

上海百年建筑群里的“文化磁场”



黄浦江畔正形成一条新的生活“秀”带:曾经的祥泰木行如今已是杨浦滨江人民城市建设规划展示馆;当年“远东最大制皂厂”的生产原址,也变身“皂梦空间”白七咖啡馆;机器轰鸣的国棉十七厂,现在是游人如织的上海国际时尚中心。 ■云轩 摄

据新华社 夏夜的上海外滩,万国建筑群灯火辉煌;修旧如旧的武康大楼,优雅而沧桑;位于黄浦区兴业路的石库门小楼,历经百余春秋芳华依旧。作为中国的开放重镇和近代历史名城,1058处、3075幢优秀历史建筑,397条风貌保护道路(街巷),250处风貌保护街坊,44片历史文化风貌区,赋予上海古老而又时尚

的气质。兴业路76号,由石库门小楼改造而成的中共一大会址纪念馆,漆木门、雕花门楣、朱红窗棂,与一旁时尚动感的新天地街区共同构成开放型、街区型的文化空间,成为上海独具特色的城市地标。2021年6月中共一大会址纪念馆新馆开放以来,已经接待了逾300万

中外游客。“100多年来,作为中国面向世界的窗口,红色文化、海派文化、江南文化在上海这座大都市中激荡交融。”历史学者熊月之说。近代名城“中西融合”的历史基因和海纳百川的文化底蕴,让正在进行新一轮城市更新的上海,有了更多的新空间、新地标,“文化磁场”

引力更强。落地今潮8弄的“掠影摩登——《良友》都市文化图鉴”展览,从旗袍女性、证券交易所,到咖啡馆、回力球场,百年前精致优雅的沪上生活在这里重现。8条纵横交错、承载丰富城市记忆的上海老弄堂组成的“今潮8弄”,成为一处城市文化新空间。这里有熙熙攘攘的文艺小清新市集,有利用英式老建筑外墙和开放式广场打造的沉浸式舞台。百年前吸引鲁迅等文学家的石库门建筑群,展现新的魅力。“弄堂舞台”里也常有水准一流的公益性演出:海派芭蕾的惊艳腾跃、“昆曲王子”张军穿云裂帛的演唱会,让上海老少市民趋之若鹜。位于上海规模最大的历史风貌保护区——衡山路复兴路历史文化风貌区内的武康路安福路,全长1500多米。从造型别致的武康大楼,到黄兴、巴金等名人故居,这条散发着浓浓文化气息的马路,成为年轻人争相打卡的地方。中西合璧的海派文化是武康路安福路的鲜明标识,也带来了商业创新的能量和消费市场的体量。“2021年,我们把线下第一家店开在安福路,就是看中了这里的文化和调性。”新消费咖啡品牌三顿半公关负责人梁笑说。百余年来,上海是世界了解中国的窗口,它亦向世界展示当下中国的活力包容和面向未来的生机勃勃。在第25届上海国际电影节上,曾在上海生活多年的希腊电影导演瓦西里斯·希洛以这座城市为灵感,拍摄了都市风光爱情影片《一日有朝》,讲述一位希腊男子在上海邂逅并爱上了一位美丽的中国小提琴演奏家的故事,光影呈现出这座摩登城市一天24小时内的变化。“迷人的老建筑,活力新都市,浓郁生活气息。”和许多生活在上海的老

外一样,瓦西里斯·希洛斯热爱这座城市的许多细节。在他眼中,上海有自身底蕴,更在不断地吸收、学习、创造。黄浦江、苏州河,“一江一河”是上海特有的城市符号,也是上海显著的文化地标。江、河之畔,“文化磁场”处处可见。汇入黄浦江的苏州河自西向东,九曲十八弯穿过城市心脏地带。河岸一座半岛上,1933年建成的上海啤酒厂灌装车间已改造为环保主题公园,向市民游客讲述着苏州河的前世今生。黄浦江畔正形成一条新的生活“秀”带:曾经的祥泰木行如今已是杨浦滨江人民城市建设规划展示馆;当年“远东最大制皂厂”的生产原址,也变身“皂梦空间”白七咖啡馆;机器轰鸣的国棉十七厂,现在是游人如织的上海国际时尚中心。2022年,上海文化创意产业总产出占全市GDP的13%左右。城市文化赋能经济脉动的同时,也在赋予这个城市新的面貌。从去年到今年,上海博物馆“从波提切利到梵高”大展,与外滩东一美术馆来自意大利乌菲齐美术馆的罕见波提切利文艺复兴真迹遥相呼应;一江之隔的浦东美术馆,来自美国大都会博物馆的“时间的轮廓”展以及来自西班牙提森博物馆的艺术珍藏陆续上新。今年,外滩一座拥有120年历史的文艺复兴府邸式老建筑被“焕新”为“上海外滩艺术中心185空间”,推出了名为“雅努斯的界面”的当代艺术展。“上海的每一座百年历史建筑都拥有独特的文化底蕴。我们期待让老建筑碰撞当代艺术,创造出新的文化磁场。”青年策展人祝羽捷说。黄浦江蜿蜒而过,汇入长江,融入东海。有“魔都”之称和上海,海纳百川,开放创新,正焕发出不一样的“魔力”。 ■孙雨萍 郭敬丹 郑钧天

是什么吸引许多年轻人一次次拉着行李箱来上海?

据解放日报 这是宁波观众李言第三次“刷”沉浸式戏剧《普罗维登》。抽签选角色,寄存行李,登上火车,穿越到鱼龙混杂的普罗维登小镇,一场冒险开始了。《普罗维登》在上海徐汇滨江3000平方米的沉浸式剧场里已上演200多场,成为沪上沉浸式戏剧“新宠”。150分钟,15条主线,1000多条支线,带来应接不暇的互动体验。近年来,沉浸式戏剧成为全球演艺市场新增长点。2016年,上海文广演艺集团抓住先机引进并制作沉浸式戏剧鼻祖《不眠之夜》,迄今已在上海驻演1700场,接待超50万观演人次,历年平均上座率超95%,外地观众比例逐年增高至55%。如今,越来越多沉浸式戏剧入驻沪上剧场、商场、写字楼、文创街区,“爆款”频出。本月,沉浸式悬疑戏剧《法医秦明—尸语者》在黄浦江边的1862时尚艺术中心迎来第1000场演出。在亚洲大厦,“一台好戏”环境式驻演音乐剧《阿波罗尼亚》《桑塔露琪亚》已累计演出超1200场。今年上半年,开心麻花《疯狂理发店》《里弄1992》《疯狂星友团》《嘿!亚利桑那》《空降未婚妻》《废品拍卖师》6部沉浸式戏剧在沪演出超650场,观众人次突破10万,累计票房近3000万元。沉浸式戏剧,成为许多年轻人一次又一次拉着行李箱来上海的理由。新奇的演艺空间,颠覆式的现场体验,趣味性的社交场景,激活着文化新消费,塑造着文旅新地标,为“亚洲演艺之都”注入新活力。

新体验:在虚构世界真实互动 年轻人为何喜欢沉浸式戏剧,并热衷于反复刷剧?李言认为,最重要的是参与感、体验感和选择权。“以《普罗维登》为例,这是一部难以定义的作品,戏剧、剧本杀、角色扮演游戏、密室逃脱等形式都在其中。抽到不同角色就有不同故事线,每次‘刷’体验都不同。可以去完成主线任务,可以在小镇上自由探索,也可以跟演员飙戏,开放性和自由度非常大,这就是沉浸式戏剧的吸引力。”《不眠之夜》《金钱世界》等海外经典沉浸式戏剧在沪落地,给了本土创作者许多启发,催生了一批原创作品。编剧王小和是学计算机出身,写过侦探小说和电视剧,创作《普罗维登》花了数月时间。王小和写剧本,是从图表开始的,他从电脑里找出最初的一幅甘特图,不同颜色的线条延展成出每一条故事线的进程。就是这些别人看不懂的线条,在他脑海中交织出一个“普罗维登宇宙”。“我的创作,总是先有机制和结构,然后再填充故事和人物。所有的一切都像齿轮一样,环环相扣,十分精密。”也正是这种庞大和精密,让观众产生了反复“刷”的动力。在众多原创沉浸式戏剧中,涌现了不少中国题材。沉浸式昆曲《浮生六记·海上版》,依据豫园商城里的场景进行定制改编,融国风建筑、亭桥湖光、脊兽匾额于一体。主戏台海上梨园是豫园商城的“空中会客厅”,一桌二椅便幻化成园林、菜市、灯会,观众跟随着演员穿行其间,且听且行、且坐且立。

全剧从豫园湖心亭开启,观众由舞者带领从九曲桥上穿越到海上梨园露台,沈复和芸娘在海上梨园“历史的转角”低吟浅唱,瞬间带领观众梦回江南,还能遥望“浦东三件套”上海环球金融中心、金茂大厦、上海中心大厦,古今对照。“《浮生六记·海上版》80%的观众是25岁至40岁女性,与市场热门的音乐剧类似。”海上梨园副总经理王平说,能持续不断驻场演出就是市场反馈的最佳体现。新地标:IP开发助推文旅融合 开心麻花也对沉浸式戏剧观众进行了一次画像:他们是18岁至35岁的时髦玩家,爱玩爱新潮,为体验付费,他们同时也是剧本杀爱好者、精致乐活派、社交分享族。对“二刷”“三刷”乃至“N刷”的观众来说,沉浸式戏剧的社交属性十分重要。在《普罗维登》现场,记者看到,许多玩家结束150分钟的体验后迟迟不愿离开,在9/9酒吧点杯喝的,细细复盘。普罗维登小镇为何附带酒吧,没有演出时也照常营业?《普罗维登》品牌公关人员告诉记者,沉浸式戏剧包含社交属性,酒吧成了社交新空间,大家在这里因为相同的爱好成为“搭子”。“在全国范围内,上海的沉浸式戏剧种类多,成气候、氛围好。观众还会相互推荐别的项目。”社交属性提高了用户黏性。导演过多部沉浸式戏剧的“00后”导演吴猛达认为,现在市场上大量沉浸式剧场涌现,经过市场和观众检验,一定会有优质IP诞生。吴猛达和王小和都认为,原创沉浸式戏剧的前景在于IP

深度开发,通过舞台剧、桌游、文创等不同形式,持续开发商业价值。上海文广演艺集团总裁马晨骋表示,外地观众逐年增加,意味着《不眠之夜》所在的麦金依酒店从本地演出场馆成为上海旅游目的地,带来的不仅是门票收入,还有酒店、餐饮、交通等各方面消费,促进文旅融合。《不眠之夜》还先后和多个国内外知名品牌合作,将沉浸式表演与零售、地产、时尚消费等多业态创新融合,向着打造以演艺为核心的城市地标持续推进。《不眠之夜》麦金依酒店位于北京

西路江宁路路口,原本是一个闲置近20年的烂尾楼。据介绍,《不眠之夜》演出前,周边楼宇的租金基本在4元/平方米/天左右,宣布《不眠之夜》落户上海后,租金涨到8—10元/平方米/天。《不眠之夜》落户以来,对周边业态提升包括整个街区的消费带动明显,体现出优质IP的附加值。这些为“亚洲演艺之都”注入新活力的上海文旅融合新地标,亦真亦幻,惊喜不断,持续吸引八方来客,实现着文化价值与商业价值的双赢。 ■吴桐 诸葛漪

相关新闻

上海文旅消费热度强劲攀升

据新华社 162家博物馆总计接待观众逾245万人次、上海东方明珠广播电视塔平均每日接待游客1.9万人次……上海市文化和旅游局7月31日披露的数据显示,进入暑期以来,上海文旅市场热度强劲攀升。7月1日至25日,上海162家博物馆总计接待观众逾245万人次;预计8月份沪上博物馆将接待观众超过285万人次。7月以来,在上海主要景区中,上海东方明珠广播电视塔平均每日接待游客1.9万人次,上海豫园商城客流累计已超400万人次,上海海昌海洋公园、上海欢乐谷7月接待游客量较2019年同期分别增长35%和73%。文旅融合延展文旅消费深度和广度。上海博物馆新展“实证中国:崧泽·良渚文明考古特展”已累计接

待观众逾26万人次。上海春秋国际旅行社(集团)有限公司导游持导游证和基本陈列讲解资质证带团进入上海市历史博物馆(上海革命历史博物馆)讲解,拓展展品相关知识,深受游客好评。“科技+文旅”拓展消费新场景、新空间。上海天文馆(上海科技馆分馆)近日上线“上海天文馆数字孪生平行世界”,全面赋能科普展陈、观众服务、场馆治理。“探秘山海经”大型沉浸艺术展自6月底正式开幕以来已接待线下观众超过3万人次,实现门票及其他产品收入近500万元。据统计,今年上半年,上海162家博物馆和98家美术馆共举办展览670余个,接待观众近1500万人次;全市共举办营业性演出2.2万余场,观众近1200万人次,实现票房收入8.32亿元。 ■陈爱平