

红豆七夕节持续 21 载： 以复兴传统节日彰显文化自信

8 月 14 日 19:30, 由红豆集团独家特别呈现的 2021 年央视总台七夕晚会在 CCTV-3 正式播出。随后 20:00, 红豆集团“相思相爱是七夕”第 21 届红豆七夕节云直播主题晚会通过腾讯、新浪、网易等平台直播放送, 吸引数十万粉丝观看并产生了 77 个 4999 元现金大奖。

一南一北两台晚会, 双城共此七夕, 天下有情人相聚“云”过节。

至今已有 21 年历史的“红豆七夕节”, 源于红豆集团于 2001 年提出的“品牌节日”文化概念, 不管是“七夕”游园、“放河灯”等传统民俗的巧思, 还是“寻找当代王维”、直播“云”过节的突破, 都是将耳熟能详的传统文化原色搭载现代的展现方式, 受到了文艺界、大众群体的欢迎和肯定, 成为企业倡导和振兴民族传统节日的“一枝独秀”。

不搞歌舞升平的狂欢, 不搞一时的单场演出, 红豆七夕节不单单是以文艺的方式唤醒当代人对传统节日的喜爱, 更在其中融入了对当代社会和文化的思考。

一方面, 搭载央视这一专业化、大众化的平台, 将让更多人感受到七夕文化。今年的央视七夕晚会以美术和构图令人眼前一亮, 其中《七夕鹊桥仙遇见》在预告阶段就已大火, 以一场“逆世界”的奇妙穿越, 再现长安乞巧节的场景, 不仅有穿针乞巧、放荷花灯、飒爽的剑舞, 还用蒙太奇电影手法创造了一场穿越千前年的舞会, 被网友称赞“绝绝子”。

中华传统文化, 博大精深, 我们应该自豪地展示出来, 并且通过我们的展示, 让更多的孩子们喜欢上自己的传统文化。央视七夕晚会正是把我们传统文化当中最精致、最典雅、最美丽、最动人的内容呈现出来, 切合中国人自己的意趣, 所以广受欢迎。

另一方面, 红豆集团则展现了更具民间性、大众性的文化传承方式。无论是科普七夕传统习俗, 创作七夕诗词、歌舞, 还是制作宣传片, 都是红豆集团响应国家建设文化强国的号召, 以企业的力量从社会基层做一些事情。起初是在社区周围举办活动, 再是携手江苏卫视、央视等, 让活动范围辐射全国, 还形成了为期一个月品牌促销的“七夕红粉季”。近些年, 越来越多的老百姓, 都知道了红豆七夕节, 他们受到了红豆集团的影响, 了解了七



● 红豆集团“相思相爱是七夕”第 21 届红豆七夕节云直播主题晚会现场

夕、参与了七夕。传统文化节日通过再造, 不仅具有了社会效益, 还慢慢产生了经济效益。自上而下和自下而上的方式结合起来, 从政府到大众一起合力, 才能把传统文化传承和发扬好。

“相思相爱是七夕”主题云直播晚会以红豆艺术团为主创, 选择人们耳熟能详的经典爱情故事为联结点, 将其打造成为一场别具特色的经典爱情主题诗词吟诵演唱会, 既是“直播间”又是“小舞台”。《红豆之恋》《拿一粒红豆和爱情匡扶天下》《风吹麦浪》《线装女儿心》等一系列节目让观众大呼过瘾。

“我还是从前那个少年, 没有一丝丝改变, 时间只不过是考验, 种在心中信念丝毫未减。”歌手胡夏、苟晨浩宇、梦然通过线上直播间, 与观众互动。晚会上还发放了红包雨,

并从红豆男装、红豆居家、红豆童装、红豆家纺、千里马轮胎、红豆万花城消费者中随机抽出了 77 个 4999 元现金大奖, 观众们通过手机实现了云上过七夕、云上购物、云上抢红包。

真正向内寻找文化自信开展创作, 才能创作出让观众更为喜闻乐见的文化产品。第二十一届红豆七夕节开展了全国诗词楹联大赛、寻找最美爱的故事, 让七夕这一节日不再单是爱情, 也是亲情、家国情。楹联比赛共收到全国两千多名诗联作者的近万首(副)作品, 涌现出了“天边蟾月, 江上荷灯, 动无数心旌, 直看银河飞喜鹊; 南国诗怀, 东方神韵, 是千秋情结, 须知红豆胜玫瑰”等优秀作品; 寻找最美爱的故事收到了观众《夫妻同心, 征战浪漫经济》《画里的乡愁》等优秀故事投稿。南

京小伙子曹杨复原明故宫图的故事中, 他们被人民群众对传统文化的深厚感情深深打动。

直播晚会、诗词楹联大赛、寻找最美爱的故事, 都是传统文化的“民间”表达, 爱情+爱国, 古代+现代的演绎方式, 一起探寻着关于七夕节恋人之间纯真的爱、传统文化脉络中真挚的爱、家国百年荣光中炽热的爱。

文化兴国家兴, 文化强国家强。面对传统文化宝库中的件件珍宝, 我们既要做探索的“寻宝者”, 更要做弘扬的“荐宝官”。红豆集团打造红豆七夕节这一“品牌节日”, 就是从传统文化中“寻宝”、“荐宝”的成功案例。在打造文化强国的路上, 红豆集团将继续创新再造七夕节, 与时代结合, 与传统结合, 讲好中国故事, 彰显文化自信。

相思相爱是七夕 国风潮涌现东方 红豆集团联手央视独家 特别呈现

2021 年七夕特别节目

“烟霄微月澹长空, 银汉秋期万古同”, 8 月 14 日七夕之夜 19:30, 红豆集团联手中央广播电视总台独家特别呈现的 2021 年七夕特别节目, 在 CCTV-3 央视综艺频道如约上演。

撼动人心的绝美舞台在西安昆明池畔编织出一台超时空浪漫梦境, 让观众随着晚会的电影级摄制镜头, 遇见千年历史奇景、感受音光影曼妙, 遨游山河美景、徜徉万里星河, 体验到东方美学的极致韵味。

从 2016 年首度合作至今, 红豆集团联合央视推出七夕特别节目已经走过了六个年头, 而红豆七夕节的 2001 年首届成功举办, 距今已有 21 年。七夕节从最初在红豆人的首倡和推动下, 到如今成为了“我们的节日”, 日益得到年轻人的追捧。一路走来, 红豆集团身体力行复兴民俗节日、弘扬传统文化, 受到社会各界广泛赞誉。

晚会采用 AR+XR 的虚拟舞台技术、抠像滑屏技术、“水陆空三栖舞台”黑科技等, 以及天圆地方设计理念的主背景, 以“爱藏眸光流转间”“爱自时光翩跹起”“爱在百年荣光里”三个篇章为主线, 展示出中式美学的独特魅力。

康辉、任鲁豫、李思思、朱迅四位老主持入镜头, 张涛、王冰冰、杨帆、维妮娜四位新面孔加入, 阵容空前, 更有超一线流量明星扎堆出现。实力唱将周深带来一曲《和光同尘》, 独特的嗓音让昆明湖畔的光影无限激荡; 资深音乐人张韶涵与新生代歌手黄明昊一起表演节目《刀剑如梦》, 呈现另类酷炫舞台; 还有全明星表演阵容, 蔡明与华彩少年们上演“高萌”反差; 凤凰传奇的经典重现……意想不到的搭档、破次元组合、创意混搭的碰撞, 纸伞、竹林、刀光剑影, 昆曲、粉黛、水袖翩然, 丹青、武术、敦煌奇景, 国风潮动, 惊艳四座, 铺陈开极致的东方古典美学画卷。

“相思相爱是七夕” 第 21 届红豆七夕节 云直播主题晚会举行

明星献唱、现金抽奖、情诗朗诵、服装走秀……8 月 14 日七夕当晚 20:00, 作为第 21 届红豆七夕节重要活动之一的红豆集团“相思相爱是七夕”云直播主题晚会, 在无锡红豆杉庄顺利举行。无锡电视台著名节目主持人方丹琼参与晚会节目主持, 并现场朗诵了红豆情诗《红豆之恋》。实力歌手胡夏、苟晨浩宇现场的精彩演绎, 创作歌手梦然的视频献唱, 为红粉们带来了一场暖心又难忘的七夕视听盛宴。

晚会在腾讯视频、新浪、无锡观察、扬子晚报、ZAKER、无锡慧直播等多个平台直播呈现, 让观众们以“云相聚、云晚会、云过节”的特别方式感受中华优秀传统文化的魅力。

此前, 胡夏、梦然、苟晨浩宇纷纷在微博上邀请粉丝们一同过七夕, 观看红豆七夕节云晚会, 倡导一起守护和传承中华优秀传统文化。胡夏喊大家一起过红豆七夕节的微博有 3.5 万粉丝的点赞、1.6 万粉丝留言。

此次晚会中穿插的五轮 4999 元现金大奖抽奖环节, 更是将现场氛围推向一个个高潮。据悉, 今年, 红豆集团联合天猫“天计划”, 旗下红豆男装、红豆居家、红豆童装等各品牌在七夕期间, 以年度最大活动力度回馈消费者。晚会现场一共抽取 68 个 4999 元现金大奖, 得奖的红粉们真的超级幸运, 此外, 当天各红豆品牌天猫旗舰店也抽取了 9 个 4999 元现金大奖, 作为献给红粉的七夕之礼。

抽奖的同时, 晚会期间, 还穿插了多个服装走秀节目, 红豆集团旗下红豆男装、红豆居家、红豆童装、红豆国际都纷纷展现了各自品牌的服装新品。柔软的红豆居家绒睡衣, 帅气的红豆男装正装系列, 舒适的红豆童装内衣和外套等等新品服装让观众们一饱眼福。



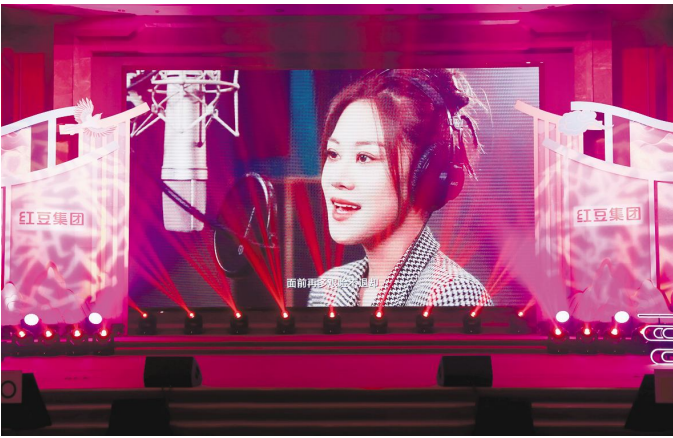
● 红豆男装走秀(羽绒服)



● 歌手苟晨浩宇



● 歌手胡夏



● 歌手梦然



● 红豆防疫物资走秀



● 小红豆童装走秀



● 红豆男装走秀(西服)