

2025年全国春节文化和旅游消费月启动

1月15日,2025年全国春节文化和旅游消费月主场活动在吉林省长春市举办,开启全国春节文化和旅游消费月。

文化和旅游部产业发展司于1月至2月举办2025年全国春节文化和旅游消费月,围绕“文旅惠民乐

民 共享美好生活”主题,组织各地策划实施丰富多彩的文旅消费惠民活动。

春节消费月期间,各地将结合冬季及春节文化和旅游消费特点,围绕过年民俗、美食、冰雪、避寒、康养、亲子、研学、演艺、时尚、国潮等重点消

费需求,举办超4000项约2.7万场次文旅消费活动,推出消费券、票价优惠、消费满减、折扣套餐等惠民措施,带来实惠便利的文旅体验,营造欢乐祥和的节日氛围,让旅游过年、过文化年成为“新年俗”,为人民群众春节假期美好生活赋能添彩。 据新华社

电影《小小的我》，小众题材是如何“上分”的？



主演易烱千玺会如何出演一位脑瘫患者？他会如何塑造自己变成刘春和？这是《小小的我》上映前给观众留下的最大悬念。前期宣传中，主演易烱千玺均以远景、背影、肢体特写等方式出现，直到电影正式上映，始终未见正脸的刘春和终于回过头来，向观众正式做自我介绍。

电影《小小的我》将神秘进行到底

截至1月13日,电影《小小的我》票房突破6亿元。影片上映的同时,发布并上线《苔花公约》,旨在为残障人士提供更公平的就业机会与平等的关怀,推动更多人关注无障碍事业发展与建设的倡议,引起社会对残疾人群体的高度关注,创造超越“银幕”的力量。

影片中,患有脑瘫的刘春和(易烱千玺 饰)勇敢冲破身心的枷锁,为外婆(林晓杰 饰)圆梦舞台的同时,也弥合了与母亲(蒋勤勤 饰)的关系,并努力寻求着自己人生的坐标。在经历一个盛夏的蜕变后,他终于踏上了新的旅程。

坚守初心,直面品质与营销的双重挑战

底的营销,是吸引观众去电影院的看点之一。

碎片化消费在这几年不仅改变了营销方式,也在一定程度上改变了电影内容的生产方式。《小小的我》没有刻意去“讨好”市场,从营销到创作,选择“把电影还给电影本身”,通过克制和不煽情的配乐,用带有温度的细腻镜头去讲故事,也一路跟拍记录了主创们真诚创作的历程。

在纪录片《小小的我们》里,影片主创与脑瘫患者及他们的家庭深入交流,所以电影《小小的我》里随处可见的生活化片段,真实还原了脑瘫患

者及其家庭的困境。

从《少年的你》到《小小的我》,易烱千玺已完成从“爱豆”到演员的蜕变。他以一个“好演员”的标准在要求自己。

陪着易烱千玺一起成长的还有他的粉丝。2024年11月在东京电影节首映上,很多粉丝已经提前欣赏过这部作品,但大家都默契地维护着这份惊喜,没有让“剧透”满天飞,这让《小小的我》的“神秘感”营销得以实现。《小小的我》上映前预售票房已经破亿,为电影在“跨年档大战”中抢占先机。

主打“真实”,接纳多元视角打破刻板印象

《小小的我》是不是在消费残疾人？雅雅这个角色是不是合理？观众对于这些问题仍可以持有自己的观点,但《小小的我》这部电影的价值也正是让更多观众关注这个话题,让多元的视角被看到。

在纪录片《小小的我们》中,主创们采访了多位脑瘫患者和他们的家庭,认真聆听他们的故事,最后才能呈现出一个真实立体的“刘春和”,以及他充满爱与痛的人际关系。剧组找到三位脑瘫患者做电影的幕后顾问,邀请他们去东京电影节观看首映,用温暖的镜头记录下他们的生活故事。



影片中刘春和去培训机构讲课那场戏,台下的小朋友们并不知道是在拍戏,他们误以为面前真的是一位脑瘫患者,没见过这一切的孩子们会嘲笑。纪录片拍下导演和编剧在现

场引导小朋友们要如何正确对待脑瘫患者的一幕,电影则记录下了孩子们真实的反应,在镜头里用这伤人的情节警醒观众,我们不应该如此对待脑瘫患者。

记录和真实呈现本身就有意义,这样“改变”才会慢慢发生。

在网络上,有很多脑瘫患者观众看完电影后分享道,电影记录的就是他们最真实的生活,他们不觉得这是被消费,他们也希望自己的需求被看到,渴望被当作普通人。《小小的我》的确改变着观众对脑瘫患者的刻板印象,很多观众都在网上分享,表示以后会用看待正常人的眼光去看待他们。

银幕之外,《小小的我》续写社会责任

《小小的我》在影院上映的同时,也在线下为推动残障人士平等、充分、便捷地参与和融入社会生活贡献力量。《小小的我》联合多家影城推出无障碍观影服务,设置轮椅观影专座,为

更多残障人士走出家门、享受娱乐服务提供便利;发起《苔花公约》,呼吁越来越多的社会机构和企业加入其中,一起为残障人士平等参与社会生活尽自己的一份绵薄之力。

在我国,约有8500万残障人士,

他们面临着不同程度的障碍,如不便利的出行条件、不友善的社会眼光等等,《小小的我》不仅通过电影让大家意识到这些问题,也在后续行动中呼吁全社会共同解决问题。电影的力量在这一刻具象化,电影的价值也在此刻更加凸显。 据新华社

商代铜鸮卣内发现3000年前蒸馏酒



检测出蒸馏酒的商代铜鸮卣。

济南市考古研究院所藏的一件商代铜鸮卣内残存的液体日前被证实是蒸馏酒,这将我国发现蒸馏酒的年代追溯至3000年前的商代。

这件铜鸮卣是2010年12月,济南市考古研究院在济南大辛庄遗址发掘的M257墓葬中出土的,时代为商代晚期。器物出土时,考古人员能够明显感受到内部有少量液体,但由于器盖和器身已经牢牢结合在一起,迟迟未能开启。近日,山东省文物保护修复与鉴定中心的文物修复人员

对铜鸮卣的锈蚀部分进行处理,打开了器盖。器内液体标本被密封送往山东大学环境与社会考古国际合作联合实验室检测,检测结果证实是3000年前的蒸馏酒。

据检测项目负责人、山东大学环境与社会考古国际合作联合实验室副研究员吴贻说,经过检测发现,铜鸮卣内残存的液体存在乙醇等成分,确定为酒类。果酒、米酒,只有发酵没有蒸馏环节,会留下糖类、蛋白质等物质,即便长时间埋藏也不会完全降解。而这件铜鸮卣内残存的液体长期保存在封闭的无氧环境中,经过鉴定,只有水、乙醇等成分,是采用蒸馏工艺制作的酒。

吴贻介绍,随着国内考古工作的不断推进,陆续有汉代的蒸馏器实物出土,包括海昏侯墓出土了西汉的蒸馏器,西安张家堡新莽墓葬出土了新莽时期的蒸馏器。这些考古发现表明,至少在汉代中国已有了蒸馏技术。

“但当时,蒸馏技术是否被用来制作蒸馏酒尚不可定论。”吴贻说,此前山东大学环境与社会考古国际合作联合实验室利用多种分析方法检测,鉴定烟台三十里堡汉墓群出土的酒为蒸馏酒,证明了汉代的蒸馏技术已经被用来制作蒸馏酒。而此次大辛庄遗址铜鸮卣内的液体样品,检测为蒸馏酒,将中国制作蒸馏酒的时间又向前追溯至3000年前。 据新华社

《射雕英雄传：侠之大者》发布IMAX专属海报



由徐克执导,肖战、庄达菲领衔主演的武侠电影《射雕英雄传：侠之大者》将于2025年大年初一在全国影院上映。

片方近日发布了IMAX专属海报,苍茫夜色中,武林豪杰风云际会,豪侠之气呼之欲出。在大银幕的视听震撼中,观众将见证肖战所饰演的郭靖如何怀赤子之心、行正义之事,成就武侠传说。

IMAX版《射雕英雄传：侠之大者》在呈现惊艳视听品质的同时,打造深度沉浸的观影环境,让观众“亲身走进”想象中的江湖世界。“降龙十八掌”“九阴真经”……一系列令人神往的“武林绝学”将借助徐克的奇诡想象呈现,带来强烈的视觉张力。

金蛇迎春之际,电影《射雕英雄传：侠之大者》将助力观众圆一个轰轰烈烈的武侠梦。 据1905电影网