

文化视点

聚焦现实题材为英雄立传,成为近年沪剧创作的集中发力点

与时代同行,沪剧舞台立起英雄群像

■本报首席记者 黄启哲

吴依软语、婉转动听的沪剧,正因一批讴歌各时代中华民族英雄的作品,而有了大气开阔、守正开拓的新时代面貌。盘点近五年,单是上海沪剧院就有五部新创作品讴歌英雄。从纪念甲午海战120周年推出的《邓世昌》,到根据王愿坚小说《党费》改编的《回望》,再到八年磨一剑讲述获得“改革先锋”称号的敦煌研究院名誉院长樊锦诗的《敦煌女儿》。眼下,又有一部歌颂中共地下党员的《一号机密》完成试演,即将正式与观众见面……正是与时代同步、扎根人民、守正创新的发展轨迹,让上海沪剧院昨天获得“中国戏曲学会推荐优秀院团”荣誉,成为中国首家获此殊荣的戏曲院团。

与时代同行,为英雄立传,也成为沪上各家区级、民营基层院团的集中发力点:长宁沪剧团《小巷总理》《赵一曼》,文慧沪剧团《四月歌声》,勤苑沪剧团《51把钥匙》等,剧中主角或是载入史册的伟岸英烈,或是扎根基层的平凡奉献者,都以各自的魅力赢得了观众的喜爱。

英雄是民族最闪亮的坐标,礼赞英雄从来都是文艺创作的永恒主题与最动人篇章。沪剧人用创作擦亮上海红色文化的名片,也让紫竹调在与时代的同频共振中,赢得当代观众的认可,不断拓宽剧种的影响力。

为民族英雄立像,为时代楷模发声

“我们沪剧人有一个优良传统,在国家每一个重大历史时间节点上,沪剧都不会缺席。”在上海沪剧院院长茅善玉看来,近年坚持创作歌颂英雄的作品与其说是突破创新,不如说是继承发展老一辈沪剧人的优良传统。

回溯历史,沪剧经典《星星之火》《王孝和》《鸡毛飞上天》,无一不是对历史洪



近五年,单是上海沪剧院就有五部新创作品讴歌英雄。其中,《敦煌女儿》不仅获得国家舞台艺术十大精品工程,还将作为第十六届“文华大奖”参评剧目在第十二届中国艺术节上亮相。(上海沪剧院供图)

流中,为争取人民权益、民族解放与社会发展甘于奉献勇于牺牲的英雄的礼赞。而《芦苇火种》《红灯记》两部作品更是被京剧移植改编,传唱大江南北,将红色基因厚植于这个成长于共产党诞生地的地方剧种。

带着与时代同行的信念,沪剧人用更开阔视野审视历史,扎根现实。2014年,上海沪剧院推出新编历史沪剧《邓世昌》,展现一代中国海军在抗击侵略者时威武不屈的爱国精神。2016年沪剧《回望》则由一批90后沪

剧演员挑起大梁,将红军长征路上可歌可泣的故事用时空交叠的方式讲述出来,完成了当代青年对英雄先烈的一次回望。在聚焦民族英雄与革命烈士之后,茅善玉又挂念起八年前演过的那个瘦弱弱弱的敦煌学女学者樊锦诗。不少人劝她,表现学者对文化的守望并非戏剧的擅长。可茅善玉却认定:“英雄不只是烽火战乱之中为民族大义流血牺牲,也是在和平年代的平凡岗位兢兢业业奉献的普通人。而生于上海、坚守大漠一生的樊锦诗,就是我们新时代值得抒写的楷模

和英雄。”

如今这部《敦煌女儿》不仅获得国家舞台艺术十大精品工程,还将作为第十六届“文华大奖”参评剧目在第十二届中国艺术节上亮相。成绩背后,是茅善玉先后六次前往大漠体验生活的艰辛,剧本舞台大大小小的修改更是不计其数。她说:“创作演绎英雄人物的历程,令我们的理想、格局、精神也会受到英雄人物的感召,进而化为舞台上的艺术形象,影响、感动更多的人。”过去两年间,几代敦煌文化守望者的故事让沪剧全体演职

员一次次向文艺高峰攀登。这份咬定青山不放松的执着,也得到了各级支持。该剧入选上海市重大文艺创作资助项目,同时也获得国家艺术基金的扶持。

擦亮上海舞台的红色文化名片,让英雄之歌在百姓中传唱

文艺只有顺应人民意愿、反映人民关切,才能充满活力。同样,舞台上的英雄故事只有“接地气、留得住、传得开”,

打响四大品牌 聚焦上海购物

海外新品进入中国实现“零时差”

绿地全球商品贸易港昨新开日本馆

■本报记者 王嘉旖 徐晶卉

如果通过一般贸易进行运输,日本商品进入中国至少需要三个月,其中涉及海关编码、报关等一系列繁琐手续。而在绿地全球商品贸易港,海外新品进入中国却真正实现了“零时差”。

继今年新开幕哥伦比亚、厄瓜多尔等展馆后,昨天亮相的日本馆是又一落地全球商品贸易港的国家馆,面积达400平方米,展出小家电、家居用品、餐厨用具、美妆个护、母婴用品、工艺礼品、食品等十余个品类、超过500种日本日用消费品。

中国国际进口博览会溢出效应正在持续发酵。

根据“数据库”把脉中国消费者心理

射频美颜仪、便携式负离子空气净化器……这几款来自日本的新品,都是4月刚在日本发布的。借助贸易港所具备的保税展示功能,中国消费者能够以最快的速度接触到这些新品。

近期,在上海外高桥保税区海关的指导支持下,贸易港获批海关特殊监管区外保税展示点,规划面积达3000平方米。作为主要保税展示区域,日本馆此次共引进保税商品325种,包括尼康单反相机、虎牌电饭煲、博朗电动牙刷、铁三角耳机等国内消费者耳熟能详的知名品牌商品,刚刚在日本上市的雅萌限定款美容仪也同步亮相。

在馆中,记者还看到了不少受到中国消费者青睐的网红产品。这些产品的亮相还要从今年年初的一项合作说起。其时,绿地集团与日本最大免税店连锁企业Laox株式会社启动战略合作,双方共同设立上海绿地乐购思贸易有限公司,开展日本日用消费品进口及贸易港日本馆运营。Laox在日本有45家门店,一年大约要接待380万人次中国游客,因此,对中国消费者在不同季节偏好的商品类型早就累积了自己的“数据库”。通过这一“数据库”,他们能精准把脉中国消费者的心理,并将适合中国市场的商品引进来。

今年将有近500个日本新品在中国首发

据日本经济产业省调查显示,2017

年日本对中国的跨境电子销售额增加25.2%,达到近1.3万亿日元,其中化妆品、日用品、食品居前三位。

面对旺盛的市场需求,绿地集团表示,将以保税展示、展品体验等方式,多手段推动更多日本优质日用消费品进入中国国内市场,全力打造品类更全、服务更优的日用消费品保税展示体验中心,预计年内将推动近500个日本新品在华首发,其中近300个商品有望实现在上海同步发售。

绿地商贸集团总经理薛迎杰表示,将借助进博会带来的制度创新和溢出效应,多手段缩短海外商品进口业务链,加速“展品”转化为“商品”,让上下游企业更省心、有信心,让消费者切实感受到进博会的红利,更好满足市民对高品质生活的需求。

汉能移动能源产业集群落户临港 应勇出席并见证项目签约

本报讯 上海市临港地区开发建设管理委员会、上海临港经济发展(集团)有限公司昨天与汉能移动能源控股集团签署上海汉能移动能源智能制造产业基地项目投资合作协议。市委副书记、市长应勇,副市长吴清,汉能移动能源控股集团董事局主席李河君、副主席王勇等出席并见证项目签约。

在座谈交流时,应勇对汉能在沪投资表示欢迎。他说,当前上海正加快构建现代产业体系,欢迎更多符合城市定位和产业发展方向的项目在沪落地,我们将着力营造更好的营商环境和市场

环境,促进各类企业实现更大发展。

李河君说,上海是一座注重契约精神的城市,汉能将在沪加大科研力度,积极参与科创中心建设,并加快产能布局,为市场提供更多优质产品。

根据协议,汉能将在上海临港产业区打造技术领先、产业链完备的移动能源产业集群,集总部经济、研发、制造、销售、结算等多种功能于一体,依托上海及长三角地区的产业优势、人才优势和金融优势,项目将打造“高科技+新能源”现代产业链,助力上海科技创新与先进制造业发展。

欢迎印度企业扩大在沪投资 应勇会见印度新任驻华大使

本报讯 上海市市长应勇昨天会见了印度新任驻华大使唐勇胜一行。

应勇说,中国和印度都是有着绵延数千年文明的国家,近年来双方建立了面向和平与繁荣的战略合作伙伴关系,为两国关系掀开了新篇章。上海与印度友好交往密切,并与孟买建立了友城关系,各领域合作不断深入。作为中国最大的经济中心城市,上海正深化市场化改革,扩大高水平对外开放,大力实施优化营商环境行动,努力为各类市场主体营造更好的营商环境,欢迎印度企业积极参与第二届中国国际进口博览会,实现互利共赢。我们愿在两国战略合作伙伴

关系和两国领导人达成共识的框架下,进一步加强与孟买等印度地方政府间的交流,拓展贸易、金融、文化等领域合作,为促进两国关系发展作出积极贡献。

唐勇胜说,印度和上海友谊源远流长,印中等国共同发起成立的金砖国家新开发银行也将总部设在上海。此次是我担任大使后首次来访,上海的城市环境和公共服务令人印象深刻。希望双方携手,促进IT、制药等印度优势产业在沪发展,深化文化领域合作。我们也将鼓励企业积极参与第二届中国国际进口博览会,实现互利共赢。

印度驻沪总领事瑞峰参加会见。

“复兴枕头粽计划”为端午节“美食主角”上市拉开大幕

“新零售+老字号”会擦出什么火花

■本报记者 徐晶卉

金庸在其武侠小说中时常提到的粽子,原型是浙江湖州的枕头粽,因外形酷似枕头而得名。由于粽型细长,吃下去每一口都带馅。

现在距离端午节还有不到两个月,但老字号的新实践已经上路。昨天,诸老大、新雅粤菜馆、梅龙镇酒家三家老字号企业联手与盒马鲜生共同发起的“复兴枕头粽计划”有了新进展,为端午节“美食主角”上市拉开大幕。经过一段时间的磨合,老字号与新零售相结合的“老字号振兴”道路,已经越走越顺。

枕头粽好坏,全凭“粽娘”手艺

枕头粽的品质十分依赖于湖州老手艺人的一手手艺——在当地,她们被称为“粽娘”。叠粽叶的手法、开口面积、粽子的松紧程度等,都有讲究。诸老大总经理夏红梅告诉记者,枕头粽的生产,机器无法取代手工,全靠“粽娘”经年累月沉淀下来的手艺,“最熟手的粽娘,一分钟也只能裹三四只枕头粽”。

新雅粤菜馆副总经理都勤峰是湖

“复兴枕头粽计划”已不是盒马鲜生与老字号首次联手。在此之前,盒马鲜生已在八宝饭、青团等时令美食上与老字号有了诸多合作探索,老字号与新零售相辅相成的道路越走越顺,两者的合作也是新商业模式下老字号品牌建设的一种创新

州人,小时候印象最深的是玫瑰细沙粽,用江南特制的“大红袍”赤豆熬制滤出的豆沙乌黑光亮,吃起来清香不腻。然而,这些年回乡时,她发现即使在湖州当地,正宗枕头粽也已很少见了。

去年8月,诸老大走访长三角不下100家粽子生产厂商,发现嘉兴、湖州、杭州等地能包出正宗枕头粽的老手艺人已不超过60位,他们大多过半百,且传统手艺在年轻一代职业群体中继承和发扬的整体情势很不乐观。

酱油放多少、馅料怎样配,均需调整几十次

去年起,一项由三大老字号与盒马鲜生共同酝酿的“复兴枕头粽计划”开始实施,老字号放弃了平日里的你

争我夺,共同为枕头粽策划“网红之旅”。

梅龙镇酒家贡献了点子:是否可以酒家的招牌菜入粽?于是,便有了辣味粉蒸肉粽、佛跳粽。但这做起来并不简单。梅龙镇酒家全国点心特级大师辛国坦坦言,如果把粉蒸肉直接放进去,味道太辣,消费者难以接受,研发人员须“动刀”,在保持麻辣的基础上增加甜度香度;此外,糯米里也要加料,突出粉蒸肉的特殊味道。

新雅粤菜馆则与盒马鲜生共同研发出两款年轻人喜爱的冷吃凉粽——榴连班粽迷你凉粽、五彩福礼粽,赋予粽子更现代化的“内涵”。都勤峰说,五彩粽是将五种色彩的糯米包裹在粽子里,也只有枕头粽这样四方方的才能完美呈现。

盒马工坊研发总监黄海飞表示,新口味都不是“拍脑袋”出来的,而是与老字号反复探讨、试验的结果,细致到在米

中放入多少酱油、馅料怎样搭配,都要经过几十次调整,然后才推向市场。

“新老结合”道路越走越顺

老字号推枕头粽新品是第一步,将它们卖成爆款则是“复兴”的关键,这第二步的担子,落在了新零售的肩上。“盒马鲜生将把与三家老字号联合开发的枕头粽放在全国门店售卖。”黄海飞透露,既是帮助枕头粽在全国市场上争得一席之地,也是更好推动老手艺的保护传承。

这已不是盒马鲜生与老字号首次联手。此前,盒马鲜生已在八宝饭、青团等时令美食上与老字号有了诸多合作探索,老字号与新零售相辅相成的道路越走越顺。据悉,成立于1887年的诸老大已在为枕头粽申请非遗,而盒马鲜生也揽下“传承老手艺”的担子。

“传承老手艺给老字号、新零售和消费者都带来价值,也是对历史文化保护和传承。”上海中华老字号企业协会副会长兼秘书长邵玉玲表示,这也是新商业模式下老字号品牌建设的一种创新。



上海车展上百辆境外整车入关

2019上海国际车展将于4月18日至25日在国家会展中心(上海)举行。据上海海关统计,本届车展截至目前已报关454批物资,114台境外参展整车,进口车辆货值超过4109万美元。上海会展中心海关多次应展会主办方申请,对部分展品实施“门到门查验”,极大缩短了进境参展车辆的口岸通关时间,确保所有进境参展车辆按时布展、参展。本报记者 何易 通讯员 韩建勇摄影报道