



松江区委区长陈晓军(右一)在带货智能跟屁虫 90 分行李箱



闵行区副区长吴斌直播带货的布鲁可积木



汪泓带货的老香斋

# 上海好设计炼就“品质生活”

## ——“五五购物节”直播背后的那些事

◆ 琳恩

七宝古镇真有“七宝”，在主播的解说下，糖画、糖葫芦、面塑、剪纸、龙凤字 5 项非遗文化手艺人济济一堂，市民在现场、线上体验“非遗”背后故事的同时，也被个性化的全新非遗产品设计深深打动。通过现代语言的创新再造，传统文化和本土文化正以浸入式体验融合到人们的日常生活和消费之中，成为上海海派品质生活的一部分。

从紧锣密鼓的精心筹划准备，到持续一周的接力直播，线上线下密切联动，台前店内好戏连连、精彩不断，上海老字号、潮流商品、文创产品、艺术家装、文旅演艺、美妆美妆轮番登场，强势来袭让人们看到了正在加速推动新型消费、升级消费，形成新消费理念的上海国际“设计之都”形象。

而在一系列的新形态直播“带货”的背后，厚积薄发的上海设计创意实力无疑成了最有力的抓手之一。

### 一区一特色，设计为“特殊主播”带货赋能

在“五五购物节”上，一个亮点是上海不少区乃至不少街镇的领导亲自上阵，化身网红主播，强势带货。

在七宝把“非遗文创集市”搬到线上之前，闵行区副书记、区长陈宇剑就在五一长假期间走进七宝老街的抖音直播间，为闵行购物节打 CALL。而副区长吴斌的直播带货首秀，使 2200 组面膜几分钟内近乎抢购一空。当然，人们对这位“首席带货官”印象更深刻的是，他在另一场直播中现场示范出自闵行区的一系列“黑科技”设计。

比如，斩获美国“最强大脑奖”的 Brain Toys 大奖、CES 创新大奖的 Botzee 智能机器人，就是“首席带货官”眼中的“科技担当”。通过编程操控，在直播镜头前，吴斌让机器人分分钟变身智能垃圾桶，按照一系列编程指令完成移动与感应动作。而另一款历时近 10 年研发，经历 6 代技术改进的智能猫眼叮咚 mini2S，能通过手机监控家门，解决小孩子、老人独自在家时遇到陌生人敲门时看不到门外状况的问题。

不仅是闵行出产科技含量十足的新设计，由松江区副区长陈晓军带货的智能跟屁虫 90 分行李箱，能跟着主人一起跑。1 秒钟指纹解锁的行李箱，设计创意之精妙也让人咋舌。用陈晓军的话来说，这样的设计堪称箱子里的战斗机。

杨浦区区长薛侃以不输年轻人的体魄，现场演示号称“跳绳界 KTV”的“跃动智能跳绳”设计的妙趣，16 秒跳了 28 次，与绳子“连接”的 APP 给他打了 83 分。

青浦区副区长倪向军，为知淳智能茶艺机吆喝，通过模仿茶艺师手艺的设计，这款产品的设计能保证繁忙都市人一按一扫，就能轻松喝到一杯好茶，大有取代茶艺师之势。

而正致力建成全球具有影响力的农业人工智能产业创新示范区的金山区，则在直播中主打农业机器人和无人机。金山副区长张权权介绍，金山区研发的三大系列农业机器人全面覆盖农业全过程；大白鲨系列纯电动垂直起降无人机作为国内首架参与 2020 年

“上海设计周”2018 PACC 非遗再造百鸟林



当下，“五五购物节”的重头戏之一“品质生活直播周”正在隆重上演。

疫情使上海各界众志成城、共同“战疫”，也激发了上海文化主动适应新业态、新模式，危中寻机，化危为机的活力，更让人们意识到发现、提升品质生活的重要性。以线上带货联动线下实体购物体验，不断提振高品质经济消费，促进消费回补和潜力释放的“五五购物节”便是其中最典型的例子。

——编者

杨浦区区长薛侃直播带货的跃动智能跳绳



海上文创



鼠年春晚表演的固定翼无人机，其设计和功能都得到了验证。

在“黑科技”的设计大作之外，上海本地特色产品也在经过重新设计包装之后，焕发出勃勃生机。除了上海国际饭店的蝴蝶酥，其实，出自老香斋的蝴蝶酥也堪称一绝，成为宝山区非物质文化遗产的美食代表。近日，宝山

区委书记汪泓就来到老香斋“裕海食品专营店”直播间，品质，下单蝴蝶酥、鸡仔饼、一口香等拳头产品。而这些美食经过外包装，已经成为送人得体、具有纪念意义的畅销伴手礼。宝山区区长陈杰化身成为“段子手”，在朋友圈里用热情犀利的语言为四喜凤糕等非遗美食带货，为用新形式推广本地的非遗传

承和创新产品打出了一套直播、社交“组合拳”。

无论是出色的“未来感”设计，还是本地的老品牌个性化创新，不仅使上海购物因为文化、科技内涵收获大批粉丝，也让人们见识到上海设计的潜在实力。

### “大文化”厚积薄发，设计之都造就品质消费

实际上，“五五购物节”的一系列带货直播，远不只是以往单纯激起“剁手一族”“买买买”的购物欲如此简单。让商家“夺回 100 天”、让消费者“重过一个年”，新品爆款源源不断的背后，是对上海作为国际设计之都的设计能力、服务能力、创新能力的综合大考。直播带货屡创佳绩的背后，则对应的是上海城市治理能力的与时俱进，以及孕育培植多年的“大文化”、“大文创”产业实力的厚积薄发。

就像一些设计师所说的，“疫情在很大程度上改变了人们的生活理念和消费观念。”以往为买而买，攀比式、炫耀式的物欲和购买欲已经逐渐在理性的照拂之下逐渐消退。上海消费者向来给人留下“精明”的印象，为什么买，怎么买，如何买到更优惠、更优质的产品，购买的意义、内涵成为上海消费者在选择下单时更为关注内容。

而这一刻，正是上海孵化、培育多年的设计创新人才、产业再度崭露头角，发挥能量之时。

在上海，各大高校的设计、创意专业以国际化的高度、包容并蓄、海纳百川的海派思维，培养大批视野广阔、脚踏实地的优秀创意人才。比如，同济大学设计创意学院不仅与国外设计界交流频繁，而且也鼓励学生投身于新农业产品设计和本土设计。再比如，上海大学美术学院 PACC，不仅承办中国非遗传承人研修研习培训计划，而主动牵手设计师、青年人才与非遗传承人牵手，以现代设计的语汇合力创新非遗工艺，为非遗再度走向人们的日常生活树立了标杆，积累了经验。

另一方面，上海各区纷纷以设计、创意为抓手，吸引设计人才，结合本地特色，创立孵化园区，以优惠的政策和扶持待遇，着力培养和鼓励设计创新。比如，前文提到的智能猫眼叮咚 mini2S，其研发公司就扎根于闵行的一家知名文创园区多年。

而通过设计之都的号召力和吸引力，各种国际重量级设计展览也在近些年纷纷进驻、落户上海，“设计上海”、“米兰国际家具展”以及本土的“上海设计周”、“中国国际家具展”同城竞展，在交流展示和研讨的过程中不断提升上海本土的设计创新高度。

不仅如此，上海的博物馆、音乐厅、文化购物场所等文旅地标，也牢牢把握时代机遇，以自身文化底蕴结合上海的“海派文化”、“红色文化”、“江南文化”，借助上海的人才、研发实力，推出不俗的文旅产品，获得海内外旅游消费者交口称赞。

国潮奔涌、文旅繁荣，“黑科技”当道，本土特产再现年轻活力，正是多年来，社会各界多方的努力，造就了如今上海“大文化”格局下，“大文创”产品，设计实力的厚积薄发和欣欣向荣。