



# 白玉兰能否成为下一个文创爆款

■ 本报记者 夏斌

从白玉兰荣誉奖、白玉兰纪念奖、白玉兰戏剧表演艺术奖、上海电视节目白玉兰奖到各大绿地、公园、广场随处可见的玉兰元素,白玉兰花给上海这座美丽的城市增添了一抹亮色。

这一独特的公共文化资源有着怎样的前世今生?它能否成为继“樱花猫爪杯”之后的下一个文创爆款?近日,浦江学者、上海社会科学院研究员王慧敏,晨光学者、上海社会科学院副研究员曹祎遐,高级工程师、园林文化专家林小峰以及文旅专家刘志泉,围绕相关话题展开了热议。

## 催生认同感和归属感

**解放周一:**白玉兰花“色如玉、气若兰”,素来为文人雅士所青睐。请问,它为何能成为上海市花?

**王慧敏:**在我国400多个大中型城市里,评选出市花的就有167个。这些当选市花,绝大部分是我国传统的名花,它们受到民众广泛认可与接受。

市花是城市的历史传承和精神象征。大致来看,东方人含蓄内敛,多喜爱兰花、菊花、水仙;西方人相对热情奔放,往往选择玫瑰、月季、百合、郁金香为国花、市花。虽然市花通常不被写入法律,但人们在它身上寄予了对城市的热爱,对本土文化的浓浓情感,以及对脚下土地及其承载历史的敬重。

**刘志泉:**国花、市花一般是本地特产,栽培历史较长且分布较广,与当地历史地貌、自然环境有很大关系,且对当地旅游产业的提质增效有极大促进作用。

以日本为例,“花见经济”(花见是日本的民间习俗,即赏花)涵盖饮食、服装、交通、礼物等。日本甚至有专门的“全国樱花预报网站”,每年初就开始预报各地樱花花期,具体可精确到开花日、盛开日,并做到实时更新。

**林小峰:**国花、市花是国际、城市间交往的重要使者。市花对外代表城市形象,体现城市品位,是城市的一张名片。比如,新加坡的国花是“兰花”。据说,每当贵宾来访,新加坡政府会安排到访贵宾用自己的名字或根据贵宾所决定的名称,为新品种命名的胡姬花命名。这种不同于常规接待的礼遇,显得有礼有节且更有温度。

**曹祎遐:**市花的产生一般都会有民众的积极参与。这样的过程体现了对公众意见的尊重,市民也因自身参与而更加关心和认同市花,进而催生出生一种城市的归属感。

## 密切与市民生活的联系

**解放周一:**上海有很多以白玉兰为主题的公共场所,但白玉兰花期很短,下雨即落,普通市民与它的接触时间一般只有两周左右。请问,它怎样才能真正走进市民的文化生活?

**曹祎遐:**确实,人们对这种花的符号功能认知尚处于碎片化阶段,对它的情感共鸣也有很大的提升空间。建议在市级层面研究强化市花品牌的运行推广力量,以便更好地通过文创产品、文艺作品、节庆活动等途径和方式实现文化附加价值和城市美学引领。

**王慧敏:**花是人与人、人与城市、人与自然的纽带。坦率地讲,由于活动载体不够丰富,市花主题活动较少,广大市民对白玉兰的认知度、亲近感并不高。为此,有必要通过举办市花文化



新华社 图

节等方式,密切市花与市民文化生活的联系。

综观国内外的国花、市花,花期通常包含一个传统节日,如荷兰的郁金香节、保加利亚的玫瑰花节等。上海可在每年市花盛开之际举办市花迎春文化节,举办提升市民艺术修养、人文涵养和文明素养的花文化赛事活动。在此期间,公园和植物园应免费开放赏花;通过花卉诗词大赛、音乐绘画摄影大赛等,搭建“零门槛”参与的花文化互动平台。

进一步来看,白玉兰是属于上海的公共资源、公共品牌,具有城市文化符号价值。但目前,上海并无相应的使用规范和保护条例,对市花的无形资产也缺乏保护意识和举措,使市花的无形资产和品牌形象打了折扣。由此,有必要从“城市IP(知识产权)”建设的高度来推进市花品牌建设。

比如,着力拓展市花白玉兰的城市名片功能。当务之急是整合以白玉兰冠名的各类市级奖项,完善代表上海城市最高荣誉的白玉兰奖项体系,表彰各行各业做出突出贡献的杰出人士,以此来树立城市标杆和榜样。

## 打造人格化“城市IP”

**解放周一:**前一段时间,某知名咖啡品牌开售“樱花杯”。在30多款限定杯子中,一款“猫爪杯”最为抢手。这对打造白玉兰花的“城市IP”有何启发?

**曹祎遐:**“猫爪杯”虽然火爆一时,但仍处于文创产品设计的初级阶段,持续性不够强。在“城市IP”的打造中,关键要找准目标群体,在市场需求的基础上作创新,在赢得消费者青睐后借助口碑效应不断扩大影响力。

**林小峰:**要提升白玉兰的知名度和存在感,关键还是要深入挖掘文化属性。对园林工作者来说,应致力于“园林艺术化、艺术生活化、生活时尚化、时尚产业化”,积极开发一些衍生品文创产品。这些周边产品应当成体系地与市民生活应用结合起来,而不只是大头娃娃之类的吉祥物。与之相伴,建立有关玉兰花的文博场馆,不失为一个可行方案。

从生态可持续性角度来看,还应不断丰富上海地区的白玉兰的生物体系。据了解,上海园科院正在做的研究是如何把白玉兰发展成玉兰科,从生态体系上扩展影响力,反哺市花品牌。

**刘志泉:**文创品牌的本质是具有独占性,需要拥有自己的版权,需要授权。比如,法国的埃菲尔铁塔、德国的红绿人符号等,均是需要授权的。从这个意义上说,版权决定了一个文化符号能否成为一个IP,内容和粉丝的独占性则帮助IP产生经济价值。

以白玉兰花为元素设计推出相关产品是需要,但这离“城市IP”尚有距离。经验表明,“城市IP”需要具有高辨识度和强人格化特征。日本的熊本熊就具有典型的性格特征。白玉兰若能将花具象出人格化,如结合已有传说,拟化成三姐妹,

并赋予不同的人格创新和代表内涵,就有可能形成爆款,具有很高的产业价值。

## 挖掘长三角花文化故事

**解放周一:**据我所知,国外的花文化背后有很多动人的故事。这些故事连接了花与人的情感,使得花文化更加引人入胜。

**林小峰:**这样的故事在我国也有很多。  
1939年春天,日海军医山口诚太郎随侵华日军来到南京城。当看到曾经繁盛的南京只剩下一片瓦砾和白骨时,他充满震惊与不安。回国前,他在紫金山下采集了一些种子,那是一种在战争废墟上倔强盛开的紫色野花。  
1940年春天,山口家院里开满紫色小花,但他没敢提及南京的见闻,只写了一篇短文连同带回来的种子一起分发给亲朋好友。短文是这样写的:这是我从中国大陆带回来的,我给它取名紫金草,如果你喜欢的话,就撒在你的庭院里吧……

1966年4月,《朝日新闻》刊登了一位华侨青年写的小紫花怀念文章。这促使77岁高龄的山口选择将多年前的故事讲出来。之后,大门高子女士深受感动,创作了合唱组曲《紫金草的故事》,引发热烈反响。由此,紫金草开始成为战后追思的一个标志。

所以说,花文化不仅是花本身的内涵,更要挖掘深层历史及文化价值,使其真正成为情感的桥梁、历史的纽带。

**解放周一:**在南京,也能看到很多玉兰树吧?  
**王慧敏:**是的,南京东郊明孝陵的玉兰路旁,栽满白玉兰;中山陵碑亭侧的山坡上也有白玉兰,树龄近百年。

放眼看整个长三角,白玉兰更是各处盛放。在浙江嘉兴,早春时节红玉兰迎风而立、傲骨向上,与“红船精神”交相辉映。安徽革命圣地大别山的“望春谷”及“红军的摇篮”金寨县,就存有国内规模最大的纯野生玉兰带。野生玉兰树面积近万亩,可观赏的玉兰树达1.5万株,以白色为主,间有少量红色。

**解放周一:**借助白玉兰,可否专门设计一条长三角赏花文化之旅?

**王慧敏:**长三角地区革命历史素材丰富,红色文化是一大特色。我们完全可以将革命时期仁人志士的品格与玉兰的花性结合起来,一边观赏高洁之花,一边接受心灵洗涤。同时,不同地域又有着不同花色的玉兰代表,可以进一步丰富和提升长三角红色旅游路线的品质。江南水乡的清淡雅致也与玉兰契合。因此,可开发“江南觅雅”旅游路线,为喜爱玉兰、追寻自然的消费者提供遁世之游。

当然,白玉兰花期相对较短,能否形成“樱花效应”,既是客观存在的短板,也是很多人不认同做大白玉兰品牌的理由。其实,这种稀缺性反倒能为文创价值的挖掘提供想象空间。对此,上海应有自信。

◇ 链接 ◇

# 满树玉兰,带来春天气息

■ 施渊 王艺婧

是。屈原对玉兰喜爱有加,留下“朝饮木兰之坠露兮,夕餐菊之落英”的赞美。唐人诗“晨夕目赏白玉兰,暮年老去乃春时”,更是用夸张的手法形容经常赏析白玉兰对一个人心态、容貌都有正向积极的作用。

李商隐的“几度木兰舟上望,不知元是此花身”、柳三变的“留连处,兰舟催发”、李易安的“轻解罗裳,独上兰舟”,乃至苏东坡的“桂棹兮兰桨,击空明兮溯流光”,更是以玉兰来彰显个体的高洁不屈。到了宋代,还出现了以木兰为名的词牌名,如《木兰花慢》《木兰花令》等,进一步突出人们对玉兰及其品格的认可。

第三,艺术价值。  
因为高洁清雅、吉祥如意的形象,玉兰还常常成为吉祥画的题材。流传甚广的玉兰绘画作品最早可追溯到五代时期的两幅《玉堂富贵图》。画中,玉兰取其“玉”,海棠取其谐音“堂”,牡丹取其“富贵”之义,合成“玉堂富贵”的美好寓意。此类题材作品在明代之后更为流行,及至近现代仍吴昌硕、齐白石等大家都曾绘过此类画作,相关作品被中国台湾、上海、天津、辽宁等地博物馆收藏。

以玉兰为题材的吉祥画还有《玉树临风图》和《必得其寿图》。这两个名字也有典故。自李渔“世无玉树,请以此花当之”后,人们便将玉兰迎春而开的形象喻为“玉树临风”;“必得其寿”则出自《中庸》,后人作画时以木笔花(即玉兰花)和寿石为素材,取“必”字谐音与“寿”字组合来构成吉祥寓意,传达美好祝福。

第四,民俗价值  
我国古代有“二十四番花信风”一说,与二十四节气相对应,是中华秋文化的重要体现之一。其中,“立春”有三候:一候迎春,二候樱花,三候望春(即玉兰花)。

此外,还有一个关于玉兰花的民间传说,讲的是深山住着红玉兰、白玉兰、黄玉兰。三姐妹偶然下山发现村中冷水秋烟,一片死寂,得知是秦始皇赶山填海杀死龙虾公主、惹怒了龙王。从此,龙王封锁盐库不让张家界人吃盐,以至于瘟疫肆虐、民不聊生。三姐妹决心帮村民讨盐,却几遭龙王拒绝。于是,她们用自酿的花香迷倒了蟹

将军,趁机将盐仓凿穿。村民得救了,三姐妹却被龙王变作花树。为了纪念她们,人们将花树称作“玉兰花”。

这样一个富有传统神话意味的故事,反映了人们对英雄的缅怀、对善良的追求,也与玉兰“报恩”花语契合。

## 象征上海朝气活力

城市是文化的容器。玉兰花不仅是我国传统文化传承中的瑰宝,而且在城市品牌营造上扮演着重要作用。

1983年4月,上海市林学会、园艺学会提出将月季、桃花、海棠、石榴、杜鹃、白玉兰等作为候选市花。同年,在人民公园、中山公园、复兴公园、杨浦公园等11个公园人口点开展评选市花、市花活动,请市民投票评选,最终收得10万多张票。其中,以白玉兰票数最多。1986年10月25日,经市人大常委会审议通过,决定白玉兰为上海市花。

经过30多年的发展,白玉兰遍植上海中心城区、郊野公园和公共绿地,上海植物园还培育出“盆景白玉兰”。可以说,白玉兰已成为上海城市的一道靓丽风景,是城市人文特征的浓缩与象征。

在文化建设方面,上海白玉兰戏剧表演艺术奖、上海电视节目白玉兰奖等,有效推动了戏剧电视的繁荣发展;在对外交往方面,为表彰做出积极贡献的外国专家和友人,上海专门设立了“白玉兰荣誉奖”和“白玉兰纪念奖”。同时,设立以“白玉兰奖”命名的建筑工程质量奖,含金量仅次于国家建筑工程的“鲁班奖”。此外,“无偿献血白玉兰奖”也颇具影响力。

不少市级组织机构的标识也融入了白玉兰元素。比如,上海电视台新闻综合频道和沪上数所知名学校的校徽,包括上海大学、上海师范大学、华东中学等。百年名校复旦大学原址的庭院中曾有数株白玉兰树,后于1947年在老校长李登辉正式提议下成为复旦校花。上海市妇联、上海动物园、上海档案馆、中国科学院上海高等研

究院、上海市作家协会等单位的标识,也以白玉兰为主体图案元素。

申城的一些标志性建筑,在设计中亦广泛采用市花白玉兰元素。上海城市规划展示馆的顶部由四片硕大的连体薄壳艺术造型组成,犹如四朵正在盛开的白玉兰,象征上海充满朝气和活力。上海迪士尼乐园入口广场上的路灯,也特意设计为玉兰树造型;整个广场的地面纹路藏着一朵巨大的玉兰花;标志性城堡上的尖顶冠也有白玉兰元素。

位于人民广场的“上海市公路零公里”标志,是多条国道的起始处或终止点。该标志采用铸铜工艺精密加工制作,中心设计元素即为白玉兰。此外,上海陆家嘴中心绿地、旗忠网球中心、北外滩白玉兰广场、天山公园的白玉兰花烈士纪念馆等地,处处可见玉兰之姿。  
作为城市精神象征,白玉兰经常成为上海经典赛事、节庆活动的标志。全球最高级别网球赛事“上海劳力士大师赛”的标志、上海国际马拉松赛的吉祥物、上海国际广告节的官方标识以及上海市医务职工第七届文化艺术节、第十二届全国学生运动会等标识中,都采用了玉兰元素。

从上海市工商行政管理局网站可查的企业注册登记信息来看,冠以“白玉兰”的企业多达150多项,类型涵盖医疗美容、食品餐饮、影视广告、酒店宾馆、房地产、旅游、计算机、烟草家具设备等各行各业。

作为上海城市的友好使者,白玉兰还扎根于不少上海的好友城市和对口援助城市,如日喀则、汉堡等地。登录上海市政府网站,还能看到“白玉兰助手”,提供多项智能咨询服务,既亲切活泼又与市花相匹配。

当前,在擦亮上海服务、上海制造、上海购物、上海文化四大品牌的进程中,有必要将市花“开路先锋、奋发向上”的内核注入进去。特别是,“四大品牌”带来的产业升级和创意产品,应有意识地体现市花符号及其象征意义。

(本文系上海社会科学院创意产业研究中心和民革上海市委调研部“花文化创意产业”课题成果)

◇ 回响 ◇

## 地铁出行应该更加便捷



上周,《解放周一》头版“瞄一流 献一计 见微知著看上海”栏目推出《申城地铁服务,如何驶入“快车道”》报道,聚焦从地铁购票、无障碍设施配置与使用、出行标识引导到地铁安全和出行安全、地铁商业服务等一系列问题。

原创报道一经发出,引发了其他网络媒体的转发,并引起读者的热切关注。一些热心市民来信来电,发来自己的地铁出行故事并建言献策。我们挑选了一些有代表性的内容刊登,以期进一步推动完善上海地铁服务。

## 在超长线路上规划大站停

作为申城地铁的使用者,我也有机会经常出国搭乘地铁。对比一番后,有这么几个体会:

第一,1号线刚开通的时候乘坐感觉超好,起步和刹车都挺稳的,现在很多线路上列车启动和刹车经常一冲一冲的,特别是7号线和2号线。同时,很多列车在行驶时候,钢轨摩擦噪音相当大,希望好好改进一下,不应该有这么大的噪音。

第二,上海地铁每条线路都比较长,站站停要坐很长时间才能到终点站,是不是可以在一些线路上规划大站停?

第三,16号线的列车座位偏小,之前撤掉的座位也没有再装回去,乘坐感不好。同时,16号线沿线地区面临越来越多的人口涌入,而且很多是从市区拆迁过来的,现有的三车厢编组明显运力不够。

——网友 双鱼宫

## 地铁站应设置行李储存柜

日本东京主要地铁站点内都设有自动存储柜。我们这些拖着行李箱的游客看到后就能立马用起来,然后轻轻松松地逛街购物,这一点非常赞!上海是国际化大都市,海内外游客数量不少,是不是也可以引入这一人性化设施?应该说,在一些有条件的地铁站点设置行李储存柜,不仅能充分利用站内空间,而且还补贴地铁运行成本,何乐而不为?

——网友 牛牛

5号线除莘庄站外,其他各站点的地铁车厢和站台落差近20厘米,轮椅车难以上下。建议在车头或车尾部位设置固定的无障碍斜坡,方便轮椅残疾人自主出行。

——闵行居民 杨彬

不少地铁的车厢连接处,顶上没有扶手。在上下班高峰期,连接处是一定会站满乘客的。没有扶手可拉,一旦发生急刹车,很容易致人摔倒。因此,希望经过技术和安全评估后,在车厢连接处安装顶部扶手。

——上观网友 风生水起

## 安检漏洞需要“打好补丁”

上海轨交安检,有两个明显的漏洞要“打好补丁”。第一,双肩包检查,单肩包不检查。女生背的小双肩包被要求安检,男生背的大单肩包却予以放行。机械化操作,难免留下安全隐患。第二,轨交站点半人高的围栏,东西很容易绕过安检直接进入站。

——网友 仁者爱人

地铁安检大家可以理解,但那个箱包过带的架子实在有点高。建议地铁安检架子向机场、高铁站看齐,稍微低一点,以方便乘客放上大件行李。

——网友 金中三生石

在上海虹桥站和地铁站之间,是否可以减少进出站的二次安检问题。重复安检,实在是低效率、高成本。

——网友 大鹏

11号线浦三路地铁站,教条式安检给乘客带来了诸多不便。有一次,我背了一个几乎空的双肩包进站,里面只放了一把伞。安检前,我主动将背包打开,并递给安检人员检查。可工作人员竟然视而不见,说双肩背包必须安检。我再次强调这是一个空包,对方依然无动于衷。

——浦东居民 刘宇卓

## 运输能力要跟上出行需求

上海是轨交发展迅速的特大城市。目前,上海只有一条环线地铁,其他十几条地铁均构成发散状分布,不利于外环、中环附近市民的就近换乘。“站站停列车”,其中,站站停列车的平均开行间隔为48分钟,最大间隔为71分钟。中间站列车开行密度低,旅客候车时间长,让沿线居民叫苦不迭。建议金山铁路真正实行公交化运行,妥善解决直站和站站停的矛盾。同时,呼吁莘庄至上海南站的三四线工程尽快开工建设,使金山铁路能够打通“最后一公里”。

——松江居民 邓先生

(本报记者 夏斌 整理)