

观赏的不仅是樱花

——2019上海樱花节系列活动扫描

本报记者 洪伟成



作为“宝山市民美育大课堂”的第一课，樱花树下的“樱你而美”高定时装秀给市民带来了视觉冲击和美的享受。



上海樱花节主办方供图

“樱花红陌上，柳叶绿池边。燕子声声里，相思又一年。”3月15日，一年一度的上海樱花节在宝山区顾村公园开幕，这是“诗和远方”结合之后的第一个樱花节，文化和旅游牵手成为本届樱花节的鲜明特色。

文化导入，魅力倍增

樱花节为期一个月，宝山区文化和旅游局策划了6项、11场精彩纷呈的文化活动，包括春晓视觉、赏樱选魁、心心相“樱”、樱香雅韵、“樱”趣横生、“樱”你而来、“樱”有尽有七大主题，风味美食、休闲娱乐、自然探索、旅游购物、度假住宿五项配套，全面满足游客“吃、住、游、玩、购、赏、动”的需求，让他们在赏樱的同时领略文化魅力。

上海的赏樱之地颇多，如辰山植物园、世纪公园、嘉定古猗园等，但近年来名气最响的还是顾村公园。据了解，顾村公园种有樱花1200余亩，近90个品种、1.2万余株，在面积、品种、数量方面堪称上海之最。作为宝山区的一张文化旅游名片，上海樱花节始于2011年，已连续举办到第九届。根据园方统计信息，本届樱花节首日入园人数达28920人，大客流出现在樱花节开幕后的首个双休日，游客近26万人次，同比激增了1.7倍。

记者在园内四下一望，只见一对对青年恋人、一个个三口之家、一群

群老年朋友……在樱花树下笑逐颜开。“顾村公园的樱花节我几乎每年都来。”家住虹桥的邱阿姨说，“今年的活动内容明显更丰富了，我和老伙计们都觉得来一趟远远不够。”一群穿着同款服装的老人举着相机、手机四处找角度拍摄樱花，一位领队模样的老者大声告诉记者：“阿拉是黄浦骑游队的，今天一大早骑了两个多小时车才赶来。”

搭建舞台，混搭传统与时尚

上海文艺工作者在樱花节期间也格外忙碌。为进一步弘扬中华优秀传统文化，樱花节主办方安排传统文化导赏樱花节专场演出。上海评弹团团长高博文率团带去多首弹词开篇，给樱花节增添了几许江南文化韵味；在相声滑稽戏专场，上海滑稽剧团演员演出了上海说唱、独角戏，让樱花树下充满了欢声笑语。而最能体现樱花节文化含量的活动，当属中央广播电视台总台《中国诗词大会》命题者之一、华东师范大学教授方笑一讲述的“中华古诗词中的樱花和她的小伙伴们”，让游客在樱花林中感受古诗词的意境之美和传统文化的意蕴之美。

深受百姓喜爱的文化品牌“宝山星舞台”今年也将总决赛安排在樱花树下举行，让公共文化舞台上的“群星”与园内樱花交相辉映。3月24日，

20余个来自宝山区各行业的优秀群文作品先后登台，一展传统文化和海派风情，台上演得投入，台下看得尽兴。

“樱你而美”高定时装秀系列活动已迈入第三个年头。今年，主办方为樱花节带来了跨界混搭的时尚之美，在华服、亲子装、婚纱等多门类高定时装展示过程中，配合悠扬悦耳的丝竹管弦，使传统和时尚在烂漫樱花林中相映成趣。以宝山的钢花、浪花、樱花、文艺之花作为设计元素的彩色丝巾，不仅“点亮”了秀场舞台，也丰富了樱花林的色调层次。

打造品牌，引领文旅创新发展

3月23日，2019年上海市民文化节暨文化服务日在全市范围内启动，在文化服务日的宝山专场活动中，“樱”味有你——宝山非遗樱花伴手礼限定版正式发布。从杨浦区赶来的陆小姐买了一份，打开别致的包装，看着以三朵“樱花”呈现的宝山特色美食四喜凤糕、鞋底年糕、天花玉露霜，她说：“这份伴手礼太精致了。我父母年纪大了，不便去樱花节凑热闹，带一份有樱花元素的非遗产品回去，也算弥补了老人来不了现场的遗憾。”

宝山区文化和旅游局工作人员施瑞告诉记者，将非遗文化及衍生产品注入旅游，能增添游客的获得感和满意度，这是文旅融合的一次新尝试，今后将逐步推向市场，让更多人

通过品尝美食了解宝山的非遗文化。3月23日、24日举行的“樱”有尽有——2019宝山区非遗集市系列活动，展示了具有宝山特色的传统美食、传统技艺、传统医药等20多项非遗项目，如罗泾十字挑花、罗店彩灯、月浦竹编、高境布艺堆画等，给观众带来了逛市集、学技艺、品美食等别具特色的文化体验。

上海格物文化发展研究院院长符湘林认为，新时代人们对文化和旅游的需求已经从“有没有”上升到“好不好”，相应地，应把更多优质的文化资源转化为精彩的旅游资源。“两者要相互渗透、相互影响，引导文化旅游产品和市场的高质量发展。从这点来说，我很看好上海樱花节。”符湘林说。

文化具有“滋养心灵、涵育德行、引领风尚”的功能，绽放在宝山土地上的朵朵樱花，在这个春日里不仅带着大自然的气息，也传递着浓郁的文化气息。宝山区文化和旅游局局长王一川表示：“今后宝山将按照深化体制改革、文旅融合发展的要求，逐步构建公共文化、文创产业和公共旅游三大服务体系，努力打造以邮轮旅游为特色，集生态游、文化游、工业游、都市游、乡村游于一体的全域旅游体验区，努力提升宝山文化品牌的影响力，引领文化旅游的创新升级，不断满足人民群众日益增长的美好生活需要和新期待。”

『互联网+』正在改变欧洲主流拍卖行运作方式

本报记者 宋佳恒 编译

在欧洲，艺术品交易不断创造纪录，这些屡屡登上头条新闻的交易背后，隐藏着欧洲大陆艺术品拍卖领域正在发生的、不太引人注目却影响深远的技术动荡。日前，外国媒体对欧洲10家拍卖行进行调查后发现，在线拍卖已经成为欧洲主流拍卖行扩大客户群的关键。

提及艺术品在线拍卖，不少人会首先想到the-saleroom.com、Invaluable、Liveauctioneers等在线拍卖平台。随着艺术品在线交易需求的不断增加，欧洲拍卖行纷纷试水在线拍卖，被调查的10家拍卖行几乎都涉及或计划引入在线拍卖相关业务。

奥地利维也纳的著名拍卖行多禄泰拍卖行创办于1707年，拍卖范围极为广泛，从汽车到古董到当代艺术品，可谓包罗万象。据统计，该拍卖行每年举办的700场拍卖会中，目前已有70%仅在线上进行，在线拍卖成为该拍卖行未来发展的首要方向。

德国慕尼黑的科特艺术拍卖行创办于1954年，拍卖19世纪至今的各种艺术品，以德国艺术品为主。该拍卖行从2007年开始进行在线拍卖，并于2013年创建了自己的在线交易平台，是全球范围内最早推出在线拍卖业务的拍卖行之一。“我们很清楚互联网代表了艺术品拍卖的未来。”科特艺术拍卖行首席执行官罗伯特·科特表示，“因为物流和拍卖手册等成本的提升，拍卖行无法提供更多的拍卖品，而在线交易恰好可以填补这一空白。”科特艺术拍卖行未来还会持续扩大在线交易活动，并于近日宣布推出艺术咨询服务。

艺术品在线拍卖也反映出零售行业在欧洲的发展趋势。欧盟统计局数据显示，欧洲在线购物的人数不断增长，荷兰、英国和瑞典约80%的消费者参与了在线购物。去年，欧洲电子商务销售额超过6000亿欧元，在线购物的特殊性让越来越多的消费者习惯跨境购物，而这一点也适用于拍卖行。

“如果我们还不明白这一趋势将威胁到拍卖行的正常运作方式，那么我们将会成为失败者。”位于丹麦哥本哈根的布鲁恩拉斯玛森拍卖行首席执行官雅各布·杜邦说，布鲁恩拉斯玛森拍卖行是丹麦历史最悠久的拍卖行，专注北欧艺术品拍卖。近年来，在线交易帮助该拍卖行成为北欧拍卖市场的领先者，该公司目前的商品出口额已经超过全部销售额的2/3。“我们已经从丹麦的拍卖行转变为全球的拍卖行。”雅各布·杜邦说。

与线下拍卖不同，仅在线上交易的产品往往更倾向于低端市场，希望以此吸引那些不会到现场参与拍卖活动的客户。瑞士苏黎世著名拍卖行科勒拍卖行拥有自己的在线拍卖平台，线上拍卖产品多为葡萄酒、时尚产品等。布鲁恩拉斯玛森拍卖行也在其线上平台推出丹麦设计师家具、邮票、红酒、硬币等商品，同时致力于改善服务，提升线上顾客消费的便利度。专

注于波兰艺术品和古董的波兰华沙乌尼昆拍卖行希望开发波兰设计和漫画领域的市场，进一步扩大其国际客户的范围，并在今年推出了一款新的在线竞标应用程序，计划年内开始在线拍卖业务，其在在线拍卖商品也集中在低端商品领域。

虽然有少数拍卖行对是否引入在线拍卖业务犹豫不决，但也坚决加入了“互联网+”的队伍。法国巴黎艾德柏拍卖行相关负责人表示，现场拍卖仍是该拍卖行的核心业务，但也计划在今年推出一个新的在线拍卖平台。瑞士伯尔尼的科恩菲尔德拍卖行今年正在开发具有在线拍卖功能的全新网站，希望在保持低成本的同时适当引入数字技术。但他们认为，低端产品在在线拍卖中具有更大潜力，而该拍卖行却一直致力于高端艺术品的拍卖活动，这也是他们对在线拍卖持迟疑态度的主要原因。德国柏林的维拉格里斯巴赫拍卖行目前尚未推出在线拍卖，该拍卖行发言人莎拉·巴斯库尔表示：“我们不断在思考这个问题，这是一个发展模式的问题，我们需要首先确保在线拍卖能够成为现场拍卖真正有力的补充，并能为我们吸引到新客户。”

产业观察

新文创 新实验

本报记者 周志军

去年4月，从“科技+文化”的企业发展角度出发，腾讯首次提出了新文创战略，表达了希望更深度参与中国文创发展的新愿景，并将新文创概括为一种围绕文化IP展开的系统性发展思维。“经过近一年的探索，我们发现，文化价值和产业价值的良性循环不仅可以实现，而且有非常多的实现形式。”在3月24日举办的UP2019腾讯新文创生态大会上，腾讯集团副总裁、腾讯影业首席执行官程武表示，“许多新文创成果，正在赋予我们信心。”

当天的大会还邀请到了故宫博物院院长单霁翔，著名作家、编剧麦家，芬兰Supercell公司联合创始人兼首席执行官埃卡·潘纳宁，乐高集团创意玩乐实验室高级副总裁汤姆·唐纳森等中外知名文创人士参加，他们分别从各自领域出发分享了数字

时代背景下文创产业发展的新思路和新期待。

作为最具影响力的中国文化IP之一，故宫在数字时代如何用新文创的方式跨越时间、打开传统文化的世界？单霁翔表示，首先要解决文物环境治理、文物安全保护、文物对大众的奉献这三方面的问题；其次，不仅要在现实中做到对文物的保护和开放，还要推出精品数字文创内容，让大众在浸入式趣味互动中理解优秀传统文化；最后，要主动与网络社交媒体、影视综艺跨界结合，用年轻化的语言推广优秀传统文化，使其成为最具流量的公众话题，吸引年轻人去关心、热爱、参与优秀传统文化的保护与创新。

程武对此深有感触，他把近一年来腾讯在新文创方面的各项探索和

尝试称为一场面向未来的文化生产新实验。为了做好这场实验，腾讯汇集了影视、文学、游戏、动漫、音乐等众多内容业务，并调用了“云”“AI”“小程序”等数字化技术工具，与故宫博物院、敦煌研究院等文博机构开展了深度合作。比如，与故宫博物院合作推出“古画会唱歌”，将北宋画家王希孟的《千里江山图》与音乐、视频进行了生动融合，该作品在网上推出不到48小时，收听量就超过3400万，甚至有粉丝把它改编成了流行街舞；与敦煌研究院合作推出“敦煌诗巾”互动小程序，用户可以在敦煌八大主题元素和200多个壁画细节元素中选择素材，“DIY”敦煌藻井图案并用图案制作丝巾。此外，还基于人气国漫《一人之下》推出“人有灵”概念潮牌服饰，让年轻人把道家文化直接“穿”在身上，首批产品一上架就被抢购一空。

“曾经曲高和寡的传统文化以新潮姿态重新出现，进入年轻人视野且备受欢迎，这说明优秀传统文化不仅能‘活’起来，也能成为内容创新的重要源泉，推动文化产业走上高质量发展之路。这正是我们所希望的——与文博机构合作，用现代科技活化优秀传统文化IP，将其植入影视、动漫、游戏、音乐中，创作出令人耳目一新的文创产品，以寓教于乐的方式吸引更多消费者。”程武说，经过一段时间的实践和探索，新文创已令文化产品的生产与消费关系发生了改变，从线下到线上，从文化机构、设计团队、用户到生产厂商，文化产品的生产和消费关系正被重建，这不仅进一步提升了讲故事的能力，也重塑着讲故事的方式，讲出让世界听得懂、也喜欢听的中国故事，一批优秀的国产影视、

文学、动漫、游戏作品正快速走向全球市场。

可以说，新文创的时代使命就是助力讲好中国故事、实现文化自信，但它又不仅仅是中国的新文创，也是世界的新文创——向世界充分展示中国数字文化发展的新模式。麦家在以《一书一世界——如何向世界讲好中国故事》为题的大会演讲中表示，当代中国丰富多彩的生活形态，为作家们提供了讲好中国故事的丰富素材，不少中国优秀作家的艺术探索及成果已冲到世界文学前沿。

为什么讲述中国故事的中国文学能越来越多地被世界认同？麦家认为，一方面是因为中国日渐增强的国力，让文化输出成为可能；另一方面，是因为优秀的东西方文学都具有一个共同的母题——人性。如同新文创生产一直强调的要“有爱心、有匠心”，在麦家看来，一部文学作品要走向世界，需要作家走入人心，以最诚恳的姿态去挖掘人性的深度，写人的命运故事。文学归根结底是关乎心灵的事。

此外，打造新文创还必须要有足够的、优秀的想象力。“当我们自问‘未来是什么样子’的时候，要同时追问‘我们的子孙后代将如何创造未来’。”汤姆·唐纳森说，“孩子之所以代表着未来，不仅是因为他们的成长性，更在于他们深具开放性的想象力和创造力。”据他介绍，乐高目前正尝试将乐高玩具与数字技术相结合，探索以增强现实技术延伸实体玩乐体验。游戏所提供的创造力其实不仅限于儿童，在这个充满新技术的新世界里，文创从业者应该像孩子那样，充分发挥想象力，寻找那些走向未来的新思路和新机会。

云南网络零售额突破779亿元

农村电商加速发展

据新华社消息（记者林碧锋）云南省市场监督管理局发布的最新数据显示，云南省网络交易规模持续增长，去年全省网络零售额达779.41亿元，同比增长44.73%，较全国高出21.78个百分点。其中，实物网络零售额为487.30亿元，同比增长41.91%；服务型网络零售额为292.11亿元，同比增长49.69%。

据介绍，截至去年12月底，纳入“云南省网络交易监管系统”的网络市场主体达27330户，同比增长12.5%，其中私营企业达19610户，占71.8%；第三产业市场主体达21745户，占79.6%。同时，农村电子商务

加速发展，目前，云南与阿里巴巴集团合作建成34个县级农村淘宝服务中心、1490个村级服务站，覆盖近3000个行政村；与京东集团合作在9个州市开设农特产馆，建成53个县级农村电商服务中心、84家京东帮服务店，覆盖4200余个行政村。“电商产业已成为云南农村发展的新亮点。”云南省市场监督管理局有关负责人说，近年来，云南建立政府推动、市场引导、企业运作和群众参与的机制，全面推进电子商务发展和电商扶贫工程，电商应用企业持续增加，多元化发展态势明显。

“通武廊”旅游路线 连接京津冀17个景点

本报讯（驻河北记者李秋云）3月22日，“抖动京津冀 畅游通武廊”2019年北京通州、天津武清、河北廊坊精品旅游线路推介活动在河北永清举办。

近年来，京津冀旅游协同发展框架下，京津冀各景区改变了以往单打独斗的局面，三地充分整合资源，实现了旅行社、民宿、景区的资源互通和信息共享。此次活动重点推介了“情系运河，赏花踏青”之旅、“穿越古今，探索未来”之旅、“中西合璧，购物天堂”

之旅3条精品旅游线路，包含林栖谷森林温泉度假村、中信国安第一城、大厂影视小镇、梦东方·未来世界航天主题乐园、大运河漕运码头、南湖绿博园、佛罗伦萨小镇、大运河森林公园、三庙一塔等17个旅游景点。

为了扩大“通武廊”旅游资源的宣传效果，此次推介还同步启动了“抖动京津冀 畅游通武廊”抖音官方账号，邀请旅游达人、网络红人对“通武廊”旅游线路进行推介，以提高其知名度。

