

端午佳节洋溢浓郁国风



点雄黄

豫园端午花神国庙会昨天在豫园商城中心广场举行。点雄黄、印花钿、趣味投壶、去五毒，各种传统民俗沉浸式体验引得游人纷纷驻足。图为身穿华丽古典服饰的丽人为市民游客点雄黄，送安康。 本报记者 袁婧摄

豫园端午花神国庙会昨天在豫园商城中心广场举行。点雄黄、印花钿、趣味投壶、去五毒，各种传统民俗沉浸式体验引得游人纷纷驻足。图为身穿华丽古典服饰的丽人为市民游客点雄黄，送安康。 本报记者 袁婧摄

在雷允上药城中医馆的香囊DIY课程上，近30位青年白领“组团”参加，学习用香棉捣药制作香囊的过程，以便亲手制作一枚自己喜欢的香囊。 本报记者 叶辰亮摄

制香囊



制图：冯晓瑜



包粽子

端午佳节来临，豫园内的多家老字号带着端午特色的工艺品和食品来到露天市集。宁波汤团店派出裹粽高手现场包制粽子，和市民游客分享端午节的传统风味。 本报记者 袁婧摄

■本报记者 何易

融合稻柴、芦笋叶、马兰头的香味，传承浦江镇东乡奶奶传统手艺，用本地土灶和着土鸡蛋烧煮的召稼楼本地粽，想不想尝一口？农耕文化与国家级非遗项目“沪谚”要不要学一下？再到全国乡村旅游重点村——革新村来一个时代变迁探访，这个端午小长假一定很不一样……

昨天上午，“我们的节日·召稼楼粽情”端午文化节在闵行区浦江镇召稼楼古镇拉开序幕。连续举办了13个年头的浦江镇端午文化节，今年着重推出召稼楼本地粽品牌，以“召稼楼粽情·东乡记忆”为主题，设置“东乡印记”之粽相相传、“东乡印记”之粽香古韵、“东乡印记”之粽福万家、“东乡印记”之粽境秘宝4个环节。通过直播带货、非遗文化展示、射虎猜灯谜互动参与等系列板块，打造具有浦江镇东乡特色的品牌民俗节庆活动。

芳香四溢的粽子摊位上除了本地粽以外，还汇集了糯香园、永茂昌、老上海食坊等

浦江镇端午文化节探索和推动当地文化和旅游融合发展

沪谚、射虎、召楼粽，感受传统文化魅力

众多深受消费者欢迎的粽子品牌，商家采用当下最时兴的直播带货形式，让游客和观众通过线上、线下两种渠道尽享正宗地道的本地美食。

闵行区文化旅游局相关负责人介绍，浦江镇拥有国家级、市级、区级非遗项目8个，文物点位也是全区最多的，国家级非物质文化遗产“沪谚”是浦江镇的“文化特产”。本着“使用就是最好的传承”理念，闵行区文化旅游局近年携手浦江镇开发了一系列“沪谚”文创产品，并积极推动传承和发扬沪谚等非遗手艺。

“东乡射虎”（猜灯谜）是每年“召稼楼粽情”的保留节目。今年，现场众多灯

谜更是成为游客的新宠。参与灯谜小游戏，解谜成功者还可领取一份精美礼品，吸引了不少谜友停下脚步积极参与。本次灯谜由东乡谜苑团队原创，大多以浦江镇的名人姓名、居村名、道路名等作为谜底，旨在以灯谜这一民间传统文艺形式宣传当地的风土人情。

召稼楼古镇所处的革新村，是中国历史文化名村、中国传统村落、全国乡村旅游重点村、上海市乡村振兴示范村以及上海市全域旅游特色示范区域。体验“召稼楼粽情”后，游客可以深度感受特色民俗“悦·乡居”、名人文创工作室“林伟光百竹林”以及休闲乡村旅游项目方

圆生态园的魅力。除此之外，村里新开的“神仙颜值”网红咖啡馆“桃仙”，文艺范儿更是不容错过！

上海市市民文化节指导委员会表示，浦江镇端午文化节在注重发扬和传承传统文化的同时，也在不断深化主题、做强东乡文化特色，探索和推动当地文化和旅游融合发展。

闵行区首个非遗手工艺传承基地昨天也在召稼楼古镇游客中心揭牌并对外开放。今后，市民游客在这里获取旅游咨询服务的同时，还能现场体验沪谚文化、沪谚方糕、农家香囊、东乡老布、革新竹编等非遗和文化项目，近距离感受传统文化的魅力。

文化视点

“老字号”开发新文创，颜值、故事性、社交功能等要素正在重新排序

青年人最向往什么样的“上海礼物”？

■本报记者 张祯希

新文创已成为网络经济重要推手，时尚潮玩、网红景观正在“攻占”青年人的朋友圈。这对于承载文化记忆的传统老字号来说，是危机也是契机。今年中国动漫游戏博览会策划推出的“上海礼物——动漫设计邀请赛”，旨在整合优质资源，老字号乘上年轻化、时尚化、网红化的经济列车。

经过前期筹备与几天的封闭式设计后，一批创意十足的上海礼物方案于昨天新鲜出炉，颠覆了不少传统文创理念。一位设计邀请赛的评委指出，生于1990年代后半段的Z世代，重视产品的文化属性与社交属性，他们买的不仅仅是产品，更是体现自我价值的文化认知和心灵归属。

文化含金量和帮助打开社交的“好故事”，才是打开用户心房的“金钥匙”

“在所有产品都很好看的当下，光有颜值已经没用了。”在邀请赛现场，一位多年从事IP开发的业内人士，举了一个对新文创产品颇具启示意义的案例：他曾为两款流量相当的高颜值爆款游戏做过衍生品开发，带货结果却截然不同。团队事后分析，衍生品卖得更好的那款游戏，游戏人物之间有极强的情感关联；反观另一款游戏，华美的人物只是“放大招”的载体，很难激发玩家

■新文创已成为网络经济重要推手。业内人士指出，生于1990年代后半段的Z世代，重视产品的文化属性与社交属性，他们买的不仅仅是产品，更是体现自我价值的文化认知和心灵归属。故事感与文化含金量共塑的“情感穿透力”，以及网络化、社交化属性的强植入，才能撬动年轻一代的购买欲

更深层的情感认同。“当代好产品的本质不仅在于让消费者觉得你有多好，更在于让消费者觉得自己有多好。”高颜值只是基本分，文化含金量和帮助打开社交的“好故事”，才是打开用户心房的“金钥匙”。

老字号品牌如同一座城市的传家宝，自带丰富的历史文化知识。对当下年轻设计师来说，为老品牌翻新，就像进行了一场文化研究。被作为优秀案例展示的金箍棒品牌设计，便是其中代表。来自赤犬设计的年轻设计师专门从《西游记》中寻找灵感，用金箍棒从炼丹炉到龙宫再到孙悟空之手的三段经历，定下了“火”“水”“上天入地”三组核心概念，并将这些元素运用到文字与海报设计中。此外，《西游记》中与金箍棒交锋过的芭蕉扇、九齿钉耙等武器也被一一提取出来，融入品牌衍生品的开发中去。用新文创思维盘活老品牌，最大的受益者其实是传统文化。

令人眼前一亮的，还有极致盛放设计团队与上海音乐厅合作的创意项目。今年

是贝多芬诞辰250周年，结合这个时间节点，参赛设计师设计了一款上海音乐厅专属贝多芬玩偶系列，贝多芬登台上海音乐厅的情怀创意，对大批古典音乐爱好者来说极具吸引力。

在与老字号品牌的合作中，潮流动漫IP也找到了自我突破的抓手。近年颇受新生代青年喜爱的动漫形象孙悟空，已经推出了不少造型各异的盲盒玩偶，但在与龙虎花露水合作中，这一形象又有了“新玩法”。海豚工作室设计师首次尝试在玩偶的头部装入花露水，让其在好看之余，更添一缕亲切的夏日芬芳。

买回家就完事儿？产品可以是沟通现实与虚拟的大使

“购买行为只是游戏的开始，文化产品不应仅仅是摆设，在互联网时代，它们完全可以成为沟通现实世界与虚拟世界的大使。”在比赛现场，元合云设计师王森提供的

创意方向，引发不少同行的共鸣。在业内人士看来，可爱的IP形象可以通过“扫一扫”等高科技方式连线创意短视频、兴趣社群，进而打开一重又一重的文化空间。

王森以自己设计的萌萌熊与城隍庙月饼结合的案例，进一步解释了自己的创意理念。经典原创动画形象萌萌熊出自同名动画片，这只头上发芽的绿色小胖熊以多肉植物为原型。结合动画的特色，设计师借鉴了多肉植物盆栽的形状，将月饼盒设计成菱形集合，并在最中间一格放置一枚萌萌熊小玩具。月饼盒中C位出道的萌萌熊可不只是“萌萌哒”小摆设，原来，小熊体内被安装了电子芯片，用户可以扫描出趣味短视频。“视频中的萌萌熊可以教用户如何种植多肉植物，这样一来月饼盒又可被作为花盆二度利用。”在王森看来，鲜活的创意不仅可以为老字号引流，还能扭转过度包装等不环保的习惯。

用新文创激活老字号，不只局限于实体产品，甚至可以打造整体文旅氛围。在针对上海地标豫园的创意中，鹿角设计工作室设计师提出了“主题公园”的概念。比如，借鉴综艺节目思维，设计一个满足消费者心理与探索欲望的大型实景解密“案件”，将豫园的历史场地、老品牌联动起来，把互动化体验做到极致。

越来越多的设计师发现，故事感与文化含金量共塑的“情感穿透力”，以及网络化、社交化属性的强植入，才能撬动年轻一代的购买欲。

市教育考试院发布中考、初中学业水平考重要提示

考生应自备口罩赴考至少提前45分钟到达

本报讯（记者 储舒婷）2020年本市初中毕业统一学业考试（以下简称“中考”）、初中学业水平考试将于6月27日至29日举行。昨天，市教育考试院就上述考试发布重要提示：请考生务必仔细看清准考证上的考试时间及地点，提前关注考试当天交通及天气情况，合理安排出行时间及路线，至少提前45分钟到达考点。

在校区须提前将《考生考试安全承诺书》交所在中学老师。其他考生在第一场考试入场时将《考生考试安全承诺书》交考点保存。考前14天内有境外或非低风险地区活动轨迹的考生须携带核酸检测、抗体双检测合格报告，方可进入考点参加考试。

考生应自备口罩前往考点。在进入考点时，应配合考点工作人员进行防疫安全检查；进出考点和考场时须佩戴口罩，就座后不可用佩戴口罩；做到居住地和考点之间保持“两点一线”，在各种场所要确保一定的社交安全距离。

中考各科目考试结束前30分钟方可交卷离场；初中学业水平考试历史科目考试结束前10分钟方可交卷离场。

考试期间，考生应做好个人防护，保持正常的饮食习惯，注意饮食卫生和营养搭配，并注意防暑降温。考生进入考场时，建议多带一件衣服，以便更好地适应空调环境下的考场。送考家长在考点门口应避免人群聚集（建议佩戴口罩），并做好防护工作，考试期间应确保手机畅通。

另需注意的是，2020年上海市中考英语科目将于6月28日上午9:00至10:45进行，由听力和笔试两部分组成。听力考试结束后直接进入笔试环节。英语听力考试通过上海人民广播电台东方都市广播FM（调频）89.9兆赫、AM（中波）792千赫（三线单位除外）播出。由考点校园广播统一播放。考生不得携带具有收音功能的设备或电子工具（包括小型便携式收音机）。9:00至9:15到达考点的考生进入备用考场考试，之前听力试题不重放。9:15以后到达考点的考生，不得进入考点。

共建共治共享，以深厚脉络根基汇聚磅礴伟力

（上接第一版）

在中国共产党领导下，上海这座红色之城顺应不同时期的矛盾及需求，始终紧扣“共建共治共享”，对于社会治理方式及理念不断自我发展、自我革新。

当下，在城市发展的关键节点，市委对于“人民城市”这一根本属性的强化，对于“共建共治共享”这一方向路径的强化，无疑是对新时代城市发展建设的必然需求——在党的领导下建设人民城市，不断探索、去创造，不断开拓人民城市建设的新境界，不断提升中国特色社会主义城市的世界影响力。

是的，共建共治共享，在上海深入人心，探索也从未止步。依靠共建共治共享，上海针走民心，“绣”好垃圾分类、河道治理、“老小旧远”，成果初现；依靠共建共治共享，“两张网”跃级进阶，让各类治理途径和方法“管用、管用、管用”；依靠共建共治共享，上海从未自我封闭求安一隅，在保持开放的大格局下牢牢守住疫情防控底线，防范系统性风险；依靠共建共治共享，上海也将努力走出一条符合超大城市特点和规律的社会治理新路子。

“人民至上”的本质与初心，也必将依托共建共治共享、经由社会治理共同体的实践和打造，展现得更为淋漓尽致，生动而富有时代内涵。

上海集结文学力量书写光荣之城，助力红色故事“出圈”

（上接第一版）

挖掘整理城市记忆，激活红色资源

党的诞生地上海，见证了中国共产党从无到有、从小到大、从弱到强的发展历程，城市文脉中流淌着红色基因。如何挖掘整理这座光荣城市的红色资源，将其转化为主题出版的鲜活来源、转化为“四史”学习教育的生动读本，是业内一直在思考的命题。

从“红色起点”出发，一连串创作“红色足迹”坚实有力。比如《白纸红字》以中国共产党第一个文学组织“左联”为主题，书写左联个体“心灵史”的汇集，《巾幗的黎明——中共首任平民女校始末》《上海早晨——记中共创办的第一所大学（1922-1927）》《铿锵序曲——中国劳动组合书记部》《起来——（风云儿女）电影摄制与〈义勇军进行曲〉创作历程纪实》《新渔阳里六号——中国共产主义青年团的起点》等无不考验作家对史料的爬梳搜集，以及平衡文学性与历史性的关系等。

“丛书六部作品共90万字，记述中共早期奋斗史，这是上海前所未有的红色题材文学书写成果，而且创作还在继续。吴海勇《中共中央在上海》已完成35万字初稿，何建明《起点》预计明年完成。”上海市作协党组书记王伟介绍，新一轮红色主题创作正在酝酿中，新选题涉及进步青年赴欧勤工俭学、《共产党宣言》等著作译介与传播、“五卅”反帝爱国运动、上海工人第三次武装起义、中共开创红色出版事业、中央军委等重要机关在上海等内容，为传承上海红色文化发挥文学的力量。

开拓传播渠道，吸引更多年轻受众

会上，上海市作家协会、上海人民出版社与上海大学共同签署“红色起点”之《上海早晨》合作备忘录，《上海早晨》2.0版有望升级，在创新宣传上海红色历史、促进红色题材向其他艺术门类转化方面展开深入合作。

这正是沪上“四史”学习教育有声有色、入脑入心的生动注脚。近两个月，上海人民出版社“四史”主题读物销量节节攀升，总码洋约2500万元，社会反响热烈。上海人民出版社社长、总编辑王为松谈到，在纸质出版物的基础上，出版方也不断探索创新传播方式，充分利用各种媒介，开拓传播渠道，助力红色故事“出圈”。

比如，上海人民出版社与阿米基德合作上线有声电子书“重温红色历史，书写时代华章”专辑，专业主播对“红色起点”丛书声情并茂的演绎，让“四史”可读也能听；与静安区文旅局合作，邀请“红色起点”丛书作者及其他嘉宾开展“作家眼中的红色起点周周谈”直播活动，三场直播在多个网络平台的累计观看突破75万人次。

曾获“五个工程”特别奖的《战上海》将改编成电视剧，《大上海》纪录片也将转化为图书出版物，未来，一系列红色文创的策划开发也在筹备中，多元丰富的载体将合力成为传播“四史”的新平台。业内期待，多渠道、跨媒体、影视化的二度加工，有助于将上海的红色成果推广至广阔舞台，吸引更多年轻受众。