

让城市空间美起来

这家音乐厅拓展“日间模式”

13年来“音乐午茶”举办了2410场音乐会



▲“音乐午茶”活动现场

13年来，“音乐午茶”公益性质的低票价及优质的演出策划，让更多的大众走进上海音乐厅。

“巴赫”在德语里的意思是‘小溪’，但是他根本就是古典音乐的大海……”昨天12点，凯迪拉克·上海音乐厅口碑公益品牌“音乐午茶”，依然以30元门票的低价高品质音乐会——上音师生演奏的巴赫的勃兰登堡协奏曲庆祝其13周年的生日。与此同时，首推“特典票”联动剧场参观的“自由行”，让听完音乐会、吃完生日蛋糕的观众，可以继续的音乐厅内自由穿行——这是自去年春分启动的另一个公益项目，两者联动，让市民观众白天也能看到上海音乐厅的建筑辉煌和音乐带来的光。只有上海音乐厅，是全国第一家且唯一一家工作日白天也欢迎市民观众且举办小型音乐会的音乐厅。

13年来，“音乐午茶”公益性质的低票价及优质的演出策划，让更多的市民走进上海音乐厅，实现“现场音乐会随心听”。而自2024年起，午间1小时的“音乐午茶”逐渐从线下沙龙式小型音乐会走到线上，每月常态化直播助力这杯“午茶”走出上海，让更多人品到“音乐午茶”。昨天这场“音乐午茶”13

周年特别企划暨纪念巴赫诞辰340周年呈现，也同时通过凯迪拉克·上海音乐厅官方视频号全程直播。

率先开启“日间模式”

自“音乐午茶”诞生之日起，音乐厅开启了“日间模式”，也使上海音乐厅成为全国第一家且唯一一家工作日白天定期举办对外小型音乐会的剧院。

13年来，“音乐午茶”已成功举办了2410场音乐会，8300余位艺术家在这个舞台与观众见面，上演了14000多首作品，观演人数达35.6万人次。演出形式多元、风格多样，着力展现各民族富有民族特色的艺术精品，如“举杯邀民乐”系列、“中国风貌”系列、江南文化主题、海派文化主题、少数民族音乐“百花齐放”系列等。“音乐午茶”还定期打造特别企划，如为观众进行主题性、系统性音乐知识普及的“讲座&音乐系列”，推广冷门乐器或者为海归青年艺术家量身打造的“主题音乐会”“夏季音乐主题周”等。同时，每逢百场、每到周年还会有专场庆祝等多种形式，丰富午茶的内容形式。

见证新人走向世界

午间一小时的音乐会，不仅吸引了周边白领、居民以及海内外友人，还见证了数位年轻艺术家以及获国内外奖项的音乐新人走向全国乃至世界舞台。其中包括2017年第九届德国Gut Immling国际

声乐比赛总冠军陈知远、第62届美国华盛顿国际弦乐比赛的提琴冠军邓一飞、第十届中国音乐金钟奖小提琴比赛冠军陈家怡、2019年第十六届柴可夫斯基国际大提琴比赛第五名和2022年伊丽莎白女王大提琴比赛亚军陈亦柏、悉尼2023国际钢琴比赛第三名的郭蓉蓉、2023克利夫兰国际青少年钢琴比赛少年组第二名季沁姚瑶等。

“音乐午茶”项目组还不断挖掘，让青年艺术家呈现创新性、探索性、艺术性的作品，形成更多的中国首演、世界首演、新人首秀等，也反映出“音乐午茶”坚持将高品质的音乐会惠及给广大市民，同时打造了“观众+青年艺术家”的“双向互陪”模式。

欢迎探索城市文化

身处市中心人民广场附近的上海音乐厅，本身就是城市文化地标，除了拥有“可聆听的音乐”之外，还拥有“可阅读的建筑”“可触摸的历史”——其2002年为避让市政工程而进行保护性迁移，5000多吨建筑平移66.46米、抬升3.38米的历史也是建筑史上的奇迹。去年春分启动的“音乐厅自由行”活动，在白天开放音乐厅的一楼北厅、观众厅、东西厅；二楼观众厅、东西厅。参观者可以通过扫二维码倾听音乐厅历史文化。

上海音乐厅原名南京大

戏院，建于1930年，1959年更名为上海音乐厅，并成为国内最受欢迎的音乐活动中心之一。同时，它也是上海第一座由中国建筑设计师设计建造的西方古典风格建筑，由范文照、赵深设计。装饰多变化且有层次，罗马立柱与券门配合的比例匀称。走廊一侧，以博物馆陈列的方式，展陈了3D打印的金色模型，令人惊叹其细节之丰富、精美。音乐厅内，顶部海上蓝的穹顶添加了金色雕花，金碧辉煌、光彩夺目——这在白天看来是另一番独特的光景。据“音乐厅自由行”项目负责人白志华透露：“建筑上看到的金色确实是因为用了金箔。”

上海音乐厅如今依然是白天可以自由进出的音乐厅，花30元一张门票可以在剧场周边自行探索，还有咖啡区，可品下午茶，终点则是文创区。音乐家人偶盲盒是最受欢迎的产品。这一路参观来的感觉，仿佛是在看一家博物馆。“音乐厅自由行”和“音乐午茶”联动，偶尔还可以遇到打折优惠，如70岁以上老人半价……这两个面向公众的文化品牌，拨动着市民的心弦，唤醒了内心向善向美的种子，推动着城市与文化共同发展、彼此赋能。

本报记者 朱光

2024年度十大语文差错出炉

“松弛感”写成“松驰感”，“跻身”写成“挤身”，“花甲”误为“古稀”……刚刚，2024年度十大语文差错出炉，无不与这一年度的社会生活高度关联。“流行语”是社会生活的反映；“语文差错”也有相似的功能，同样是社会语文生活的记忆符号，在一定程度上，也能折射出社会生活的方方面面。在这一点上，2024年频繁出现的语文差错，表现得尤为突出。”《咬文嚼字》杂志主编黄安婧说。

2024年度的十大语文差错为：

- 一、“制高点”误为“至高点”。
- 二、“电光石火”误为“电光火石”。
- 三、“跻身”误为“挤身”。
- 四、“花甲”误为“古稀”。
- 五、“松弛感”误为“松驰感”。
- 六、“千门万户曈曈日”中的“曈曈”误为“瞳瞳”。
- 七、“脑卒中”的“卒中”(cǐzhōng)误读为zúzhōng。
- 八、“过渡政府”的“过渡”误为“过度”。
- 九、“侦察无人机”的“侦察”误为“侦查”。
- 十、“果腹”误为“裹腹”。 本报记者 徐翌星

2025文化迎新

文化和旅游部昨天在北京恭王府举行推介会，将于即日起至3月1日开展“欢欢喜喜过大年”2025年春节主题文化和旅游活动。本次活动包含七大板块27项主体活动，内容涵盖惠民文艺演出、公共文化服务、非遗体验展示、文化娱乐活动、旅游休闲消费、文博展览展示、对外文化交流等重点领域，以“春节——中国人庆祝传统新年的社会实践”列入人类非物质文化遗产代表作名录为契机，打造百姓新春文化大联欢。

“文化迎春 艺术为民”举办全国文化科技卫生“三下乡”集中示范活动、迎新春美术作品展等活动；“春到万家”活动联动全国各地开展春节“村晚”大联欢，展现各地乡土气息、民风民俗、人

春节主题 文旅活动开启

文底蕴；“非遗贺新春”围绕非遗保护传承，举办一系列春节非遗宣传推广等民俗文化活动，江苏、四川、上海等地将举办一系列主会场活动。

“旅游迎春 休闲过年”活动开展新春旅游休闲宣传推广、研学旅游主题推广、全国非遗特色旅游线路发布推广、欢乐冰雪旅游季，丰富春节假期旅游产品供给；“惠企乐民 欢度新春”打造全国春节文化和旅游消费月，丰富消费场景，激发消费活力；“文博馆里过大年”打造“非遗馆里过大年”“博物馆里过大

年”品牌，策划推出系列特色陈列展览、文化教育和民俗体验等活动，营造浓郁春节文化氛围。

“欢乐春节”则聚焦对外文化交流，在海外70余个国家和地区举办中国新年音乐会、新春巡游、新年家庭日、新春庙会等400余场活动，在近20个国家举办“全球彩灯点亮活动”。同时，开展“你好！中国”国家旅游形象推广、“新春有礼 一起过节”中国文创新春海外推广。

驻京记者 赵玥
(本报北京今日电)