

共建和谐美丽城市 共创幸福美好生活



在杨浦,博物馆与书店携手构建起一条从知识到创意、从创意到情感的价值链 动态的“创新实践场”应运而生

编者按

中国近现代新闻出版博物馆以产学研联动激活历史资源,大隐书局以跨界合作重塑消费场景……在杨浦,博物馆与书店不再是静态的文化容器,二者携手构建起一条从知识到创意、从创意到情感的价值链,变为动态的“创新实践场”。

当下,越来越多的文博场馆、实体书店等文化载体,尝试以“知识场景”与“情绪消费”为支点,撬动城市文化活力,为市民带来兼具深度与温度的沉浸式体验。在数字化浪潮与消费升级的驱动下,杨浦正以文化为纽带,融合历史沉淀与现代创意,打造出独具特色的消费新场景。



“可带走的记忆”,为“博物馆热”再添一把火

中国近现代新闻出版博物馆位于杨浦区周家嘴路。这座建筑面积达1万平方米的博物馆开馆后,为“博物馆热”又添了一把火,成为沪上文化新地标。

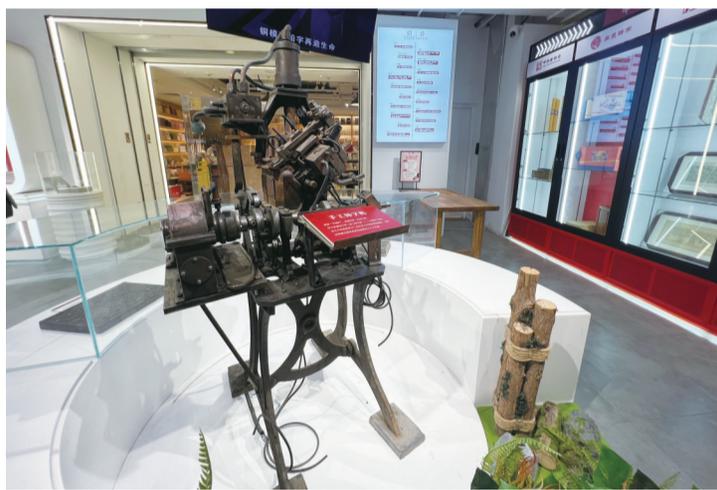
该馆不仅以“百年文存”展区复原了中华书局图书馆旧藏书的震撼场景,还通过文创商店将厚重的历史转化为可触可感的消费体验。

成排的彩色文件夹,上面印着第一期《布尔塞维克》《冲锋》《点石斋画报》等旧刊封面;1987年的上海市公共交通月票,被设计改造成玫瑰色的硬壳卡套,穿越时空发挥作用;印有新时代、义勇军等字样的雨伞,倒挂在空中颇具艺术效果……

步入博物馆一楼,右手边就是一家文创商店。店内围绕着出版相关的时代记忆,将馆藏文物元素融入日常用品。其中,精选近现代主要出版机构标志为创作素材的钥匙扣、复古徽章,以馆藏展品为开发元素设计的书签、帆布包等都是畅销商品。

“这些文创产品,大多数是我们与上海出版印刷高等专科学校的师生一起构思、创作而来的。”馆员介绍。原来,博物馆与毗邻高校展开深度合作,推出“产学研共创计划”。学生们以馆藏文物为灵感,开发出一系列产品,既保留传统工艺美学,又贴合现代审美。

体验线装书制作、文字拓印……博物馆还通过活动强化与市民的互动,知识消费转化为深度参与,形成“可带走的记忆”创新模式,激活文物价值的同时,也为区域文化产业培育了创新人才。



“可感知的创新”,让实体书店成为精神“补给站”

书店的文创生态同样繁荣。在大学路这条充满青春气息的科创街区,大隐书局创智天地店以其“隐于市”的格调,成为都市人的精神“补给站”。

书店面积1300平方米,承载着“图书+文创+茶饮+展览”的复合业态。今年世界读书日之际,书店内,上海映坊文化传播有限公司携手国内首款印刷文化IP“IN仔&KK”,推出限时快闪“先‘疯’之家”。一层休息区被改造为一半办公室、一半教室的格局,模拟真实场景,大LOGO写着“上班/上学哪有不疯的”等俏皮标语。教室墙上挂着“流动红旗”,多巴胺色调的“工位”上放着鲜活的“绿植”“薯片”“电脑”,活力无限。

顺着阶梯走到地下一层,这里另有乾坤。左手边是一片融合空间,不仅陈列书籍,提供茶饮,还售卖各式文具;右手边则是一片完整的文创区,一头扎进其中,能看到国内外众多IP的衍生品,有二次元文创,也有盲盒等潮流,很受年轻人追捧。

最近,大隐书局创智天地店还与中华老字号“華豐”展开合作。创立于

1915年的華豐,是国内最早生产活字、中外文铜模而享誉海内外的专业制造商。本次合作,打造了一片華豐主题空间,展陈铸字机、铅活字架、活字印刷等实物,还原百年前生产场景。此外,现场还展售兼具实用与收藏价值的文创产品。

“我们大隐书局实行‘一店一策’,即每家分店都会根据实际客群特点,开展个性化运营。”大隐书局运营部副主任余亚琴表示,“而创智天地店就是根据大学路地理位置的特殊性,结合年轻人需求量身打造的。不论是书籍,还是各类文创,我们希望切中高校学生、园区白领等群体的需求点。”

当下,越来越多的文博场馆、实体书店等文化载体,尝试以“知识场景”与“情绪消费”为支点,撬动城市文化活力,为市民带来兼具深度与温度的沉浸式体验。在数字化浪潮与消费升级的驱动下,杨浦正以文化为纽带,融合历史沉淀与现代创意,打造出独具特色的消费新场景。未来,随着杨浦滨江数字传媒产业带的深化,以及大学路“限时步行街”等项目的持续升级,杨浦将继续书写文化新篇章。

■汤顺佳

相关链接

今年2月,杨浦区文创产业发展座谈会召开。“加强顶层设计,谋划产业图谱,通过‘走出去、请进来’的交流合作,打造具有杨浦特色的IP,不断提升杨浦文创产业的国际影响力和竞争力……”会议为杨浦文创产业的未来发展指明了方向。

近年来,杨浦充分发挥“文化+科

技”“大学+大厂”特色优势,积极推动以内容科技为特质、以在线经济为引擎的数字文创产业发展。目前,全区拥有509家文创企业,集聚了哔哩哔哩、字节跳动、美团、同济大学建筑设计研究院、AECOM中国等一批头部企业,文创产业正加速集聚成势,成为区域经济高质量发展的重要引擎。

■宗禾

2025上海信息消费节落地杨浦滨江,惠企政策升级为“三免六服务” 杨浦滨江将逐步形成“在线新经济总部走廊”

本报讯 数字经济正成为杨浦经济发展的新动力源。作为“世界仅存的最大滨江工业带”,杨浦滨江正加快推进数字经济集聚区建设,持续打造数字经济产业新高地。

近来的杨浦滨江格外热闹,产业生态市集、行业高端对话、商圈互动体验、品牌普惠福利……2025上海信息消费节已在这里拉开帷幕。本届信息消费节的主题为:“数质破浪 消费扩容”,为期一个月。

供需双方“对对碰”,推动数据互通共享

今年1月,上海市经济和信息化委员会“上海制造”系列活动针对上海本土时尚消费品制造业企业开展了一系列营销活动,得到了行业协会、重点企业、电商平台、运营服务商等多方主体的支持,旨在帮助企业实现线上销售的增长,并推动平台业务的同步提升。

本轮惠企政策进行了重磅升级,各平台为上海消费品企业制定了2025年招商与服务政策,在去年的基础上升级为“三免六服务”,即“免收入驻手续费、免收新开店基础保证金、免收重点产品广告营销费”,并提供“一对一专属服务、定制营销培训、多渠道宣传推广、运营费下调、产品扶持、行业数据分享”六项服务。

此外,本届信息消费节策划了“消费场景+科技金融”产业供需对接活动,围绕AI教育深思、人型机器人适老服务与应用、元启+新生态等信息消费应用场景,邀请供需双方通过“对对碰”的模式近距离交流,推动数据互通共享,产业供需精准配对。

值得一提的是,本届信息消费节期间还在东方渔人码头举行了“2025上海信息消费宝藏市集”,吸引了众多市民前来尝鲜体验。“这个机器狗很有意思,希望相关技术快点发展,等老了我就买个机器人来照顾自己。”市民郑女士说。

作为老龄化程度日益加深的超大城市,上海正通过数字消费创新破解“银发数字鸿沟”。

近日,在上海信息消费节“X世代·银龄消费畅享”数字能量激活仪式上,美团、叮咚买菜、携程、科大讯飞、抖音等平台联合发布系列智慧助老项目,通过数字技术破除年龄鸿沟,推动银发经济与数实应用深度融合。本次创新实践聚焦“衣食住行康乐”六大场景,构建全链路数字服务体系,通过“消费场景重构+技术适老改造”双轮驱动,探索无龄感社会建设路径。

在杨浦,一大批数字经济总部项目正加速推进

近年来,杨浦加快建设以数字经济为核心的“1+2+3+4”创新型现代化产业体系。据统计,2024年,杨浦区软件和信息服务营业收入超过3000亿元,总量约占全市的五分之一。集聚了美团、抖音、哔哩哔哩、小红书、京东

达达等数字经济企业8000余家,税收贡献占比达到40%以上,营收占比达到60%以上。

目前,美团、抖音、哔哩哔哩等一大批数字经济总部项目正在加速推

进,预计将于2027年陆续完工。杨浦滨江将逐步形成以头部企业为支点、数字产业为主轴、智能制造与文创经济协同发展的“在线新经济总部走廊”。

■毛信慧

