

故宫首开夜场闹元宵 门票炒到5000元一张

或结合二十四节气等节点选择夜间开放

2月19日，故宫再度成为国内“爆款网红”。当晚，元宵之夜，被灯光照亮的紫禁城壮美而神秘，红灯笼点缀的城墙格外喜庆。故宫博物院在19日和20日晚举行“紫禁城上元之夜”文化活动，数千人前往午门展厅、太和门广场、故宫东城墙、神武门等区域观灯赏景，共贺良宵。

此次活动的入场门票可谓一票难求。两天之前，“故宫博物院建院94年来首次在晚间免费对公众开放”的消息一出，网站预订门票“秒光”，甚至一度出现网站被订票网友刷崩溃的现象。原本免费入场的门票由于数量有限，被黄牛炒到3000元一张，有求购报价甚至到了5000元一张。

首开“夜场” 故宫办“紫禁城上元之夜”

“紫禁城上元之夜”文化活动邀请劳动模范、快递小哥、环卫工人等各界代表以及观众数千人参与。这是故宫博物院建院94年来第一次在晚间免费对公众开放，也是紫禁城古建筑群第一次在晚间被较大规模点亮。

通过灯光照明及灯光布景，紫禁城内的午门一雁翅楼、太和门、太和殿、东南角楼、东华门、东北角楼、神武门等区域霓虹闪耀，让观众可以在晚间游览紫禁城。故宫博物院以此不断探索文化创意的创新方式，拉近博物馆与公众的距离，让人们更加深刻地感受故宫文化的多元魅力，进一步实现“让收藏在故宫里的文物活起来”。

作为故宫博物院“紫禁城里过大年”系列展览活动的延续，“紫禁城上元之夜”文化活动旨在满足公众的文化需求、心理需求、情感需求，更好地阐释“传统节日”这一充满团圆幸福感的话题，让新春的故宫博物院，以更加“接地气”的方式，让公

众沉浸其中，感受博物馆里独特的节庆味、人情味。

“紫禁城上元之夜”的照明设计将高科技与文物保护有机融合，在方案制定阶段，就考虑到避免因照明对古建筑产生损害。通过设定不同的灯光强度，产生光影对比，使其在夜间自然产生立体感，达到“见光不见灯”的布光效果。使照明融入建筑，让观众更充分感受到紫禁城的夜间风采。

午门城楼及东、西雁翅楼在灯光映照下，展现壮美雄姿。太和门建筑主体及汉白玉台阶作为主要投影目标，用55000流明的激光电影放映机，通过激光投影技术，实现精准对位，让数字画面跃然于故宫古建筑之上。午门至神武门东侧城墙区域，由充满节日氛围的红灯笼点缀城墙，引导观众步行。临近城墙西侧的建筑也被点亮，营造出喜庆祥和的节庆氛围。《千里江山图卷》等绘画作品以艺术灯光形式，投影于建筑屋顶上。

一票难求 故宫网站被刷瘫痪

“紫禁城上元之夜”活动引发广泛关注，但由于过于火爆而一票难求。

2月17日，收到消息的网友蹲守在故宫网站的预约界面，约14:40左右，故宫正式开放普通观众预约平台，当天下午元宵节晚上的票就已约满。

网友们将一线希望寄托于将于2月18日凌晨0点“开抢”的正月十六的预约名额。很多网友们晚上10点熬夜等候，但是没到0点，故宫的网站已经被网友刷瘫痪了。一直想和朋友打卡故宫的任小姐说，“有几次刷进去了，看到了剩余票的数量，很快就从几万张降到一百多张，但提交个人信息就已经没票了。”

大批没抢到票的观众，纷纷在网上@故宫，询问是否会新增放票，或是延长夜场开放天数。2月19日，故宫博物院在官网做出回应，称由于开放时间有限，参观区域有限，又是夜间的参观活动，因此，为保证故宫和观众的安全，并为预约成功的观众提供良好的参观体验，本次活动采取实名制免费预约方式，参观人数每晚限定3000名。

新京报记者发现，在网上不乏黄牛倒卖本次故宫元宵节灯会活动的门票。在闲鱼平台，有商家标价999元转卖，但已显示“已经无票”，有人标价3000元转让门票。数据显示，有二百余位买家询问是否还有票，卖家则在评论区中回复提价至2000一张，其中还有用户叫价5000元求购。

不过值得注意的是，由于该活动门票预订需提供参观者本人身份证，并在入场时刷身份证入场，所以黄牛票交易需谨慎。

故宫也提示，两天活动的门票均已预约完毕，勿相信其他任何渠道出售的门票，以免上当受骗。

网友

抢故宫夜间票犹如抢春运火车票

网友A：“定闹钟抢票也没抢到，紫禁城之夜堪比双十一了，应该改名儿叫决战紫禁之巅，元宵灯会、故宫夜景怕是看不到了。”

网友B：“亿万人熬亿万夜，故宫博物院提醒您：道路千万条，你没有一条。”

网友C：“故宫啊，你已经是个成熟的网站了，应该学会服务器稳稳当当哒。”

网友D：“抢故宫的夜间票让我体会了一把如同抢春运火车票的感觉，困到不行，硬扛到12点，结果看网友的实时评论，基本上12点半之前票就没了，但那时，我连网页还没登进去。”



焦点

2月19日晚拍摄的故宫。新华社图

故宫夜场会常态化吗

“紫禁城上元之夜”活动一出，有网友猜测故宫夜场可能常态化。

对此，2月19日，故宫博物院院长单霁翔表示：要经过本次元宵节活动进行评估，或结合二十四节气等重要时间节点推出夜场活动。

数据

一年超1700万人次游故宫

对于整个文化创意产业来说，故宫文创的成功，都是一个典型范例，它让人们知道，商业、情怀、责任，这些名词并不冲突，而是相辅相成。

数据显示，2002年，故宫观众第一次突破700万；到2012年，观众人数翻了一番，达到1534万，成为世界上唯一一座每年接待上千万观众的博物馆。故宫博物院在2018年12月披露的数据显示，故宫年接待观众数量首次突破1700万，创造了新的历史纪录。门票一年收入8个亿！

“我们把好的展览放在了淡季，做了大量的教师、医务人员、环卫工人、公交司乘人员、大学生志愿者免费日来体验。”单霁翔说，“到今年出现一个奇特的现象，春节每天8万人预约满了，淡季不淡，旺季不挤，这是我们的理想。”

■来源：澎湃新闻、人民日报、新京报、中国之声等



2月19日晚拍摄的故宫午门角楼和圆月。新华社图