

# “上海新表情”，如何乘风破浪

5月，125只海鸥牌和上海牌手表从上海空港口岸首次出口海外。这笔订单是意外之喜——今年年初，新加坡零售商一眼相中上海表“致敬·创历者繁花特别款”和海鸥表“秦风·虎符”手表，拍板预定在当地市场试水。

越洋，上海表整装待发。这两家中华老字号手表品牌所属的汉辰表业集团CEO徐创越透露，“前4个月，上海表在香港已开出3家专业零售门店。新加坡的新锐手表行以及印度尼西亚的名表商行里，也逐步引入上海表产品线。”

相较于机芯、零部件为主的供应链出海，整建制品牌“出海”想要在名表环伺的海外市场立足，显然充满不确定性。但入局国际市场，是上海表应该筹谋的“长远账”。

早在两年前，海外电商平台及社交媒体账号上，上海表与海鸥表已不动声色地开张。“两个品牌目前稳定在每年150万美元左右的海外交易额，这个数目并不显眼却释放了一种信号。在钟表行业，欧洲一些国家因为精良的表芯制作具有传统优势，如果我们只做产业链中的一环或只瞄准低端市场，差距会不断扩大。需要在紧紧咬住的基础上，努力开拓出自己的市场。”徐创越这样看。

从上海芯到上海表，是光阴流转，也是一场文化觉醒。

## “硬碰硬”的上海芯

榆林路200号，上海表业有限公司车间里有个还没退休的“老物件”——空摆投影仪，这几乎与1957年建成的上海手表厂同岁。

老师傅在厚厚的帘幕后，凝神静气调节擒纵叉。投影仪上，叉身的挪动几乎难以被察觉。擒纵叉是机械表的“心脏”——擒纵调速机构的关键构成。调试没有既定公式，准不准全凭老师傅感觉。

“工匠的手感会体现在被组装、调试的手表上。不可否认，在打磨细节的工艺水平上，我们同传统钟表大国仍有距离。”老师傅告诉记者，但从机芯技术看，上海表很早就意识到要缩小与世界名表的差距。

以上海表为例，历史上上海“芯”的高光时刻不难撷取。1958年，上海手表厂生产出第一批量产的机械手表——A581，其质量接近瑞士赛尔卡手表水平，可连续走时36小时以上，日差小于1分钟。

2005年，上海牌陀飞轮手表亮相瑞士巴塞尔钟表展。彼时，业内用陀飞轮手表代表机械表制造最高工艺水平。上海表业清楚，要在全球钟表领域有发言权，就要拿出硬碰硬的陀飞轮。功夫不负有心人——甫一亮相，全世界手表商开始关注上海牌的性能、设计和价格。

如今，海鸥表的“三合一”手表设计一经问世（陀飞轮、万年历、三问），

又一次“惊艳”腕表制造业，因为即便在“钟表大国”有如此能力的品牌也屈指可数。

“手表机芯需要投入长时间技术研发，机械结构设计结合AI算法创新更多差异化的功能需求。保住‘硬核’机芯，是产品打造品牌、维系长久生命力的支撑。”徐创越说。

## “上海腔调”在腕上“绽放”

手表界尤其注重文化，再硬核的机芯如果没有好故事加持，也会失了光彩。一度，有外商买了上海表机芯，配上自行设计的表壳等外观件销往世界，赚得盆满钵满。这，让上海表颇有不甘。

“品质设计看得见摸得着，品牌溢价都来自文化价值。打动消费者往往是品牌传递出来的生活态度、生活方式。”两年前，上海表“复兴·九曲映月”腕表推出时，常有消费者问及黑白表盘分别代表什么？原来，“黑盘”是夜色中的湖心亭九曲桥，而“白盘”中的“白”指的是雪景。“一个以城市命名的品牌，就要挖掘出这座城市情理之中又意料之外的表情。”品牌业务负责人解释，豫园是耳熟能详的地标，但雪中豫园是难得一见的盛景。

又如“致敬·创历者”系列的繁花特别款，皋兰路圣尼古拉斯东正教堂墙壁内的特色图案也是手表设计的灵感来源，这是《繁花》剧中阿宝与贝蒂一起看的教堂。“无论是‘九曲映月’还

是‘繁花’款，都意在表达海派审美、城市腔调、文化细节。”

对于海派中式表达，反响是热烈的。规模化出口前，上海表有过两次推动品牌“出海”的试水。一回是在香港钟表展，一回是在法国里昂灯会。“在香港，上海表品牌产品的发布链接了整个钟表行业的全球买家、渠道合作伙伴，为进一步‘出海’打下基础。”徐创越说，借势灯会，上海表品牌的整个产品线、品牌定位调性得以向法国及欧洲部分消费者、零售商展现，加速了对“出海”的探索。

但真走到规模化“出海”这一步，难度不小。全球钟表市场已被国际知名成熟品牌主导甚至占据，入局不易。

困难，徐创越看得明白，“在新兴市场，如果以品牌方式落地，就意味着不采用批发低价贴牌的模式，需要重新甄选成熟的消费者，直面国际品牌的竞争压力。再者，海外市场存在文化差异，如何针对当地文化特点对产品进行优化和调整需要补课。还有，产品调整、重塑用户画像、匹配营销推广等，需要一支熟悉当地市场同时深谙行业的团队。”

## 海派中式表达，能否成为国际市场的惊鸿一瞥？

既然是生意，大道至简。徐创越认定，国内外市场有一点相通，高质量消费者总会为品质精良、

富有品牌差异化内核、拥有个性的产品买单。

除了相对实惠的价格，“我们此前在产业链各环节上的优异表现也是一种助力。”他分析，除了核心的机芯技术，钟表必备的零部件、外观件，中国都能实现高质量供给。“我们想重新塑造品牌矩阵，提升产品品牌定位，也会得到全球优质产品供应链上合作伙伴的支持。”

徐创越透露，“出海”的版图将从文化相近的东南亚国家以及共建“一带一路”国家开始。同时，与消费体验息息相关的手表维保，也正打开通路。

5月的这次“出海”，也是集团首次通过自主“清关”实现规模化出海，其间得到上海海关所属黄浦海关的主动帮扶。

“去年国家出台鼓励跨境电商业务的关税政策，如果我们产品以跨境电商方式销售出去，现在上海表、海鸥表能直接返回到国内市场，返回到国内的售后服务维修网点。”他介绍，更进一步，进入新加坡市场的过程中，在当地甄选的线下零售合作伙伴本身就具备专业的售后技术力量，“我们只需提供一些核心零部件以及配件维修的安全库存，就能基本满足当地消费者快速维保的需求。”

上海表、海鸥表联袂“出海”，差异化的好产品有望成为国际市场的惊鸿一瞥。

（来源：文汇报）

# 公众对专业博物馆的定义与想象，如何被“刷新”？



一批戈公振重要手稿文献入藏、首个引进展“群星闪耀时：裴多菲和时代”8月将亮相，“求知读书会”系列讲座将推出……6月30日，中国近现代新闻出版博物馆以开馆一周年为新起点，持续“上新”优化公共服务，打造市民身边的高水平博物馆。

上海是近现代中西文化交汇的窗口、新闻出版业的重镇。全国首座新闻出版专业博物馆一年来展开一系列

生动实践，成为这座光荣之城绵长文脉中一处新的文化坐标，刷新了业内及大众对专业博物馆的定义与想象。

## 又一次捐赠重要手稿文献：“如同祖辈、父辈实现了他们的愿望”

“重要的手稿在自己手上保存终归有所欠缺，捐给国家是最好的归宿，而中国近现代新闻出版博物馆是最合

适的地方，如同祖辈、父辈实现了他们的愿望。”6月30日，杰出的爱国新闻记者、中国新闻史学奠基人戈公振的侄孙孙戈，在活动现场又一次捐赠了一批戈公振重要手稿文献。

其中，包括戈公振20世纪20年代末欧洲考察后写就的《国际联盟之概观》手稿，达20页，以及有关戈公振赴日内瓦采访国际联盟会议的新闻报道剪报。《国际联盟之概观》手稿详细介绍了国际联盟的组织形式与运作方式，主张中国应积极利用该机构保障我国权益，促进国际互助，共谋世界和平，此文未见公开发表，其中的思考让人再次认识戈公振深沉的爱国情怀。

中国收藏家协会组织会员吴福明捐赠了4件套历史文献，包括解放初期上海新闻统一服务社报刊费收据、1947年正太新记印刷所“上海市铅印工业同业公会”会员证书、1947年文汇报社股款收据，以及1955年新生儿书店股票等。这些珍贵捐赠见证了过去的社会生活、行业风貌和新闻业前辈生命史，为博物馆的研究、展示、教育工作提供了坚实材料。

传播先进思想文化、传承优秀中华文明、推动中外文明交流互鉴，近代以来新闻出版事业积累下丰富史料和文化记忆。业内期待，中国近现代新闻出版博物馆发挥馆藏红色文献、革命文物的重要作用，增强历史信度、活化历史场景，以多功能、立体化服务满足公众精神文化需求，深入挖掘博物馆教育功能，引导更多青少年积极了解参与。

## 立足厚重的历史实物，凝铸精神家园

“生命诚可贵，爱情价更高；若为自由故，两者皆可抛”——匈牙利诗人裴多菲的代表诗作《自由与爱情》可谓家喻户晓。首个引进展“群星闪耀时：裴多菲和时代”将引进大量裴多菲相关珍贵实物，包括手稿、生前使用过的器具和衣物以及铜像等，全面梳理裴多菲作品在中国的译介历程及其在匈牙利文学和文化中的重要地位。

中国近现代新闻出版博物馆与匈

牙利布达佩斯历史博物馆、裴多菲文学博物馆深度合作，联合北京鲁迅博物馆（北京新文化运动纪念馆）共同主办。裴多菲波澜壮阔的一生、近千首诗作的艺术成就、在中国文坛的广泛影响将在展览内集中呈现，结合丰富文创产品、教育活动，为观众带来沉浸式文化体验。

过去一年，该馆与上海新华发行集团在“书艺荟萃·秦龙艺术作品展”巡展东一美术馆、“AR数字探寻龟兹文化遗产之美”穿戴设备与智能移动端互动内容等项目携手合作。去年12月，双方共建的“职工思政课堂”揭牌。活动现场，双方共同签署党建联建协议书，并为上海文汇新民进修学院实践教育基地揭牌，未来将围绕教育实践基地、教育实践项目、文化文创

业务、展览项目等方面进一步深化合作，为努力建设习近平文化思想最佳实践地贡献力量。

中国近现代新闻出版博物馆立足厚重的历史实物，借助多元呈现手段，接续近现代新闻出版业光荣传统，凝铸精神家园。联合杨浦区图书馆全民阅读品牌YOUNG书房推出“求知读书会”系列讲座，定期举办读书活动。

7月起，博物馆以配套临展为主的系列讲座将走进杨浦区图书馆总馆，拥抱杨浦“百年市政”，在历史空间中传递书香，计划推出科学画报、裴多菲等系列讲座，结合版博年度展览，策划鲁迅、写作、阅读等主题讲座，推广全民阅读，提高公众对新闻出版历史与行业的认知。

（来源：文汇报，配图均为资料图）

## 相关新闻

### 博物馆，正成为城市软实力乃至综合实力提升的“新引擎”

在上海，拖着拉杆箱来观影看展已成为都市旅游一道特别的风景，博物馆越来越成为城市软实力乃至综合实力提升的“新引擎”。近日，上海市文旅局、复旦大学、东浩兰生（集团）等联合发布《上海市博物馆在地贡献度蓝皮书（2023年）》（以下简称《蓝皮书》）。

《蓝皮书》显示，上海全市已备案博物馆达165座，每15.1万人拥有一座馆，远超全国平均水平；同时，上海每38.4平方公里拥有一座馆，在长三角区域排名第一。数量众多且高质量的博物馆，为拉动上海文旅消费创造诸多新模式。

“博物馆在地贡献度”指博物馆助力所在城市的软实力提升和硬实力增强，构成了对城市综合实力的短、中、长期影响力。《蓝皮书》显示，参观上海各大博物馆的观众中，18岁至35岁的年轻人群体达54.08%，超过半数。年轻人喜欢逛博物馆的主要原因包括：本市近82%的场馆免费开放，逛博物馆“物美价廉”；信息含量集中，花半天

时间就可了解“极简城市史”；文物吸引人，博物馆文化氛围乃至科技感浓厚；展览、互动教育活动、文创产品都十分丰富；博物馆基本都在室内，体验不受天气影响等。

博物馆观众趋于高知化，也是上海的一大特点。上海文博场馆的观众中，本科以上学历（含本科）的观众占比高达55.38%，涵盖大专学历人群在内的观众占比超过六成。持续学习与自我提升的精神以及全球视野与跨文化交流能力，成为文博场馆助力上海引才、育才、用才的一大贡献。

此外，大展、特展对于博物馆发展的复合效应十分明显，且收费特展的效应更大，包括拉动消费、赋能知名度等。从《蓝皮书》给出的客流数据看，多个文博场馆的展中客流、展后一个月日均客流均超过展前一个月的日均客流，显示出大展、特展对观众的强大吸引力，从而进一步转化为都市旅游流量和“留量”。

（来源：解放日报）