

本土品牌清美开出“全国首店”

据文汇报 超市还能有什么“新玩法”？以豆制品起家的上海本土品牌清美集团走出了一条不“卷”但清奇的路径。

日前，清美集团打造的“品上生活”自营超级市场全国首店在百联西郊购物中心开业。“这还是阿拉认识的清美吗？”这是记者在现场听到最多的一句话。开业首日，现场人潮涌动，烟火气十足：人均拎两个榴莲、半天卖出3000盒包子、腰果瓜子现炒现卖、豆制品必抢必买……“品上生活”首日销售额突破144万元，订单量11475单，客单价达126元，从消费者“扑扑满”的购物篮和截然不同的购物清单就会发现，这个超级市场和当下的“顶流”胖东来、山姆都不一样。

“我们缩小了零食、日化等标品区域，将自营工厂、农场的部分生产环节前移至超市现场，把自己最擅长的事做到极致。”清美集团副总裁刘万龙介绍，这家全国首店以“自种、自养、自产、自销”为特色，形成全产业链自营模式，后续还将快速复制推广，今年清美共计将在上海开出6家品上生活超市。

多个档口“人无我有”

在商超行业，你还能想到什么新业态？“品上生活”自营超级市场全国首店一口气给出了多个创新方案：茶叶、补品可零拷；腰果、瓜子现炒现卖；生鲜面档有几十种面条选择……这些在菜市场 and 市集里都不一定能找全的烟火气，统统被归集到5000平方米的超级市场里。“我们共设置了12个档口，多个档口是‘人无我有’的新尝试。”清美集团相关负责人说。

开业首日，记者随客流进入超市，大部分顾客在熟食区已“迈不动腿”。500多平方米的熟食档口，陈列着几百

款现制现售的熟食卤味，从梅川路赶来的黄阿婆挑得眼都花了，最后买了一份虾油卤鸡、一份秘制大凤爪。李秦华阿姨则在旁边的生鲜面档前看了许久，苏式细面、阳春面、小宽面、鸡蛋面，还有大馄饨皮、小馄饨皮，起码有20多种不同的选择。“我在小菜场都没看到那么多品种，胖东来也没的。”

熟食区不仅大，而且很有讲究。区域负责人揭秘：这里符合上海人的消费心理，适配全年龄场景。比如很多年轻人不愿做饭，火锅、鲜备菜、关东煮、小龙虾、寿司一应俱全；银发族对上海美食很挑剔，各种熟食卤味、凉拌菜选择很多；“打工仔”场景也有，红烧狮子头3.5元一个，葱烧大排12.8元一盒，明厨亮灶现烧出来，买个盒饭都冒着热气。

炒货区和礼品区也有突破。记者在炒货区看到，正中央摆放着大型设备，正在烘烤腰果。工作人员介绍，这里的花生、瓜子、腰果等炒货都是现炒现卖，对标的是薛记炒货等细分领域龙头企业。而在礼品区的“C位”，虫草、西洋参、茶叶等都是散装可售，装在巨大的罐子里，并提供样品帮助顾客挑选。“我们希望撤去繁复包装，给消费者同等价位最具性价比的产品。”相关负责人介绍。

“做自己最擅长的事”

在“品上生活”逛一圈，很容易发现它与胖东来、山姆、盒马鲜生等当红大型超市都不同，它大大收缩了日化等标品区域面积，但放大了蔬菜、肉品、水产、豆制品等12个档口的特色，因此商品的区别很大，用现场一位消费者的话来说，“能看到清美的影子”。

记者在现场探访发现，“品上生活”选择的是一条“自种、自养、自产、自销”路径，选择“做自己最擅长的事”并将其

优势做足放大，形成了自有特色。以包子为例，这是清美鲜食业态中既有的特色产品，但在“品上生活”，这一优势被放大了。记者在冷冻区看到，手工红豆沙包、手工香菇菜包均是6.9元6个，手工黑毛土猪肉包9.9元6个。“一个上午卖了3000盒，其中1200盒菜包直接卖空。”档口负责人告诉记者，如果消费者想吃热腾腾的，在旁边的糕点区也能买到现制现售的，“不过需要排队”。

蔬菜区、豆制品区也都是清美的供应链强项，80%的生鲜商品可实现自营。记者在现场看到，这里的小叶茼蒿4.8元一包，韭菜3.35元一包，工作人员一直在不停补货。“3小时已经上了3批货。”刘万龙告诉记者，这些蔬菜背后是强大的供应链体系，目前集团在上海有14个自营基地，上海数字化高标准绿色农业基地已达11000亩，定向种植农业基地更是扩展至50万亩，日产各类绿色蔬菜300多吨，“超市所售的蔬菜，在基地里完成包装和分拣后，从农场送到门店只要2小时。”

此外，清美还将自营的工厂、农场的部分生产环节前移至超市现场。比如在水产区，可以看到“吊水鱼”。现场工作人员解释，这些鱼在原产地直采后，并非直接送到门店，而是先运到崇明净水养殖10天，更加确保安全美味。而在肉品区，猪肉和鸡肉均提供现切现买和预包装两种类型的产品，价格一致，满足不同消费者的喜好。

有分析人士认为，过去几年，不少商超通过打造自有品牌，在一定程度上缓解了传统模式“低买高卖”带来的同质化竞争。而在刘万龙看来，清美的“进阶”在于，通过自建农场、工厂，形成全产业链自营模式，砍掉多层经销商加价环节，不仅能更好地控制成本，也让商品更加差异化、个性化。 ■徐晶卉

郑和下西洋620周年纪念展在沪推出

全方位展示七下西洋图景

据文汇报 1405年至1433年间，明代航海家郑和奉皇帝命率领当时世界上规模最为庞大的船队七下西洋，足迹遍及东南亚、南亚、西亚乃至非洲东海岸，谱写了人类航海史上的壮丽篇章，带来的影响是深远而广泛的。

为什么由郑和完成此项使命？宝船上都装了些什么？下西洋为中国与世界带来了什么？7月11日是中国航海日，也是郑和下西洋首航纪念日，中国航海博物馆推出“犹说宝船来：郑和下西洋620周年纪念展”，综合运用图文、实物、视频、场景等多种方式给予解答。这是国内首个从全球航运与贸易视角，联动古今，集聚文博界与港航界资源的郑和主题大展，共汇聚14家博物馆、6家港航单位近150件精美展品，全方位展示七下西洋的历史图景，探寻郑和航海的当代价值。

为什么由郑和完成此项使命

展厅中，一件南京市博物馆收藏的大报恩寺琉璃塔构件引人注目，属国家一级文物。大报恩寺是明成祖朱棣为纪念父母而下令营造，郑和曾负责督建。有记载：大报恩寺琉璃宝塔高达78.2米，通体用琉璃烧制，自建成至衰毁一直是中国最高的建筑，有“中国之大古董，永乐之大窑器”之誉。从此番亮相的精美构件，便能窥得“天下第一塔”的壮美。该构件施有黄、绿、赭等彩釉，看上去流光溢彩，上面浮雕着一只护法雄狮，双目圆睁，凸鼻露齿，蹲伏远望。

一旁，是僧人圆潞为郑和所书的经书《妙法莲华经》，表彰其出资刊印和铸造镀金舍利宝塔的善举。具有兼容并包的思想理念，是郑和成为下西洋正使钦差人选的原因之一，也让他在未来的下西洋历程中充分尊重

当地文化，与各国建立了友好关系。

宝船上装了些什么

据记载，郑和船队由超过200艘海船组成，每次出访，随行船员可达27000人以上，携带大量中国物产而去，满载西洋物产而归。为适应海外审美和使用需求，这一时期瓷器纹样与造型呈现出浓郁的异域特色。比如，此次展出的上海博物馆藏景德镇窑青花轮花纹双耳扁壶，为国家一级文物，形如伊斯兰地区的金属水壶，器物全身绘有各种花纹，异域特色浓烈。

在郑和下西洋时期，大量中国纺织艺术以朝贡颁赐和贸易的形式传播至海外。展厅呈现的杂宝纹八达晕锦，纹样以垂直、水平和对角线相交，形成类似“米”字的图案，象征着八方辐射，寓意“四通八达，财路亨通”。

郑和船队航线行经多个世界著名的宝石及贵金属产地，采买大量黄金与包括红宝石、蓝宝石、祖母绿等品类在内的珍贵宝石回国，极大丰富了明代皇室勋贵的配饰造型。展览展出了一整套明代贵族女性金头面，包含顶簪、分心、挑心、掩鬓等部件，其上镶嵌的红宝石、蓝宝石、绿松石等贵重宝石来自海外。而一件明嵌宝石金镯，运用花丝、镶嵌、焊接等工艺制作，镯上有插销装置，可自由开合。

展厅中，一件铜钟是郑和第七次出使西洋前为祈求航行平安所铸，下部一圈铭文包含“吉祥如意”等内容。遗憾的是，这次他并没有平安归来，因为积劳成疾在印度的古里去世。

下西洋带来了什么

受惠于船队开辟的横渡印度洋航线，中国与西洋各国乃至欧洲的贸易往来不绝，文化的交流与融合持续

不断。比如，明代很多瓷器上的帆船、海怪、异兽纹样，不仅是艺术的表达，更承载着人们对海洋的敬畏与探索精神。展览中，一件明宣德青花海水瑞兽纹盘，盘心为双翼飞象，周围隐现龙、羊、鹿、虾、文鳐鱼等不同形状瑞兽十六种，与南京天妃宫壁画中的瑞兽纹相似，很可能与下西洋海事直接相关。

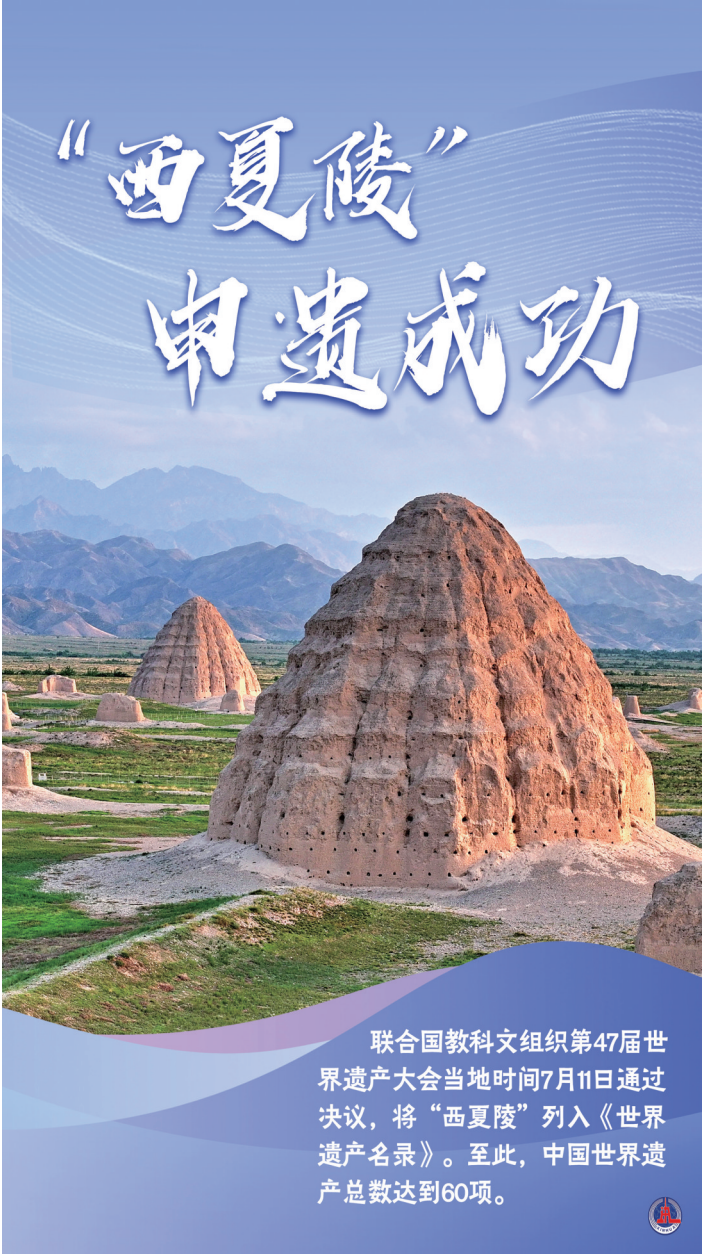
而一件明代漳州窑红绿彩近悦远来瓷盘，中心绘制西式罗盘，四周装饰着西式帆船、飞鱼、山水。瓷盘的外圈写有“近悦远来”，出自《论语·子路》中的“近者悦，远者来”。

以下西洋为主题的传奇故事亦在民间广受欢迎，比如明代罗懋登撰写的神魔小说《新刻全像三宝太监西洋记通俗演义》就是以郑和七下西洋为历史背景撰写的，反映出明清时期民间对海洋传说的浓厚兴趣。

郑和船队还在沿途留下了许多遗迹、遗物和传说。东南亚地区尤为盛行，人们为郑和修建庙宇，用他的名字为地方命名，以纪念郑和使团曾经的行迹。本次展览展出了一把原保存于印度尼西亚民间的三保公矛，矛的两面分别铸有“三保公”和“三保大人”的铭文，是当地纪念郑和的祭奠之器。

以和平友好、平等互利、包容互鉴为精神内核，郑和船队在海洋上架起了连接不同文明的桥梁。本次展览创新采用1+n的馆内外联动模式，“万里尚为邻——纪念郑和下西洋620周年·中国印尼文化交流展”，7月11日在雅加达省立陶瓷和美术博物馆开幕，强化新时代两国人文纽带与友好合作。

距离郑和下西洋首航过去了620年，但航海传奇激起的“浪”仍在回响，海上丝绸之路的辉煌新篇章正在续写。 ■李婷



“西夏陵”申遗成功 联合国教科文组织第47届世界遗产大会当地时间7月11日通过决议，将“西夏陵”列入《世界遗产名录》。至此，中国世界遗产总数达到60项。

■新华社发 张子成 王鹏 编制

《山海经之烛龙秘境》首展

据文汇报 记者近日获悉，作为上海旅游节重点活动之一，全球首个以《山海经》神兽为主题的沉浸式裸眼3D装置艺术展《山海经之烛龙秘境》于7月15日至10月8日在上海中华艺术宫展出。

“烛龙”记载于中国古代神话传说《山海经》，传说它睁开眼睛便是白昼，闭上眼睛即是黑夜，一吹气变为寒冬，一呼气又是炎夏……这一创世神祇在上海“破壁而出”，其神奇的力量也被观众具象化感知。

据项目联合创始人李戴维介绍，本次展览聚焦《山海经》中的上古神兽“烛龙”，利用裸眼3D、全息激光、互动传感等前沿数字技术，在2000平方米的展陈空间中，让观众沉浸式感受星际穿越、漫步幻境桃林、探访龙鳞洞穴和展现“烛龙”奥秘等体验。

其中，“星际登陆”是由10块高清LED大屏构建的裸眼3D环形空间，进入其间，眼前碎片与星体会“穿透”空间在观众眼前急速滑过；“流界”是一个360度全包围光雕技术空间，使用多面投影重构系统，一进入其间，仿佛就被光、水汽、雾所包裹；“龙鳞”是高精度工艺复刻空间，每一片鳞片都经过高精度建模、打磨、上色，人工拼贴；“龙息”空间则用ETFE材料模拟出了神兽呼吸，让观众不自觉地跟着它一起

呼吸。

“龙眼”是一个直径八米的圆形LED穹顶构建动态宇宙，它运用“上百万粒子的动态模拟系统”创作。项目创意总监泽莫介绍，在这里，观众如果躺着向上看，就会觉得“龙眼”既像太阳，也像深海生物的瞳孔，“这种体验无法言传，期待大家亲身体验”。

李戴维表示，展览选择以《山海经》中的烛龙为主题，旨在打造一座联结上古神话与未来想象的时空秘境，让中国故事“发光”，被更多的观众认可和喜爱。

中华艺术宫党委书记、执行馆长王一川表示，展览选择在中华艺术宫这一上海文化地标首展，既是对传统文化的致敬，也是对美术馆未来形态的先锋探索。“科技已成为重构文化体验的核心引擎，从交互探险剧情线到多感官沉浸空间，展览让沉睡的历史在美术馆空间‘活’起来，也开创了科技解码文化、激活馆藏叙事、美学当代呈现的创新模式，为美术馆的数字化转型提供了可复制的‘上海样本’。”

据了解，上海首展之后，《山海经之烛龙秘境》还将进行全球巡展，前往新加坡、迪拜等地。中国神话IP也将依托美术馆平台扬帆出海，让全球观众触摸可交互的中国文化记忆。 ■范昕 张天弛 张玮