

现代戏剧谷 爵士音乐节 咖啡文化节

三节“汇”今落幕

搭上车身喷绘着“静安·现代戏剧谷”的戏剧巴士，从静安文化馆出发，途经静安公园，来到安义夜巷……在跑出“戏剧路线”的巴士上，可以公益价购买来自意大利戏剧大师皮普·德尔邦诺的戏剧《喜悦》或罗马尼亚锡比乌国家剧院的《谁害怕弗吉尼亚·伍尔夫？》的当晚演出票；还能参与化妆游戏、现场直播等活动。跳下车，则来到嘉里中心广场，品尝进驻静安的蓝瓶咖啡，身旁还会出现会在爵士音乐节上亮相的中外爵士乐队……夜晚，进入剧场，感受中外名家名团演绎的人间温度。

以“汇”为主题的“静安·现代戏剧谷”与“浓情静安·爵士春天”音乐节及静安世界咖啡文化节，今年首次融为一体三节“汇”，今晚将在壹戏剧大赏颁奖典礼上揭晓最佳男女主角、导演等奖项后闭幕。

4月20日至5月8日举行的“静安·现代戏剧谷”名家名团展演；4月28日至5月3日举行的“浓情静安·爵士春天”音乐节；4月29日至5月3日举行的静安世界咖啡文化节……戏剧再现的古往今来人间真情；音乐弹拨的四海之内悸动心弦；咖啡飘逸的穿越时空心香一瓣……都是国际静安的高品质生活的点点滴滴。如今，点滴艺术汇聚成人民节日，三合一，意味着4月20日至5月8日，戏剧、音乐与咖啡的视觉、听觉、嗅觉、味觉和触觉的艺术大赏，成为上海乃至全国最具集中效应、叠加成果的综合性节日。

“静安·现代戏剧谷”展演举办期间，有23部73场次演出登台亮相，另外在公共空间的演艺活动，有300场次以上。由静安区政府、上海文广演艺集团和上海戏剧学院联袂主办的“静安·现代戏剧谷”，既具有艺术高地的引领性，又十分接地气。荷兰国宝级爵士女歌唱家劳拉·费琪则点亮了爵士音乐节的高光时刻。咖啡文化节不仅是唇齿间的品味，也是与爵士音乐和戏剧的融合。根植静安的国际知名咖啡品牌，甚至还会以“戏剧味”“音乐味”的“首秀首推”，让人耳目一新。

为C919大飞机制造零件的像航科技，为此次咖啡节特地推出了“无介质全息咖啡机”——就好比电影《不可能的任务》中汤姆·克鲁斯的操作：凭空对着空气中的光圈点击按钮，就可以完全自助地“打”出一杯咖啡。整个过程完全不碰触任何物理表面，其全息界面加上机械臂的操作，可以实现24小时服务。这一服务不仅令人惊喜，还预示着文化与科技，顺应数字时代发展和以人为本的必然结果，甚至，这个制作咖啡的过程本身也充满戏剧性。

现代戏剧谷的名家名剧展演票价以政府补贴方式，给予观众实惠——最高补贴票价的30%，并明确标注在票面上。而咖啡文化节则以发放折扣乃至免费券的方式，让人人感受到“全球咖啡店最多的城市上海和全上海咖啡店最密集的商圈南京西路”的带着馨香的拥抱。每平方公里分布着57.9家咖啡馆的南京西路商圈，走一路闻一路咖啡香；2021年全市咖啡交易额位列第一的是静安寺商圈。

上海城市形象，由人民节日和日常生活勾勒。在三节“汇”的日子里，上海更加好看、好听、好闻、好玩。

本报记者 朱光



户外展演 陈孝明 摄



中外戏剧大赛落幕 图11P

为孩子搭起美育舞台

本报讯（记者 赵明）昨天，“中国儿童青少年戏剧艺术普及推广中心上海市静安区推广中心”授牌仪式在静安区文化馆举行，2023上海市民文化节、上海·静安现代戏剧谷“市民剧场”中外家庭戏剧大赛也画上圆满句号。

本次中外家庭戏剧大赛自3月15日正式启动以来，共收到2000余组来自上海及全国各省市的中外家庭踊跃报名，报名家庭数量再创新高。经专家评审，有107组家庭荣获2023中外家庭戏剧大赛“美好戏剧之家”称号，综合网络点赞和专家打分，最终评选出“十佳人气戏剧之家”“十佳创意戏剧之家”“十佳默契戏剧之家”“十佳表演戏剧之家”“十佳美好戏剧之家”和优秀组织奖。

借着如火如荼开展的中外家庭戏剧大赛与新授牌的“中国儿童青少年戏剧艺术普及推广中心上海市静安区推广中心”，静安区将继续依托国家资源，挖掘区内优质戏剧培训力量，搭建属于儿童青少年的可参与、有收获的美育大舞台，以戏剧之光点亮全城，以多样戏剧呈现丰富多彩的美好生活，不断深化“美在静安”公共文化圈建设。



“静安·现代戏剧谷”的户外演艺活动 陈孝明 摄



上博大展昨晚落幕 本报记者 王凯 摄

让世界看到中国 在中国看到世界

艺术之都，这次大展的成功，其实是国家经济实力和城市功能再加上博物馆人的专业能力的综合使然。他希望，有一天能够带着中国艺术走向世界，也可以开展98天吸引42万西方观众观摩，为这份愿景，我们还需要做很多工作。

本报记者 乐梦融

上博大展7个“之最”

- 1 本次展览展期98天，共开设50次夜场，创下上博夜场开设数量之最。
- 2 观众总人数超过42万，创下全国博物馆单个收费展览观众数量之最。其中60%以上为女性；50岁以下观众占85%，10~30岁（Z世代）占40%；50%以上观众来自外省市，境外观众近6000人；60000余名观众观展两次以上，占比约15%。
- 3 展览推出大师、大艺术家和印象派三大系列的线下文创产品共200余种，销售额超过2400万元，创下国内单个特展文创销售额之最。
- 4 展览图录售出超过2万本，有5%的观众买了图录，创下上博展览图录销量之最。
- 5 展览开幕首日即位居中博热搜榜“十大热搜展览”榜首，媒体传播总阅读量突破4亿，上博新媒体矩阵阅读量突破1亿，创下上博特展宣传覆盖面之最。
- 6 开放期间，为保障观众有序参观，我们面向社会、馆内招募志愿者支援一线服务工作，志愿服务人数共计超过900人次，创下了上博特展志愿服务人数之最。
- 7 展览期间共举办艺术影像导赏120余场，观看影片的观众近1万名；夜场期间推出“社会大美育”课堂，为学生团队提供艺术教育导赏，同时开展系列专题讲座，共有近4000人次参与，创下上博导赏类活动参与人数之最。

本报记者 乐梦融