

文化“上云”，不得已还是新机遇？

鼠标轻点，在网上展厅领略各地博物馆的精美展品；拿出手机，远程使用图书馆的线上资源；坐在电脑前，看一场戏剧的高清录像……虽然场景转移到了网络，但在线文化服务将触角延伸到千家万户，丰富了人们的“宅”时光。

一场大疫改变了很多，也带来了许多。居家的日子，最需要以恰当的精神生活来消磨时光。于是，云观展、云蹦迪、云网课、云健身、云咨询、云读书……各种形式的文化生活一夜间冒出来。但这毕竟是疫情“逼”出来的文化生活方式，是权宜之计，还是行业发展新机遇，尚需时间告诉我们答案。

花式文化陪伴“宅生活”

2月24日，阿里文娱联合阿里创新业务事业群发布《云生活报告》称，云吃饭、云运动、云旅游、云蹦迪等，构成了网友“宅生活”主要内容。其中，80后热衷于把自家客厅变成运动场，并跟随奥运冠军直播体育课一起燃烧卡路里；90后玩起了云蹦迪，00后则忙着考证……

短视频平台B站联合摩登天空开创了“云蹦迪”玩法，参与者以网上音乐节的形式在家和网友们视频互动，伴随音乐人的演出跳舞。双方合作的“宅草莓不是音乐节”获得超100万次观看。

本次活动中，百余位音乐人的70多场音乐节被搬到线上，并邀请艺人自制宅家视频。连续5天的直播，观看量128万，单日弹幕破10万。音乐内容整体也迎来数据爆发，用户用B站听音乐4亿次，其中原创音乐2720万次。此外，宅家美食5.8亿；宅家健身1.2亿；舞蹈、美妆、练琴、绘画等文化艺术内容累计播放超3.9亿次。

优酷在疫情期间组织了一场“云观影”，数据显示，今年春节假期，优酷日活跃用户和用户时长创下新高；电影播放量较平时超过2倍增长，院线片的播放量、网络电影播放量双双超预期。

宅家文艺的网友也时刻关注疫情，通过各种云打call的方式，为疫情中的湖北和武汉加油。优酷弹幕中“武汉加油”“湖北加油”“中国加油”超过20万条。此

外，阿里创新业务事业群旗下的鲸鸣App里，“祝福武汉”的语音弹幕高达32万条；在唱鸭App里，共有3万首歌曲参与“武汉加油”话题，原创歌曲超百首。

优酷引入慢直播以来，带动10多万人“云旅游”，24小时不间断直播全国各地景区景色，足不出户饱览祖国大好河山。

在这个最长假期中，小视频成为休闲娱乐的主要方式，用户观看量增长60%。观看量排名第一的品类是幽默搞笑，而网友拍摄最多的是晒宅家生活。数据显示，1月24日至2月7日，共10.7万人发布了25.9万条抖音视频，累计观看达33亿次。中国社会科学院新媒体研究中心副主任黄楚新表示，在抗击新冠肺炎疫情过程中，短视频在引导舆论、安抚人心上作用明显。

想获得长期认可并不简单

毋庸讳言，疫情下，各个视频网站的流量都在增加。

但要想获得网友的长期认可并不简单。

“线上文化根本不同于线下文化，与其说靠的是技术，不如说靠的是产品思维。”腾讯集团市场与公关部总经理、“云游敦煌”产品负责人李航发现，与线下观展相比，线上的用户时长和人口都非常有限，必须有一种有价值的产品创新体验，而不仅仅是简单的展品线上化展示。

一位观展爱好者说，虽然云上看展一定程度上满足了她的需求，但她更想看



(网络图)

实物，可以近距离观赏和感受艺术珍品的魅力。现在网上一些图文尚不能完全达到她的要求，但疫情期间她已经十分满足。

更重要的是，文化有社交属性，需要原创的精品内容。但由于疫情，很多制作机构受到影响，影视机构也无法开工，因为优质的原创内容匮乏，观众不得不循环看旧内容。

“面对挑战，我们别无选择。”一些美术馆推出了虚拟展，宣称要“用直播的方式跟观众走得更近”。相关机构工作人员认为，将线上关注度转换为线下收益，考验的是创新运作模式。艺术机构需要支付艺术家和员工的酬劳，投入和产出差距会不断拉大，需要有一定良好的商业运作来维持平衡，但是线上商业模式是否合理并有效，都还在摸索之中。

因时之举酝酿新机遇

云上文化活动是因时之举、无奈之举，但从长远来看，如果能够实现新突破，也将是对文旅产业的有效拓展。

一个例证就是，疫情期间，直播形式火热起来。快手等平台推出的“重读《许三观卖血记》”直播读书会等各类直播网课，一些直播形式还产生了经济效应。

淘宝上各大博物馆文创的“云售卖”让人们看到博物馆利用线上拓展新生存空间的可能。2月23日，淘宝直播联手国家博物馆、甘肃省博物馆等八大博物馆，推出一天内“云春游”，讲解员们一边介绍展品，一边铆足了劲为自家文创产品带货。

数据显示，国家博物馆的文创带货最高月销售记录是277件。博物馆线上带货虽未形成气候，但也做了营收的新尝试。目前，仅在淘宝天猫平台，就已有包括故宫博物院、大英博物馆、敦煌博物馆等20多家博物馆的官方旗舰店，累计拥有超千万粉丝，其中一半以上是90后。

实际上，除了形式改变，更重要的是内容方面的沉淀。

电影导演贾樟柯的观点，也许更能说明疫情对相关文创行业的影响，“就个人而言，作为电影人，我不认为这次疫情会在某种程度上削弱我们继续制作电影的热情或渴望。反而，这次疫情让我们停下来思考了，我们的社会以及个人很久都没有思考过的问题。所以，在创作层面上，我们可能会找到很多灵感来源，从而做出更多的作品。”

(据新华网)