

· 行进在春天里 ·

东城环二环城市绿廊设13个景观节点

北京商报讯(记者 卢扬 实习记者 杨海丹)3月29日,北京商报记者从东城区园林绿化局了解到,东城环二环城市绿廊建设了13个景观节点,这些节点与周边文化资源镶嵌呼应。其中,绿道全长16.1公里,总规划面积39.4公顷里。

城市绿廊的13个景观节点分别是晨歌暮影、古河花雨、梵宫映月、春场新颜、水厂拾趣、谷仓新貌、城市广场、古垣春秋、金台秋韵、龙潭鱼跃、左安品梅、临波问天、永定祥和,景观节点以绿道体系建设为媒介,将文化资源镶嵌其中,体现了东城区绿道体系“绿荫漫步,文化随行”的规划理念。

3月29日上午,记者来到城市绿廊中的一处景观节点——位于安定门的“古河花雨”。一边是望不到尽头的蜿蜒河水,一边是姹紫嫣红的春花盛景……北京市东城区园林绿化局副局长徐莎介绍说,以前,这里就是二环路观赏海棠和碧桃的一处集中开放式绿地,打造环二环城市绿廊时,把春花景观引到了河道两岸,增加了不少新的花灌木品种,同时丰富了滨河水生植物,形成了以“古河花雨”为主题的滨河景观。还增加了亭廊组合和亲水空间,设计和旁边安定门相呼应,给周边居民提供一个休息的地方。”

据了解,东城区环二环城市绿廊工程主要建设内容包括绿化加密、景观提升、慢行道路系统、游憩服务设施、标识系统和基础设施建设等。通过“增绿、驻足、连通、添彩”的形式,利用原有的护岸形态,突出“自然、生态、简约、亲水、人文”的设计理念,以丰富植物层次和物种多样性为主,打造自然野趣、闹中取静的滨水生态环境。同时结合二环沿线钟鼓楼、安定门、雍和宫、自来水博物馆等地域的文化特色打造“一河、两带、十三景”的优美景观。

· 资讯播报 ·

2019多所高校自主招生取消文科

北京商报讯(记者 程铭劼)近日,全国高校自主招生密集启动。据统计,截至3月31日,包括北京大学、清华大学在内的40余所高校公布了2019年自主招生简章。相比2018年,在报名门槛和招生规模明显下降的同时,清华大学、山东大学、吉林大学等多所高校取消了文科类专业的自主招生招录计划。此外,在教育部关于自主招生“十严格”的背景下,五大学科竞赛认可度进一步提高,奥赛省赛区“一等奖”成为标配。

例如清华大学今年参与自主招生的专业包括建筑类、土木类、环境、化工与新材料类、机械、航空与动力类、能源与电气类、电子信息类、计算机类、自动化与工业工程类、数理类、化生类、临床医学类、经济、金融与管理类、文理通识类。与去年相比,人文与社会类、法学类等专业未进行自主招生。对此,清华大学方面表示,清华的自主招生采取的是大类招生、培养和管理的模式,其中许多专业类,比如建筑类、经济、金融与管理类、文理通识类等均为文理兼招,文科生与理科生均可报考。

在业内人士看来,高校此举并不意味着文科不重要,在某种程度来说更容易促进高考公平。因为各学校自主招生的文科类别没有硬性标准,存在主观判断会滋生不公平现象。高校取消文科自主招生的行为,在一定程度上对于文科专业的学生更加公平。

据了解,教育部自2003年开始推行自主招生,是高校选拔录取工作改革的重要环节。自主招生最开始的目的相对单纯,是由相应的学校去组织笔试和面试,然后对于考试的项目区进行一定的降分政策,最终去达到一个录取优质生源的目的。目前,自主招生的院校形成“四大联盟”,分别是“北约”、“华约”、“卓越”和“京都”名校联盟,清华、北大、浙大、吉大等名校都是联盟成员。“四大联盟”高校会拿出招生计划总数的5%进行自主招生。

DNV宣布成立音乐人事业部

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)由豆瓣音乐和V.Fine Music联手成立的DNV音乐集团又有了新动作,不仅在3月30日对外宣布成立音乐人事业部,同时线下音乐空间Teen Town音乐人俱乐部也正式揭牌。而随着DNV音乐集团的进一步布局,曾经在付费业务上不尽如人意的豆瓣FM也将重启,并与面向B端的V.Fine Music共同在融媒体领域发展。

据DNV音乐集团方面介绍,音乐人事业部旗下有爵士厂牌Flow Flue, HIP-HOP厂牌All That Records、亚洲电音厂牌Soy Sauce Label等。值得注意的是,音乐人事业部的成立,也标志着DNV音乐集团在版权交易、流媒体后正式进入音乐创作、音乐厂牌、艺人经纪等领域。

2018年4月,豆瓣音乐从豆瓣分拆,并与音乐版权服务平台V.Fine Music合并重组。3个月后,新组建的公司首次对外公布名称,即如今的DNV音乐集团。其中豆瓣音乐主要承载DNV音乐的流媒体音乐服务,知名产品为豆瓣FM。

而在今年2月20日,豆瓣FM还宣布获得了腾讯音乐娱乐集团和挚信资本的战略投资,并将与腾讯音乐在产品和版权方面展开战略合作。值得注意的是,近年来数字音乐市场发展迅速,但也面临着激烈的竞争。据数据机构测算,2018年我国数字音乐市场规模已达612.42亿元,预计2019年将达到672亿元。但选择在国内数字音乐市场布局的入局者也不可小觑,包括腾讯、阿里、网易在内的互联网巨头均对此虎视眈眈,同时类似太合音乐集团等拥有大量内容的音乐公司也在数字音乐等领域延展自己的全产业链。投资分析师许杉认为,现阶段数字音乐平台数量较多,如何找到自身的特色是从行业竞争中脱颖而出的重点。

民资进入冰雪运动产业获支持

编辑 杨月涵 美编 代小杰 责校 海德 电话:64101897 lyzx0405@126.com

北京商报讯(记者 武媛媛)借北京冬奥之势,我国再次出招刺激“冰雪经济”,而社会资本更有望成产业发展引擎。3月31日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于以2022年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见》(以下简称《意见》),我国近年在推广冰雪运动方面取得了不小成绩,但与世界冰雪强国相比,仍存在竞技水平不高、群众参与面不广、产业基础薄弱等问题,发展任务艰巨繁重。为做好北京冬奥会、冬残奥会备战工作,我国需大力普及群众性冰雪运动,加快发展冰雪产业。值得关注的是,新政中多处提到引导利用社会资本推动我国冰雪产业发展。

具体来看,在群众性冰雪运动普及方面《意见》指出我国要组织和引导群众广泛参与冰雪运动,支持社会力量兴办冰雪运动培训机构,强化建设群众冰雪设施,支持社会力量按照有关标准和要求建设各具特色的冰雪运动场馆。

此外,在加快冰雪产业发展方面,我国将积极培育市场主体,实施品牌战略,推动建立一批产业规模较大的冰雪产业集聚区,发展一批具有较高知名度和影响力、市场竞争力较强的冰雪产业企业,兴建一批复合型冰雪旅游基地和冰雪运动中心。“要优化冰雪产业结构,加快发展冰雪健身休闲产业,促进冰雪产业与相关产业深度融合,提供多样化产品和服务;创新发

展冰雪装备制造业,建立冰雪装备器材产业发展平台,推动产业链上下游需求对接、资源整合;支持企业开发科技含量高、拥有自主知识产权的冰雪运动产品。”《意见》中提出。

另在冰雪赛事方面,《意见》还指出我国应大力拓展冰雪竞赛表演市场。有序申办和举办冰雪运动国际高水平专业赛事。围绕花样滑冰、冰球、冰壶、单板滑雪和短道速滑等观赏性强的冰雪运动,支持社会力量打造精品赛事和活动;支持超高清视频、虚拟现实等新技术手段在冰雪赛事直播和转播中的应用,带动相关产业发展壮大。

北京体育大学管理学院副院长林显鹏表示,目前社会资本已经是冰雪产业的有力推动者,继续鼓励社会资本投资冰雪产业,对于提高国民经济质量很有意义。但是现阶段国家对于民营企业发展冰雪产业的政策还需进一步细化,比如在土地政策方面,国家对于民营滑雪场的用地审批非常严格,部分滑雪场没有完整的手续,如果国家能够协调好林地资源保护与经济发展两条线,在用地政策上适当“放松”,将对产业发展形成利好。另在水资源和电力资源方面也可以对民营企业予以适当的政策支持。此外,政府还可以考虑牵头打造大型的冰雪产业投资基金,并针对冰雪产业和冰雪资源丰富的地区,以及冬奥涉及的京张地区进行重点政策扶植,以点带面推动区域产业发展”。

F 聚焦
Focus

谁将成为故宫天灯、万寿灯的新主人

600岁的故宫越来越火,“文创”也越玩越大。4月2日,故宫将对“紫禁城里过大年”展览展出的天灯、万寿灯复制品进行公益拍卖,这件被称为“故宫最大文创”的天灯、万寿灯复制品的拍卖捐赠工作也将交由北京故宫文物保护基金会(以下简称“故宫基金会”)负责,所得善款将全部用于贫困地区的教育和文化事业。一时间,拍卖背后究竟是谁在推动;谁又将会成为天灯、万寿灯的新主人;消失百年之后,再次出现在世人面前的它们如何被神还原等一系列问题也成了人们关注的焦点。

100%神还原?

在今年1月开始的春节“贺岁迎祥——紫禁城里过大年”展览上,故宫博物院展出近900件(套)文物,恢复了往日皇宫过年的装饰、活动,为观众呈现了一个充满年味的紫禁城。一度封存于盒子里的1400盏宫灯被精心修复,悬挂在宫内。其中最引人关注的,还数在乾清宫丹陛下高高竖起的“天灯”和“万寿灯”各一对,这也是迄今为止故宫最大的一组文创产品。

据故宫博物院院长单霁翔介绍,复原品天灯、万寿灯由故宫博物院下属企业北京故宫文化传播有限公司出资承担复原制作和搭建工作。而在消失了179年后,与天灯、万寿灯相关的文物早已分散各处,无迹可寻。故宫研究人员在文献中查出了它们的使用方式、历史沿革乃至各部分的详细尺寸,更在各个库房中找到了灯身模型、灯联小样及灯杆原件。

然也有一些变通。比如万寿灯的4根铁木,原长二丈六尺二寸,也就是8.348米。为给观众留下更多参观空间,故宫进行了一定比例的缩短,调小了支立角度,并成功将它们复原出来,重新树立在乾清宫的台基上下,让康乾盛世的过年景象又重新出现在今天。

8000人铸造

民间过年有挂灯笼的习俗,皇家也不例外。只是相比于民间,皇宫里的灯笼挂得更多、更气派。清代宫廷沿明代旧制,春节期间要在乾清宫丹陛上下各立一对天灯和万寿灯。从立到撤,前前后后要使用8000多人力。据《国朝宫史》记载,每年腊月二十四安设天灯、万寿灯。天灯至次年二月初三撤出,万寿灯至正月十八撤出。

如此大阵仗打造出来的天灯和万寿灯,究竟有什么不一样?答案很简单,可以说就是纯“刷脸”。在当时,天灯、万寿灯主要是用于装饰,其造型和装饰格外精美繁复。从细节上看,灯楼即顶部的亭子,不同年份式样不同。乾隆朝以前是彩漆六

天灯与万寿灯的复原
是故宫时隔179年后再度竖立天灯、万寿灯。

时隔
179年后
宫中共有
3处安设
天灯和
万寿灯
乾清宫
皇极殿
建福宫
现在乾清宫、皇极殿前丹陛
上和丹陛下还留有当年安
设天灯和万寿灯的石座
石座高度:137cm
石座形状:六角形
每面宽:85cm

角重檐亭,最迟在嘉庆十三年以后是金罩漆圆形攒尖重檐亭。现在在乾清宫丹陛上的万寿灯座是六面体,与六角形灯楼呼应。

而树立在丹陛下的天灯,也是源于我国民间旧时习俗:春节前后在高处悬挂灯盏。灯火彻夜通明,故谓之“天灯”。从清代内务府文献中可知,除乾清宫、皇极殿外,毓庆宫、建福宫、养性殿等处均竖有天灯。

不同往昔的是,179年后的今天,在“刷完脸”后,天灯、万寿灯多了一个更有意义的使命——被进行公益拍卖,所得善款全部用于贫困地区的教育和文化事业。单霁翔表示,故宫只会拍卖这一组天灯、万寿灯复原品。这意味着,虽然此次拍卖的天灯、万寿灯是复原品,但在市面上仍将是独一无二的存在。

花落谁家

对于如此大体积的两对复原品,拍下后放哪儿、如何保存,也成了不小的难题。究竟是什么样的买家,才能够拍下这两对“御用”灯笼,也成了网友关注的焦点。在中央财经大学文化经济研究院院长魏鹏举看来:私人企业家的可能性会大一些,吸引他购买的原因可能一是出于喜欢文物收藏,二是投资升值的角度,三是考虑到购买天灯可能产生的广告效果。”

“很多有文化情怀的企业和人士已经来打听了。”此前单霁翔曾表示。近年来,故宫的文化遗产保护事业获得诸多机构和人士的慷慨捐资。为支持国家扶贫工作,以博物馆文化创意能力反哺贫困地区,故宫决定举办此次公益拍卖。拍卖公司已经表示不收取佣金。除了天灯和万寿灯,还有几对复原宫灯也会拍卖。”

北京市社科院首都文化发展研究中心副主任沈望舒表示,如今的企业纷纷涉足慈善,再加上故

宫这个超级大IP,这次天灯、万寿灯的拍卖必定很有市场。“向慈善靠拢,是社会责任感的体现,也是一种风尚。作为传统文化企业的巨头,故宫投身公益,起到了引领作用。”

神秘的故宫基金会

如果说天灯和万寿灯的拍卖意味着故宫经营思路的转变,那么当年设立故宫基金会时,又何尝不是故宫的一次突破。公开资料显示,故宫基金会成立于2010年10月,是由故宫博物院发起,由王石、万捷、刘长乐、宁高宁、马化腾、陈启宗、陈东升、冯仑八位企业家以自然人或企业法人身份参与的独立运营组织,属于非公募基金会。其宗旨是维护故宫藏品和建筑,为故宫学术研究和公众服务提供支持,并扩大故宫在国际国内的影响力。2017年被北京市民政局认定为慈善组织。

根据故宫2017年发布的数据,故宫馆藏文物达180万余件,在文物保护方面所支出的费用多达3亿元。尽管故宫年门票收入已超7亿元,但对于实行预算制度的故宫来说,门票收入都需要全额上缴国库。只有经过财政部、文化和旅游部的逐级批复后才能投入故宫文物保护项目的使用。而这对于故宫庞大的馆藏文物维护费用来说,不过是杯水车薪。

故宫基金会成立后,制定了详细的管理运作细则,并按照基金会的标准模式,通过理事会管理以及项目专家委员会的运作,保证基金会的资金确实用于故宫文物保护事业。为了保证基金会的公正性,故宫基金还通过公开年度财务请独立的审计机构进行审计,向社会公开审计的情况等方式吸引社会监督。针对此次拍卖的细节,北京商报记者第一时间联系到故宫基金会方面,但截至发稿对方未给予回应。

北京商报记者 宗泳杉 实习记者 杨海丹

影视剧“网红”景点为何逃不出差评怪圈

北京商报讯(记者 蒋梦惟)前有《延禧攻略》热播带火故宫新热门线路,后有“都挺好”老宅登上热搜成为“网红”景点,影视剧的“带货”力已经蔓延到了旅游市场。3月31日,有微博网友发布视频称,江苏苏州同德里小巷是电视剧《都挺好》的取景地之一,其中一户被租用为剧中的“苏家老宅”,在该剧播出后,不少游客专门前去打卡。北京商报记者发现,已有OTA上的旅游产品打出“都挺好”取景地的名号吸引游客。不过,就像很多游客参观完延禧宫大呼失望一样,这些被影视剧“催熟”的景点和旅游产品,往往只是昙花一现。有些拍摄地因“被动”爆红而措手不及,相关配套服务、设施

等并未跟上,有些景区则在主动植入影视作品后,没能深入挖掘当地旅游资源和影视IP结合的产品,在一时高涨的人气过去后就沦为了“过气网红”。

早在“都挺好”热播之前,电视剧《延禧攻略》的高人气就让故宫中的“冷门”景点延禧宫成为大量游客必去的打卡之地。消费者肖女士告诉北京商报记者,今年春节期间,自己带着家人报名了一个“故宫亲子游”项目。在参观前商量路线时,团内就有多位游客强烈要求前往延禧宫,而导游也表示,电视剧播出后,以往很少被纳入参观路线的延禧宫突然成为不少游客希望专门前往的景点,宫门外时常有大量的游客排队进入。然而在几经周折

抵达了延禧宫后,团内的游客却对此处的景色颇为失望,而导游也称延禧宫本身就是未建好就烧毁的建筑,要不是电视剧突然带火这一景点,原本来参观的人寥寥无几。”肖女士表示。

在业内看来,延禧宫、同德里小巷这类景点的火爆实属偶然,个别遭遇“被差评”的原因中有着一定的客观性。据悉,延禧宫本不是故宫主流的参观区域,而同德里小巷更只是一片居民区,被“催熟”成热门旅游地后,游客量猛涨,不仅管理部门措手不及,区域内的居民更是不堪其扰。无独有偶,被韩寒导演的电影《后会无期》带火的文艺青年打卡圣地舟山朱家尖岛也遭遇了

交通设施不堪重负不得不对游客进行限流的情况,当地甚至出现了一票难求、小游艇坐地起价等现象。

不过,另一方面,有的地方和景区却是特意选择了在与影视剧合作或者植入等形式进行推广,比如当年备受业界关注的《变形金刚4》中的重庆武隆景区,以及冯小刚导演的《非诚勿扰》中植入的西溪湿地等。公开消息显示,当时武隆景区不仅垫付了拍摄费用,还向片方支付了一笔数百万元的植入款项。有专家直言,影视剧植入确实能给旅游目的地带来噱头,是打响知名度的一种捷径,但如果景区的相关产品开发等没能更好地结合影视IP或者形成特色,很可能就只是昙花一现。