

### A 文艺产品迭出 文化基础夯实

“十三五”期间，广东率先提出复排演出经典剧目、推广演出当红剧目、创排演出新创剧目的“三条线”艺术建设理念，文化产品迭出，文化基础得到大大夯实。其中，全省创作200多台大型主旋律剧(节)目，演出总场次超过4万场。舞剧《沙湾往事》先后荣获中宣部“五个一工程奖”和中国艺术节政府最高奖“文华大奖”，成为近年来常演不衰的经典剧目。舞剧《醒·狮》、舞蹈《与妻书》、粤剧《白蛇传·情》、潮剧《李商隐》、广东粤剧院曾小敏、广东潮剧院林燕云等一批优秀舞台艺术作品和个人，分获舞蹈荷花奖、文华表演奖、戏剧梅花奖等重要奖项。3个群众文艺作品连摘两届群众文艺领域政府最高奖“群星奖”。

在公共文化方面，广东的公共文化服务体系实现历史性全覆盖。数据显示，行政村(社区)综合性文化服务中心从2015年底的218个试点单位，增长至2020年底的25921个；全省建成县级以上公共图书馆146个、文化馆145个、博物馆343个、美术馆136个，乡镇(街道)综合文化站1614个，实现省市县镇村五级全覆盖；公共图书馆总藏量等多项指标位居全国首位，广州图书馆连续6年基础服务质量居全国第一；省财政投资23亿元、总建筑面积达14.45万平方米的“三馆合一”省级标志性文化工程开工建设；全省一二三级博物馆总数达84家、位居全国第二；全省一二三级美术馆达15家，国家重点美术馆数量居全国第一。



舞剧《醒·狮》剧照(资料图)

### B 文旅实力提升 多项指标领先

规模总量大，增长速度快；产业体系健全，产业链条完整；产业结构持续优化；旅游龙头企业竞争力不断增强……近年来，广东文化和旅游产业发展取得瞩目的成绩，有多项数据连续多年领军全国。

马蜂窝大数据显示，在2022年春节假期，广州位居全国旅行热门城市的第四位；广州融创雪世界跻身“春节十大热门景区景点”前三。该现象的背后，是近年来广东文化和旅游产业发展的

的反映。全省涌现出华侨城集团、省旅游控股集团、岭南国际集团、长隆集团等一批综合竞争力强的龙头企业，广之旅、广东中旅等一批服务标杆企业，以及奥飞娱乐、励丰文化科技等一批文化创意企业。五年间，全省创建国家级全域旅游示范区5家、国家级旅游度假区2家，新增5A级旅游景区3家，总数(15家)位居全国第三；新增5星级酒店3家，总数(102家)位居全国第一。

## 建文化强省 谱南粤华章

广东文化和旅游多项指标位居全国前列

# 岭南文化活力盎然 事业蓬勃产业兴旺

羊城晚报记者 黄宙辉 丰西

汇聚130多家文化创意、数字经济企业，年产值超300亿元的数字经济集聚区，累计培育了9家上市公司……位于广州市天河区的羊城创意产业园，历经十余年取得优异成绩。去年12月中旬，该园区内的羊城同创汇(天河园区)正式开放，致力于打造“大湾区首个全媒体互联网文化产业示范标杆”，园区再添猛将。

羊城创意产业园的发展，是近年来广东文化强省建设的一个生动实践案例。据悉，“十三五”时期，广东文化和旅游事业与产业取得显著成绩，多项指标位居全国前列。其中，文化及相关产业增加值从2015年的3648亿元，增加至2019年的6227亿元，约占全国1/7，连续18年居全国首位；旅游总收入从2015年的9081亿元，增长至2019年的15158亿元，旅游总收入、入境过夜游客等指标多年保持全国第一。



佛山三水图书馆(资料图)

### C 文化遗产保护 累累硕果喜人

今年2月8日，2021年度全国十大考古新发现评选活动启动。其中，“广东黄埔岐头岭遗址”和“广东增城金兰寺遗址”占据了入围初评32个项目中的两席。近年来，广东的文化遗产保护传承利用取得重大进展。

“十三五”期间，习近平总书记两次视察广东，对岭南文化的保护利用寄予厚望。五年间，全省新增全国重点文物保护单位33处，增幅达34%，其中新增近现代重要史迹及代表性建筑数量位居全国第一。全国重

点文物保护单位革命文物名录达30处，位居全国第四。全面完成第三次全国文物普查和第一次可移动文物普查任务，登记公布不可移动文物2.5万多处，国有可移动文物875万件/套。2019年、2020年广东英德青塘遗址、“南海1号”两个项目连续入选“全国十大考古新发现”，水下考古成果位居全国首位。7个展览荣获全国博物馆十大陈列展览精品奖项，5个案例入选全国“非遗进校园”十大优秀实践案例和十大创新实

践案例，打造南粤古驿道、广州永庆坊等岭南新名片。2021年，广东重点推进汕头、潮州历史文化街区文物保护工作，开展顺昌街示范工程和蔡楚生电影馆陈列展示活化利用等修缮工程。“小公园开埠区中山纪念亭街区”和“小公园开埠区西堤街区”获批成为广东省第三批历史文化街区。截至目前，广东共有历史文化街区104处、粤港澳大湾区文化遗址保护项目44处、历史文化遗址保护项目70处。

### D 文旅融合开局 湾区引领风向

“十三五”时期，是广东文化和旅游融合发展的开局阶段，粤港澳大湾区、先行示范区文化和旅游业发出蓬勃的活力。

近年来，广东着力打造人文湾区、休闲湾区，联合签署粤港澳大湾区“一带一路”文化交流等合作意向书，成立大湾区城市旅游联合会，举办大湾区城市艺术节等品牌活动。推进美术馆、文化馆等一批新馆建设，深圳推进美术馆新馆等“新时代十大文化设施”建设。深入打造“广东文化精品丝路”品牌，举办东盟、太平洋岛国等广东文化周活动，组织赴30多个国家和地区参加“欢乐春节”等活动，国际影响力进一步扩大。

在2021年，《广东省加快推进文化和旅游融合发展三年行动计划(2020-2022年)》持续落实，潮州牌坊街、广州永庆坊获评首批国家级旅游休闲街区，3个镇入选首批全国乡村旅游重点镇，7个村入选全国乡村旅游重点村。全年评定19家省级全域旅游示范区、7家4A级旅游景区、7家省级旅游度假区、5家省级旅游休闲街区；推出57个省文化和旅游特色村、50条省乡村旅游精品线路、20条省工业旅游精品线路；首批评出4A级景区旅行社30家、3A级景区旅行社95家、2A级景区旅行社2家，金鼎级文化主题旅游饭店10家、银鼎级饭店7家；连续第5年举办文化和旅游产业投融资对接会，推动450个文旅项目交流合作；推出广东红色文旅护照、“潮汕韵味”文旅护照活动；5家单位入选首批国家级夜间文化和旅游消费集聚区。

广州线下门店可以购买“冰墩墩”啦！2月9日，羊城晚报记者走访广州购书中心、正佳广场等广州冬奥官方特许商品零售店了解到，不少市民排长龙购买“冰墩墩”周边产品，有的门店开门不到一个小时，众多“冰墩墩”产品便销售一空。

### 现场 购买市民排长龙

在正佳广场三楼国创文创礼品店，销售人员正忙着拆快递，分拣刚到货的印有奥运纪念品的滑板。货架上其他种类冬奥会纪念品大多已售空。

记者向店员曾女士了解到，与刚结束的东京奥运会相比，北京冬奥会的商品销售十分火爆，“冰墩墩”及一些相关的奥运纪念品，在大年初四就已断货。

在广州购书中心的国创文创礼品店，十几平方米的店里挤满了前来购买北京冬奥会纪念品的顾客。老人、中年人、年轻人、小朋友，各个年龄段都聚集在此。几名销售员忙得热火朝天，一边写着销售单，一边向前来咨询购买的顾客介绍产品。

店员莫女士介绍：“纪念品年前就开始在卖了。但冬奥会开幕后，卖得相当火热。现在，每天早上还没开店，就有一群人在排队，一直到晚上10点关门时还有很多人，周六日就更火爆了。”此外她还提到，“现在预约购买，大概5月份到货，最快可能也要到4月中旬。”

此外，记者在广州购书中心广天藏品了解到，作为特许经营经销商之一，广天藏品门店也可以预约到相关产品，但种类较少。许多顾客都会通过线上微信的方式预约，最快也要三四月份才能拿到货。销售人员表示，产品过于火热，如果预约不到货，将退款给买家。



2月9日，市民在广州购书中心的冬奥特许商品销售门店预订“冰墩墩”羊城晚报记者 黄士 摄

广州市民排长龙购买“冰墩墩”，有门店预售需四五月份提货，权威部门提醒：

## 抢购“冰墩墩” 认准官方渠道 谨防黄牛诈骗

羊城晚报记者 詹淑真 魏超然 黄士 实习生 吴之行

### 提醒 防止炒作理性消费

线下销售火热，线上预售也极其火爆。作为冬奥会特许商品，“冰墩墩”周边产品的线上销售由奥林匹克官方旗舰店独家发售。2月9日晚，记者查询天猫奥林匹克官方旗舰店看到，店铺内售卖的含冰墩墩形象的商品均处于缺货状态，仅支持预售，商品发货时间为付款后30-45天内，且店铺规定同一客户最多购买2件。

此外，冰墩墩立体钥匙扣、冰墩墩毛绒玩具两件商品16时至21时每整点预售1000

件。记者参与整点抢购发现，预售开启瞬间，商品就已经被准点蹲守的大批购买者抢购一空，页面显示“商品已经卖光了”。

据悉，为防止出现恶意炒作倒卖或者诈骗的情况，闲鱼、转转等二手平台均屏蔽了“冰墩墩”相关商品。北京冬奥组委市场开发部特许经营管理处处长郭磊介绍，目前已推出16个大类、5000余款特许商品，将至少持续销售到今年6月底，可以满足广大消费者的需要。

同时，北京冬奥组委市场开发部提醒广大关心冬奥、支持冬奥的“奥粉”们，切勿从“黄牛”手中高价购买特许商品，不要相信价格炒作，不要囤货，理性消费，共同营造良好的冬奥购物氛围。

广州公安也发布信息提醒，当前已出现不法分子通过搭建虚假的冬奥会官方网站，在网站上进行所谓的“幸运抽奖”“冬奥纪念品赠”“冬奥限量版纪念邮票限时抢购”“冬奥纪念币抢购”等活动，诱导进行在线注册。市民线上购买时一定要认准官方渠道，莫动轻松入手“冰墩墩”的念头。

## 冰雪运动成潮流 安全上阵不能忘

羊城晚报记者 薛仁政 刘欣宇 通讯员 游华玲

2022北京冬奥会正在进行中，越来越多人赶潮流，走进冰雪场地感受冰雪运动的“速度与激情”。不久前，在广州定居的李先生携家人前往滑雪场体验冰雪运动。但在运动中，林先生不小心摔伤。后经检查发现，他的韧带撕裂，需要手术才能痊愈。“运动前没有充分热身，且运动中忽视了专业人士的指导，是我这次受伤的重要原因。”李先生说。

“冰雪运动速度快、技巧多，且场地温度较低，受伤的几率和严重程度相比一般运动更甚。受伤患者中，尤其以膝关节受伤为最多，踝关节、肩关节、手腕受伤次数紧随其后。”南方医科大学第三附属医院运动医学科主任医师曾春提醒，在进行冰雪运动时要格外注意运动安全的问题。

运动时一定要在专业指导下进行

曾春表示，适当进行冰雪运动能锻炼心肺功能和肌肉力量，有助于提高协调能力，增加平衡能力，改善呼吸功能，还能调节人体激素分泌状态，让运动者获得愉悦、缓解压力。但如果忽视自身身体条件进行大量运动，会使受伤的风险直线上升。一般建议剧烈运动每周进行2-3次为宜。

曾春认为，在滑冰、滑雪等冰雪运动中要做好三方面

保障工作。首先，冰雪运动一定要在专业人士的指导下进行，从易到难、从慢到快，循序渐进，避免盲目寻求刺激。其次，冰雪运动场温度较低，运动前的热身尤为重要。再者，运动护具是最后一道保护屏障，在运动前应选购质量较好的、适合自己的运动护具，并在赛前调整到最佳位置，有效减少运动中的受伤风险。

受伤后采取“RICE”原则及时处理

针对运动中的受伤情况，曾春介绍，可采用“RICE”原则处理创伤。其中，R指休息：在受伤之后应立即停止运动，保护损伤部位不再受到二次伤害，同时使伤口表面血液凝固，减少出血量。I指冰敷：受伤后要马上进行冰敷，使血管收缩，减缓局部血液循环；同时还能使痛觉神经的传导变慢，产生有效的止痛效果。C指加压包扎：冰敷结束后，要及时用弹性绷带包扎患处，在包扎中要确保包扎牢固但不要过紧，包扎过紧会使患处麻木、疼痛，不利于痊愈。E指抬高患处：在初步处理后，通过抬高患处能够减少血液流动，从而控制肿胀和出血。

“雪容融”设计团队：

## 萌萌的“雪容融”已准备好“接力”

据新华社电 北京冬奥会吉祥物“雪容融”设计团队成员、吉林艺术学院设计学院副院长吴轶博日前在接受采访时表示，最近看到“冰墩墩”一墩难求，说明“冰墩墩”形象深入人心，同样萌萌的“雪容融”已经做好准备，“接力”冬奥文创产品受追捧的现象，让冬奥吉祥物继续火下去。

吴轶博说，“冰墩墩”“雪容融”都是设计团队集体智慧的结晶，实现了人格化设计，萌萌的形象既展现了博大精深的中华文化、冰雪魅力，也正好契合了百姓

的需求。“不仅百姓说好，一些外国运动员也说好，这样萌萌的吉祥物不仅可以作为纪念品，还可以缓解压力，这是好的文创产品所能发挥的独特作用。”

吴轶博表示，现在中国百姓的生活水平和审美都提升了，对文创的需求越来越高，好的文创产品必然会有很好的市场。“冰墩墩”和“雪容融”作为冬奥会和冬残奥会的吉祥物，契合了人们对冰雪运动和冰雪文化的喜爱，这两个吉祥物也符合大多数人的审美，因此也就有这样的号召力。



广州市民正在排队购买冬奥会纪念品羊城晚报记者 黄士 摄