眾領略中國傳統文化的一扇窗。從大年初一NBA賽場颯起中國風，到法國巴黎的歡慶春節系列活動，再到「中華戰舞」潮汕英歌舞英國倫敦「炸街」……越來越多的國家和地區，正在以東方儀式感，與海內外華夏兒女一道同慶中國年。

傳承着和平、和睦、和諧的中華文明理念，承載着家庭和睦、社會包容、人與自然和諧共生等全人類共同價值的中國春節，正以推動不同文明交流互鑒的自信走向世界。我們有理由期待，世界共享中華優秀傳統文化的熱情將不斷延續，中外交往的美好佳話將不斷續寫。