

上海国际童书展下周至周日举行,二百余场活动创新高

阅读没有界限,属于所有孩子

本报讯(记者 施晨露) 11月15日至17日,儿童图书出版界和大小读者们翘首期盼的阅读狂欢季——第七届中国上海国际童书展将在上海世博展览馆举行。组委会昨天透露,今年童书展期间将举办专业会议、论坛、展览、新书发布、作家交流、阅读推广等317场活动,再创新高。这些重点推荐的阅读活动中,有一个鲜明的理念打动人心:阅读没有界限,它是属于所有孩子的礼物。

近十年来,艺术、建筑与设计类书籍蓬勃发展,成为一种潮流,也成为全球童书出版业的趋势。今年上海童书展特展之一“与美同行:艺术、建筑与设计”精选80本来自世界各地的艺术、建筑与设计类原创新书,汇集展览,为孩子们带来艺术教育的生动一课。“书中的魔法世界”立体书展还原立体书发展的几个重要阶段,从19世纪著名出版社德国厄内斯特·尼斯德公司和英国拉斐尔塔克父子公司的书,一直追溯到近几十年出版的立体书。童书展还将带来国际读物联盟2019年度优秀青少年读物精选展示,展出来自20个国家17种不同语言的40本优秀读物,其中有布莱叶盲文书籍、触摸书和布书等。

童书展现场还有很多互动体验,拓展阅读的形式和边界。首次推出的纸艺儿童工作坊,由日本图画书艺术家、纸艺工程师驹形克己及立体书特展策展人马西莫·米西罗利和卡特·法格里亚带来,孩子们可动手体验制作立体书的乐趣。上海世纪出版集团旗下百年艺术品老字号朵云轩首次带来儿童艺术品品牌“朵云教育”,呈现与国际一流绘本相呼应的艺术创作课程。现场还有轻土徽章制作、非遗技艺木版水印体验,营造多元的传统艺术互动空间。上海印刷集团的铅活字拓印铅版现场互动,让小读者亲身体验中华传统技艺。

浙江少儿出版社联合京剧名家王珮瑜共同打造“京剧其实很好玩”系列产品线,将国粹京剧以轻松有趣的科普形式介绍给读者。华东师大出版社“给孩子的实验室”系列推出新篇《给孩子的脑科学实验室》《给孩子的地质学实验室》《给孩子的动画实验室》,现场孩子们还可以动手实验,探索背后的科学原理。

到不了童书展现场也没关系,童书展举办的三天时间里,“城市联动”项目将打破场地限制,作家交流与阅读推广活动辐射全市,中外作家、插画家、艺术家将奔赴各个联动点,与孩子互动交流。被誉为插画界奥斯卡的“博洛尼亚插画展”将首次加入城市联动项目。

画中人、作画人全成景,演绎张园前世、今生和未来

今日看点

沉浸式化妆写生项目《行进中的画展》开展

张园看得见有烟火气的人情味



■本报记者
张熠 简工博

昨天一早,55岁的谭金奕一身棕色短褂,再度走进张园。他走到一条支弄口,望着大门边的阳台拍了张照。20多年前,潘虹出演《股疯》时就站在这个阳台上,作为群演的老谭演了一名住在张园的老邻居。这次重回张园,老谭扮演的是一位黄包车夫。画者们支起画架,以他为模特开始作画。

作为第二十一届中国上海国际艺术节参展项目,即日起至11月12日,沉浸式化妆写生项目——《行进中的画展》在张园上演。冯远、俞晓夫、方世聪、魏景山、夏葆元、徐芒耀、张培础、韩硕、陈逸鸣等一批沪上知名画家对扮演成劳动者、居民的模特作画,画者们本身也化为张园一景。

“沉浸式化妆写生本质上是种行为艺术,写生的形式是传统的,艺术的形式是当代的。”《行进中的画展》发起人、画家俞晓夫对这一项目构思三年,将艺术家和创作工程融入实景装置,演绎张园的前世、今生和未来,使整个过程变成一场动态画展。“张园是关于中国近代海派文化走向的重要地方之一,希望观众能从画家的作品中认识一座城,从张园的历史建筑中窥见城市历史文脉。”

这样的生活场景太熟悉了

时逢深秋,爬山虎变红的叶子铺满石库门外墙。中式建筑简洁的线条下,是繁复精致的西式浮雕。昨天一早,安静的张园忽然热闹起来:弄堂口,两个小姑娘一边包馄饨一边叫卖;小贩把箱子挎在身前,上面摆满各式香烟;穿着讲究的中年夫妇正从石库门里走出……“好像一下回到过去的时光里。”谭金奕曾住在离张园不远的新福康里,眼前人们扮演的场景让他仿佛重回昔日,“这样的生活场景太熟悉了,弄堂里家家户户都欢喜串门,满当当的人情味。”

充满烟火气的“人情味”昨天在张园“复燃”。画师们在张园最具特色的建筑前设立6处不同的写生点,2个写生点位于72弄1号张园大客堂内,其余4个写生点则分布在张园主道上。主道一侧的77号建筑,两层楼房有中央圆屋顶,八开间立面,楼下则是中式木栏杆的宽阔外廊,二楼每个开间都有整面窗户,被称为“张园最美的墙”。窗上摆着的油



画家们在张园内现场作画。

本报记者 沈阳 摄

灯、墙角摆放的脸盆架,都是俞晓夫等人淘来的老物件,每个写生点由此构成不同场景,画师们也根据这些场景穿上相应的年代服装现场作画。观者漫步其间,经过“黄包车”“茶馆”“照相馆”“中国民乐队”“西洋乐队”“骑自行车”……缓缓穿越岁月的同时,也能近距离观赏画家作画的过程。

“这些生活场景,承载一个城市最鲜活生动的历史。”化身其中一部分,谭金奕感慨万千,“乡愁是家国情怀的容器,也是文化自信的重要部分。”

兼具上海特色和西方文化

一项贝雷帽,一身条纹西装,年过七旬的国画家张培础对眼前的模特“视而不见”,却画起正在一旁作画的画家冯远。寥寥数笔,跃然纸上。“一般的画家写生,都比较私密,或在画室,或在课堂。此次在一个生活中的环境里写生,很有情趣。”张培础说,选择张园作为沉浸式写生的地点别有味道:“小时候我也住在石库门里,就像张园一样,既有上海特色,也留有西方文化的痕迹。写生,就是要从生活中来。”

这条长度不足百米的弄堂,俞晓夫是常客,对老建筑的故事如数家珍。从私家园林到公共开放式园林和城市的公共活动中心,直至里弄住宅区,张园是上海城市生活的缩影。

这里,曾见证过无数个“第一次”——1886年,第一次在张园试燃电灯;1888年,第一次在张园建立利用园景照相的室外照相馆;1897年,第一次在张园放映当时被称为“电光影戏”的电影……

这里,还曾进行过许多“第一次”的体育竞赛、戏剧表演。作为“近代中国第一公共空间”,张园提供了一个平等的、人人可参与的文化活动空间。老报人曹聚仁在《上海春秋》中写过张园:“园西南有海天胜地楼,有髦儿戏班,演唱昆曲及滩簧,林步青为滩簧名家,时常在那儿演出。园中百戏杂陈,有所飞龙岛,供客乘坐,冷然御风,有着后来游艺场的轮廓。”据悉,张园的运营模式海纳百川,对市民开放,又有合理的服务体系,对新科技、新文明和新艺术持欢迎态度——这样的特质,至今仍滋养着上海。

“我记得上海第一次美术展览就是在张园的观景建筑安地第举行的。”俞晓夫说,张园承载着前人智慧,是上海内涵、品质、特色的缩影,也诠释着海派文化的“中西合璧,海纳百川”。

天色渐暗,谭金奕结束了一天的工作,和“豆腐摊摊主”李泽宸一同走出张园,穿过吴江路,走过排起长队的网红餐厅,谭金奕一路向李泽宸解说:“泰兴大楼还在,旁边原来是帐子公园,但早就改建了。城市更新发展了,希望老建筑能以新的方式保存下来。”95后的李泽宸点头:“这是最能代表上海的建筑,它们已不仅仅是建筑。我很期待张园未来的样子。”

新场景驱动下的新消费正在成为上海的互联网标签

文/李想

11月5日,第二届中国国际进口博览会在上海拉开帷幕。作为上海互联网新经济的代表,小红书再次亮相进博会,与全球化智库(Center for China and Globalization,CCG)共同举办“新消费——重塑全球消费市场的未来形态”论坛。小红书联合创始人曾秀莲指出,当前新消费的大潮如火如荼,互联网信息平台通过创造全球品牌与消费者互动的新场景,已成为了新消费的重要驱动力。

中国消费市场持续增长的体量和待挖掘的潜力,持续吸引着国际品牌,新消费的兴起,也为更多进入到中国的新品牌提供了新的“玩法”和机遇。商务部最新数据显示,新消费已经连续5年成为我国经济增长的第一动力,在2018年对经济增长的贡献率达76.2%。随着生活方式数字化程度较高的90后、00后成长为消费主流人群,新消费蔚然成风。

新消费观念改变了需求和供给关系

中国有近14亿人口,中等收入群体规模全球最大,市场规模巨大、潜力巨大,前景不可限量。据介绍,过去一年,超过110个国际品牌入驻小红书,国际品牌的笔记数同比增长75%,用户分享讨论次数累计达15亿次。这一系列数字背后最大的驱动力就是新消费。而新消费的本质是以90后、00后为代表的新一代青年消费观念的变迁,改变了传统的需求和供给关系。



11月7日,小红书创始人曾秀莲在第二届进博会“新消费——重塑全球消费市场的未来形态”论坛上发表演讲。

系。在这个背景下,国际品牌进入中国的路径正在被改变。

小红书上每天产生30亿次的图文笔记曝光,其中70%以上为用户创作。海量真实的用户分享笔记,让品牌能够了解一手消费者反馈信息,同时也能通过用户笔记、品牌号互动跟年轻消费者直接沟通。

全新的场景互动,让主打消费者关系的实用型品牌能够在消费者中迅速形成口碑,比如完美日记、钟薛高等年轻的国货品牌,而以植村秀、Drunk Elephant(醉象)等为代表高溢价品牌,也越来越看重在新场景下和消费者的关系。

90后、00后消费者习惯在互联网平台上分享自己的生活方式,表达自己的价值主张。发现好的设计、好的质感、不为人知的美好体验,并分享给其他人。“小红书这样的互联网社区就是为这些想要分享美好的年轻人提供一个表达的窗口,他们对美好生活的追求才是新消费在今天能够蓬勃发展的源动力。”曾秀莲表示。

新消费给国际新品牌带来新机遇

意大利快时尚品牌Brandy Melville今年在上海开了其在中国大陆的首家门店,吸引

了很多年轻消费者慕名打卡。这并非偶然,在正式进入中国之前,Brandy Melville在小红书上就有比较高的讨论热度。

该品牌因只做S码衣服而闻名,品牌旗下衣服单价都不高,有比较高的性价比。在正式进入中国之前,一些对年轻女生穿搭有影响力的明星,在小红书上分享自己的日常穿搭时,该品牌出镜率非常高。基于此,Brandy Melville进入中国后同步在小红书开了官方账号,直接把小红书上的品牌号当成了新品信息发布以及与用户互动的阵地。

在2018年入驻小红书的国际品牌中,包括了备受时尚界追捧的彩妆品牌Charlotte Tilbury、美国新锐护肤品牌醉象等品牌,它们都把小红书作为进入中国市场后入驻的首个平台。

欧莱雅首席用户官斯蒂芬·韦美特表示,“在小红书,我们能够直接聆听消费者真实的声音。真实的口碑,是连接品牌和消费者最坚实的纽带。”

今年10月,植村秀与宝可梦推出联名款,并在小红书商城“小红盒”全网首发。“小红盒”是小红书商城针对品牌方的首发新品特别定制的产品形态。通过在社区与用户的深度互动,用户主动产出“植村秀x宝可梦”笔记,推动宝可梦联名彩妆成为近期最受年轻消费者关注的彩妆系列之一。新消费趋势下,和消费者平等的深互动,已经成为品牌的通行法则。

实验越剧《小城之春》亮相 吸引传统戏迷也引来年轻观众

本报讯(记者 诸葛漪)由上海戏剧学院出品的实验越剧《小城之春》近日在长江剧场结束持续两天的三场演出,不仅吸引了众多传统越剧戏迷,也引来一批热爱话剧的年轻观众。

作为上海市一流研究生教育引领计划成果,《小城之春》是2019年表演艺术新天地委约作品,由上海戏剧学院2016级导演系MFA创作。剧作改编自1948年李天济编剧、费穆导演的电影,故事以战后破败小城里四个人的情感纠葛为中心展开。电影《小城之春》的创作背景有其时代特殊性,即战争对人民身心的摧残。而70年后,面对这部经典,无论是导演、编剧的二次创作,还是广大观众的再度品味,都能从中得到不一样的启迪。演出结束后,导演朱轶说:“愿诸君都能从中找到自己的春天。”

《小城之春》作为一部实验越剧,在保留传统越剧韵味的基础上,加入现代话剧元素和西方乐器演奏,并抓住长江剧场的封闭空间,让观众身临其境的小城。颇有江南韵味的水帘与现代投影技术巧妙交织,隶书字幕将越剧念白缓缓映照在帷布上,打造出疏影横斜、暗香浮动的典雅场景。全剧保留动人的越剧唱词,削减戏曲中的身段程式部分,代以话剧表演动作。四位来自上海越剧院的演员坦言,《小城之春》对他们是一种挑战,必须一改往常习惯的姿态和走台,以一种现代的表演方式来呈现平静下蕴藏的激变情绪。从高高在上的大舞台踏入小剧场,观众将更敏锐地捕捉到演员内心,对表演质感的要求也更高。许多第一次看越剧演出的观众说:“没想到越剧这么有魅力,没有想象中那么难懂。”唱腔设计者赵斌也表示,越剧有很大发展空间,希望借《小城之春》让更多青年人熟悉并赏识越剧。

江汉区政府携手上海三联书店 READWAY华中首店落地武汉

本报讯 武汉市江汉区政府日前与上海三联书店、上海悦到文化科技有限公司签约,三方达成战略合作协议,将上海三联书店READWAY华中首店引入武汉。签约三方将以首店为契机,进一步推动华中产业总部落地,争取在文化、科技方面加快实现沪鄂“人才、产业、资本”交流引入,在城市更新、文创研发和青年人才培养等方面深入合作。

上海三联书店创立精致生活方式品牌和内容发声平台READWAY,意为“阅读之道、成长之路”,承担起三联实体建设和IP开发业务,并先后落户宁波、北京、上海、西安等核心城市,成为这些城市文化生活新地标和“青年生活样板”。READWAY作为青年时尚文化的代表,已成为拥有多个行业头部品牌的IP生态产业集群,跻身中国文化创意行业头部品牌之列。

此次“文化”携手,武汉市江汉区政府结合自身特色,积极引入头部品牌发展首店经济,将进一步推动城市更新和产业升级。上海三联书店方面表示,希望READWAY架起沪鄂文化创新交流的桥梁,积极建设成为推动当地文创产业发展的中坚力量。



11月7日,小红书在第二届进博会期间,与多家国际品牌举行战略合作签约仪式。

打造上海互联网产业的新标签

10月25日,拼多多市值首次超过京东,成为仅次于阿里巴巴、腾讯和美团点评之后,中国第四大上市网络科技公司,多年来“上海出不了BAT”的论调顿时烟消云散。事实上,凭借开放、包容的商业环境,上海已经成为了新消费浪潮的策源地,而拼多多、小红书、哔哩哔哩、虎扑等一系列互联网新平台正通过创造新的消费场景,成为了新消费驱动力,为全球品牌在中国市场的拓展赋能。

成功开拓了下沉市场的拼多多成为重要原因,而拼多多联合创始人孙沁近期在乌镇接受媒体采访时指出,正是因为依托上海的各方面资源,拼多多找到了一条“城乡消费”的发展道路。“‘城乡消费’就是把

城市的商品交给农村的消费者,把农村的农产品交给城市的用户。”

对下沉市场来说,上海有大量商品品牌资源和成熟的供应链资源,可以为下沉市场的消费者带去更多的消费选择;反过来,上海市场又对新鲜、有特色的农产品有巨大需求,这就成为下沉市场农业生产者的机会。同时,上海的人才资源、技术资源使得企业能够创新发展模式,完成城乡消费对流的技术保障。

“上海的资源也成就了我们的。”作为一家诞生在上海的企业,小红书的创始人瞿芳指出,上海不仅有鼓励互联网创新的良好政策环境,而且有适合不同类型互联网企业发展的个性化资源。

瞿芳以小红书为例分析道:“大家都说上海是最时尚的城市,也是最有活力的城市。我们能在上海起步,就是得益于这些城市特征。小红书作为一个社区平台,我们最初的用户、最初的受欢迎的美好生活分享内容,都与上海密切相关。”