

文商旅融合，静安『千亿商圈』年味添『热力』

沪郊村晚传递浓浓年味和龙年期待

9个涉农区群文团队自编自导自演，展现优秀传统文化魅力乡村振兴成果

■本报记者 张天弛

2月2日是农历腊月初二十三，金山区廊下镇上，一场以“2024海上和美乡村”为主题的村晚正在举行。第一个节目《和美乡村幸福年》亮相，舞龙、舞狮、滚灯等民俗文表演的伴奏鼓声回荡在廊下镇生态园上空，传递着浓浓的年味和人们对龙年生活的美好祝愿。

据悉，本场村晚分为家乡美、产业旺、乡村兴3个篇章，来自上海9个涉农区的群众文艺团队和社会主体代表满怀热情，用自编、自导、自演的节目，尽显优秀传统文化魅力和乡村振兴最新成果。

田山歌、花灯秀，展现上海乡村不一样年味

如何展现上海这个国际化大都市的不一样年味，还要贴近群众生活，让群众看得开心？这是2024海上和美乡村村晚策划的总思路。据晚会统筹负责人、上海广播电视台东方卫视中心副总监蒋存辉介绍，春节将至，喜庆热闹是晚会的总基调，而与其他文艺演出不同，村晚不仅要有浓浓年味，更要有泥土味、烟火气，用村民喜闻乐见的形式呈现。

“因此，我们深入调研了上海各涉农区的传统习俗，优选了崇明田山歌、金山朱泾花灯、浦东三林龙狮队等表演节目。”

果然，村晚现场来了不少隐藏在民间的高手：来自宝山区文化馆的一支乐团，他们用安吉竹林的竹子制成乐器，将悦耳的旋律一路吹进了央视舞台，现场他们携手评弹名家陆锦花带来一场民俗器乐融合秀。来自松江、崇明、青浦和金山的4支团队自编自导自演，在富有特色的江南水乡婚礼中开始山歌表演，以浓郁的地域特色真切表达劳动人民的思想与情感。

作为东道主的金山农民朋友则以全新改编的歌曲唱响《大美金山》。“第一次参加村晚非常激动，很高兴有这样一个人传播、弘扬优秀民族文化的舞台。”参与田山歌表演的崇明田山歌市级传承人张顺法告诉记者，此次他演唱的《酿酒歌》是崇明乡村在庆祝喜嫁、接新娘时唱的山歌，表达了对生活的美好祝福。

在《大美金山》节目中，作为金山区市级非物质文化遗产的朱泾花灯也上演了一场美轮美奂的舞台秀。据金山区文化馆馆长陈为

民介绍，放花灯自古以来就是金山乡村的重要民俗活动，村民们或在屋檐下挂上灯笼，或在门前小河放入花灯，或提在手上走亲访友，“以此传递对过去一年五谷丰登的庆祝，以及对新的一年风调雨顺的期盼。”他说。

值得一提的是，“和美乡村”村晚在把各区乡村特色搬上舞台的同时，也不忘讲述新时代、新农村与新农人的质朴故事。84岁的金山菜饭阿婆李菊观来到舞台上告诉大家，从小她就跟着祖辈学烧菜饭，成为“廊下灶米饭制作技艺”的非遗传承人，2007年，她还于中华村开出第一家农家乐，如今已成为廊下农业旅游的“滋味担当”。

不止村晚，越来越多公共文化配送到村民“家门口”

本场村晚不仅展示普通农村百姓的日常，也是传播中华优秀传统文化的窗口。在这里，上海歌手黄龄与国家级非遗项目“奉贤滚灯”跨界合作，共同呈现了一场富含江南韵味的歌舞。来自京剧、沪剧、越剧等不同剧种的名家茅善玉、赵志刚、郝杰、陈志鹏等携手各区戏曲文化爱好者同台献艺。由陈国庆、

潘前卫、陈靓、舒悦、钱懿等沪上知名笑星轮流带来的情景独角戏也逗得村民捧腹大笑。

金山小居民、9岁的谢依诺说：“之前都是在电视上看到这些非遗文化表演，今天头一次在现场看到，感觉非常有趣。”而村晚上好节目好创意的诞生，实则离不开持续多年的文化滋养与培育。记者了解到，近年来，上海依托市、区两级公共文化配送，让演出、展览、艺术导赏、阅读推广、戏曲展演等活动常下乡、常在乡。“十四五”以来，市、区两级共为9个涉农区配送各类线下文化活动68970场，为打造文化自信自强的上海样本积极助力。

精彩的节目，也是越来越精彩的农村生活的写照。上海积极探索将新型城镇化战略和乡村振兴战略牢牢耦合。112个乡村振兴示范村、33.8万户“美丽庭院”脱颖而出，1398公里农村公路完成提档升级改造，2.5万户相对集中居住农户入住新居，一座座具有都市范、江南韵、乡愁味的城市后花园不断涌现。

据悉，这场晚会由市委宣传部指导，市文化和旅游局、市农业农村委、金山区委、金山区政府、市文学艺术界联合会、上海广播电视台共同主办。

春节将至，虹桥南丰城南区一楼中庭搭建起凌霄殿、花果山、东海龙宫、七色山等场景

国潮IP“锁住”亲子消费，商场周客流增22%

■本报记者 苏晨

虹桥南丰城南区一楼中庭，5岁女孩小康最中意蟠桃园下一座仙桥。青绿色的“迷你”拱桥，小康来来回地跑，似在模仿《西游记》大闹天宫动画场景中七仙女的翩然若惊鸿。几趟下来，小脸红扑扑，汗珠粘连了细密的刘海。陪伴的康父笑意明显，“最近她正好在看《大闹天宫》的绘本，对应上了七仙女摘蜜桃的桥段。”

新春将至，虹桥南丰城也将迎来“黄金档期”。商场联动上海美术电影制片厂经典动画《大闹天宫》《哪吒闹海》《葫芦兄弟》，在中庭搭建起凌霄殿、花果山、东海龙宫、七色山等场景，用国潮IP锁住符合自身定位的消费群体——亲子。运行首周，购物中心客流同比上升22%。

“新春是金上海商场的‘黄金档期’，大家都在做‘商业+体验’跨界联动。中庭IP、沉浸式体验都已不是新鲜，要让中庭消费者们弹眼落睛很有难度。”虹桥南丰城资产管理部助理市场经理曹亭彦告诉记者，守牢亲子客群的基本盘是团队这次选择IP以及落地场景搭建、设置互动环节的重要考量。

虹桥南丰城曾是浦西亲子商场的标杆，如今也要在“黄金档期”打响客群“保卫战”。这背后有沪上商场井喷式地发展，也有商家对营销同质化的隐忧。上海社会科学院文化创意产业研究室副主任、研究员曹伟认为，中庭IP要突破“展览”概念，商家要具备长远考虑的眼光，结合本身特色挖掘出IP精神价值内涵，用更具市场接受度的形式和手段形成立体化的感受度。

优：做足细节、稳住“基本盘”

消费者“看花眼”，布展者“挠破头”。中庭IP需为商场增人气，实现转流量为增量。新春IP该怎么选？开业9年，虹桥南丰城中庭每年要做6到7个IP，耳熟能详的动画片授权IP基本用遍。随着沪上商场百花齐放，虹桥南丰城“首展”优势渐不如以往强劲。团队围绕看不少中心城区的商场针对年轻人推出大IP、售卖卡牌以及限量衍生品。中庭大排长龙的盛况着实令人羡慕。

虹桥南丰城团队不是没有动摇：是否要改变客群定位，给商场加码人气？是否要选择更加商业化的IP进行合作？但往长远看，不划算！卡牌客群不见得会在商场消费，而看似旺盛的人气却会对亲子客群的感受度产生影响。团队的市场调研显示，毗邻商场的居民区中有娃以及二孩家庭占比较高，老人帮忙带娃者也不在少数。亲子客群仍是商场的“基本盘”。另外，过于商业化的IP，其传达的内容未必符合有客群对健康向上内容的期待。

盘桓再三，团队决定新春“黄金档”仍要保住亲子客群，并沿用以往选择IP的标准。正好今年，上海美术电影制片厂有线下展览的需求，找到授权方推荐适合的场地。虹桥南丰城因相对精准的亲子定位以及地处中心城区流量商圈的区位优势，得到这次授权。

接下来是抠细节，在客群的体验感上做文章。中庭展览区面积约400平方米。从凌霄殿开始，分为花果山、哪吒闹海和葫芦娃区域。团队有意在物理空间排布上稍微区分花果山和后者，希望花果山成为拍照打卡点，在社交媒体上形成传播。如意金箍棒的位置与拍照效果相匹配——4米。“这正是消费者退到展区入口位置，能够框景入镜的高度。”曹亭彦解释。

后半区的哪吒闹海和葫芦娃区域分别设置给婴幼儿的海洋球以及给低龄儿童放电的“开葫芦寻宝”。用来增加客群在中庭驻留的时长，将流量转为商场内



▲ 在南区一楼中庭，虹桥南丰城最新推出“齐乐龙龙大团圆——上美影龙年春节互动展”。本报记者 张伊辰摄
► 四季花灯灯景、近千只非遗元宵灯笼在古猗园营造出喜庆热闹的节日氛围。 (采访对象供图) 制图：冯晓瑜

餐饮类消费。快到饭点了，小康还不离开，央求父亲多给她拍几张“小仙女”照片。“那就顺便在这里吃午饭了。”康父说，除了女儿照片，他自己也拍了几张不同角度的七色山，“葫芦娃也是我的童年记忆。”

变：流量转化、审美升级

在商场对客群的激烈竞争中，“守成”未必容易，“开拓”也不见得充满风险。虹桥南丰城中庭IP周边业态以服饰品牌为主，主要针对的客群是女性。但零售悖论由此显现：

闻香赏花观展，申城公园年味不一样

■本报记者 史博臻

推门即享的公园绿地、绿色生态的休闲方式……上海市民的过年方式，随着公园城市的成形成势而有了不一样的体验。据市绿化和市容局透露，今年春节期间将推出系列公园活动，重点突出“龙”的主题和年味元素。2月3日至29日，7个区的10座公园将推出12场春节游园活动，以及5场年味主题“园艺大讲堂”活动。

作为沪上首家非遗主题公园，四季花灯灯景、近千只非遗元宵灯笼，为500余年的古猗园营造出喜庆热闹的过节氛围。甲辰新春，一场以“花灯初上，荷飞冲天”为主题、结合传统非遗灯彩和年节习俗的盛会即将拉开帷幕，邀请市民游客共同沉浸式体验中国传统年味。

记者昨天从园方获悉，2024年迎春活动以“十二花神”为主线，结合传统典故人物为设计元素，呈现一幅百花齐放、文明璀璨的秀丽江山画卷，寓意祖国江山如画、国富民强、繁花似锦。

园内精心打造多处景点。观月台将仁、义、礼、智、信等优秀美德融入灯景；竹林道以“菊”为题的诗词灯彩弘扬高洁清贞之风；玩石斋外，呈现红色主题灯笼塔。

“春花、夏雨、秋月、冬雪”四季传统非遗灯彩，在现代光影艺术点缀下，为古猗园营造“花灯初上”的氛围美感。花灯摇曳、夜色璀璨，身穿华服，在园林的白墙黛瓦红柱亭廊间行走，上演一场穿越千年的邂逅。

厅堂展览也各具亮点。鸳鸯厅的新春书画展，展出富含吉祥寓意的传统国画作品和书法作品；石韵馆的惠山泥人展，以丰富的色彩和纹样造型带给市民游客浓浓的春节气息；盆景园的梅花盆景展，将其古朴苍劲、骨干清秀、极富诗意的形态展现给游客，同时送上“梅开五福”的美好祝愿。

喜迎佳节，本市各大公园纷纷推出年味节目单。烘托龙年主题，上海动物园围绕“十二花神”为主线，结合传统典故人物为设计元素，呈现一幅百花齐放、文明璀璨的秀丽江山画卷，寓意祖国江山如画、国富民强、繁花似锦。

展含有12生肖的植物80余种(含品种)、年宵花卉50余种(含品种)，营造浓浓的龙年新春氛围。徐家汇公园与上海音乐学院携手合作，共同举办“百代贺喜 新春繁花”百代小楼新春主题系列活动，届时将为游客献上美妙的自然生态音乐会。另外，“园艺大讲堂”活动将在上海植物园、杨浦公园、醉白池公园等地，开展手工花卉制作、植物科普讲堂等课程。

踏春赏花方面，上海辰山植物园将举办以“繁花似锦 金龙迎春”为主题的迎春花展，以牡丹与高山杜鹃作为主打花卉，带给游客不一样的季节体验。静安雕塑公园、世纪公园、梅园公园、莘庄梅园、海湾国家森林公园等公园，各色品种的梅花次第开放、暗香浮动，适合闻香游园、拍照打卡。

目前，申城公园绿地春节“年味”花卉布置已全面启动，聚焦中国传统年味，结合中国龙、中国结、红灯笼、福字等元素，选取寓意吉祥、色彩喜庆的花卉品种，通过综合运用花坛花境、主题景点、组合容器、灯杆花球等布置形式，让“年味”溢满申城的街头巷尾。

一个遛娃的母亲怎么有空定下心来买衣服？“刚开业时，逢新春做大IP还会有周边省市的游客来打卡。但现在他们的选择太好了。即使住在周边的客群，遇到天气晴好的周末以及节假日，父母也常选择带娃去郊区或者户外空间的商圈放电，中庭IP亟需求变。”曹亭彦说。

虹桥南丰城为此做过“开拓”。比如中庭做IP的同时，为在商场售卖的汽车品牌辟出快闪区域，实现“妈妈遛娃、爸爸看车”的消费体验，为自身实体店创造流量。比如非寒暑假，小朋友没有那么集中的时段尝试艺术类的中庭IP，尝试吸引办公楼白领的白领，对客

群进行补充，给非餐饮类商铺创造机会……中庭IP仍然是一个值得探索的方向。曹伟分析，但拿来主义式的IP会让受众产生审美疲劳，要提炼IP背后的味道。比如豫园的龙灯较好地嫁接了一些《山海经》里的表达，“开发《山海经》中的故事，用灯会的方式呈现雅俗共赏、老少皆宜。人们既可以体验氛围感又能了解相关知识，还能形成消费。”

她认为，从长远角度看，商场还是要形成自身IP文化，“持有IP的版权方在寻求合作时也要考虑平面展览以外的方式，尝试向商场、授权方共创符合市场需求、跟上时代潮流的方法。深挖内涵，用多元化手段展示。”

本报讯（记者王宛艺）龙年春节将至，在南京西路商圈，年宵花市点缀着春意，龙元素装置红红火火，氤氳着浓浓年味。文旅消费券也将给年味添一把“热力”。记者昨天从静安区获悉，作为南京西路千亿商圈春节活动之一，静安区文化和旅游局春节期间将再次发放文旅消费券，进一步激发文旅消费市场活力，做大文旅对流量型城市的入口作用。

2月5日至25日期间，超4.18万张静安区文旅消费券商户通用券将分3轮滚动发放并使用。此次文旅消费券由静安区文化和旅游局与中国银联上海分公司、上海银行3方合作，共同投入，通过银联“云闪付App”，每位在上海的市民游客均有机会获得一张“满100减50”、一张“满50减25”消费券。

商户涵盖区内影院、书店、剧场、咖啡店、文博场馆、演艺新空间、文旅新场景、宾馆旅馆、旅行社等文旅企业、文旅场所，以及南京西路沿线重点商圈内商户等近1080家商户。“希望发挥节假日和促消费举措的叠加效应，为市民游客提供优质文旅产品和体验。”静安区文化和旅游局相关负责人表示这样注脚。

打造国际消费中心城市示范区，静安区近年来集聚了超七成的全球“百强”知名品牌，社会消费品零售总额近三年连续保持中心城区第一。同时作为全国第一批国家级文化和旅游消费试点城市，静安区打造了南京西路街区、大宁片区2个国家级夜间文化和旅游集聚区。

静安区文化和旅游局相关负责人介绍，为助力南京西路“千亿商圈”建设工作，此次文旅消费券的发放重点聚焦南京西路沿线商圈，参与商圈覆盖静安嘉里中心、静安寺久光、中信泰富、锦纶文华、兴业太古汇、晶品Crystal Galleria、芮欧百货、伊势丹百货等，共同参与文旅消费券的发放和使用。

在静安区，文旅消费券大规模发放并非首次。去年下半年，结合上海旅游节开展的静安区文旅消费季活动，累计发放文旅消费券超7万张，用券核销率高达97%，惠及市民游客近5万人次。

消费券发放是一方面，而另一方面，静安区近年来积极发展影视、电竞、艺术、演艺、文化科技等服务领域新业态，打造并吸引多业态新消费场景，积极推动文旅消费升级，切实发挥文旅IP对流量人口的拉动作用。比如，中信泰富广场内新入驻的艺术空间ZHANGYU GALLERY，今年春节期间，将用中国传统水墨画精髓，在商场内举办龙年首展。而作为“上海街艺”的“发源地”，静安公园、静安寺久光将开展街头艺人表演，为市民观众带来“零距离”音乐演出。

“日晖有戏”小年里好戏连台 年轻人找到自己的“戏曲角”

■本报记者 王宛艺

二人二琴七根弦的弹唱，将一曲《珍珠塔》娓娓道来。台下的90后青年小王，用手指轻轻跟着曲子的节奏拍打着。曲罢，余音绕梁，戏迷们仍是意犹未尽。昨天是我国民间传统习俗“小年”，徐汇区斜土街道肇清党群服务中心的小剧场坐得满满当当，吴侬软语萦绕得暖意融融，非遗增添了几分年味，也让艺术与社区相得益彰。

“日晖有戏”活动组织者之一、学戏曲出身的90后刘权威热爱评弹艺术，也愿意让更多观众听见、知晓、了解。科班毕业后，刘权威成为上海评弹团演出部的一员，从事推广工作。近年来，他愈发感受到，书场的年轻演员多了，年轻观众也多了。甚至尝试起直播，吸引了一大批“追粉”。“虽说评弹源自苏州，但上海宽广的胸怀早已将评弹的弦曲雅韵纳入血脉之中，上海人公认的声音，即使在天涯，仍拂不去那曲曲清韵所激起的乡愁。”

现场，幽默细腻的说白，婉转动听的演唱，声情并茂的表演和珠落玉盘般的弹奏，让慕名而来的苏州姑娘瞬间有了“回家的感觉”，“评弹有这样的魔力，小年轻们与阿姨爷叔同样动容”。

“新场景”也在不断拓展。评弹演出的地方话叫书场。在斜土街道，处处是“书场”。斜土街道相关负责人介绍，本次评弹展演活动是此项文化惠民工程的首场活动，今后的每周三、周五和周日在即将建成交通的斜土街道社区党群服务中心、生活盒子、公共绿地等新时代文明实践阵地定期举办。“打破剧院的围墙隔阂，通过驻场项目让‘日晖有戏’成为群众广泛参与文化活动的平台，让每个青年都能在家门口找到自己的‘戏曲角’”。

去年徐汇咖啡文化周期间，斜土街道首次尝试将评弹表演引进咖啡馆，年轻人尤为热衷，咖啡的香气与软糯优雅的曲调、传统江南文化与时尚派文化的混搭相得益彰，再现非遗魅力。刘权威看到，年轻人品着咖啡赏评弹，分出一份心，感受上海的特殊韵味。

未来，徐汇区也将与斜土街道，布置、举办一批“家门口的戏曲空间”及“百场戏曲”活动，邀请社区戏迷在社区看戏学戏、沉浸式探秘戏曲、观看戏曲演出、与大咖面对面互动。“让古老的戏曲艺术融合时代气息，也融入生活气息，为赓续中华文脉、推动中华优秀传统文化创造性转化和创新性发展探索一条新路。”

来上海，过不一样的春节

(上接第一版)民俗学家认为，依附于春节的文化内涵，正是通过春联、年夜饭这样带有强烈符号意义的物质而代代相传。对于年轻人来说，这也将是一次亲近传统的溯源之旅。中国人强调知行合一，马克思则说：“思想、观念、意识的生产最初是直接与人们的物质活动，与人们的物质交往，与现实生活的语言交织在一起的。”“打开龙年新年的‘上海菜单’，各种趣味十足的节日，正是向年轻人发出的邀约。正如何志华所说，节日的主体是最广泛的民众。回到生活中，回到民众中，让老百姓从中获得幸福感归属感，包括春节在内的传统节日，永远不会在我们精神家园里不可或缺的向往。人间烟火、万家团圆，在‘人民城市’重要理念的引领下，上海正努力为广大市民、也为八方来客，提供既富含传统文化元素，又充满新潮趣味的节日体验。欢迎来上海，过不一样的春节！