



打响上海文化品牌

开创国际文化大都市建设新局面

100个最佳上海文化品牌今发布

哪些文化品牌最具影响力? 哪些文化品牌在海外传播广泛? 哪些文化品牌最受市民欢迎? 今天, 100个“最佳”上海文化品牌, 在率全国之先的上海文化品牌大会上公布, 同时还有20家单位获得优秀组织奖。100个“最佳”上海文化品牌的创建过程和宣传推广, 本身也是对大会主题的诠释: 建设习近平文化思想最佳实践地, 打造具有世界影响力的上海文化品牌。

上海文化品牌大会, 旨在开创国际文化大都市建设新局面, 立足上海、服务全国、面向世界, 采取政府指导、社会办会的方式, 打造具有世界影响力的上海文化品牌。上海

文化品牌大会, 也是一个让文化品牌资源充分集聚、成果充分展示、经验充分交流的平台; 还将定期发布文化品牌最新成果, 推动文化品牌合作交流, 促进文化品牌工作创新, 让文化更好地渗透城市肌理、融入市民生活、赋能城市发展。

在上图东馆举办的大会, 内容上分为两大板块。今天举行的大会首先以视频方式, 迅速发布2022—2023年“上海文化”品牌工作创新案例百例, 随后入选案例代表进行了生动、丰富、多样的经验分享。分享经验的代表, 不仅仅是100个“最佳”文化品牌的“代言人”, 也对标了上海文化品牌的人选标准。由

市委宣传部扶持、推广的上海文化品牌, 旨在贯彻“上海文化”——红色文化、海派文化、江南文化, 以及“上海服务”“上海制造”“上海购物”“上海文化”四大品牌建设。与此同时, 入选品牌, 首先导向正确, 其次机制创新, 再者内涵丰富, 并且特色鲜明, 还要影响深远……而且, 它们不仅来自宣传系统内, 也来自社会各界——连年根植传统又融入时尚表达, 乃至今年都办到了法国巴黎的豫园灯会, 自然颇受关注。打破次元壁、创造文化和经济价值的上海博物馆, 无论是在人民广场馆还是东馆, 如今已经到了办什么展都可以吸引男女老少的“境界”, 况且还始终坚持“何以中

国”“对话世界”两大办展理念, 让观众在参观过程中领悟到“何为中国人”“如何对话世界”。而国际传播如今也是一个不断发展中的课题, 如何形成具有世界影响力的文化品牌, 还要听外宣办说……随后, 武汉大学党委常务副书记沈壮海、复旦大学文科特聘资深教授葛剑雄, 围绕大会作了主题演讲。

会场外, “建设习近平文化思想最佳实践地, 打造具有世界影响力的上海文化品牌”案例展同期举行。该展览以十二个专项行动为脉络, 选取具有示范引领意义的创新案例进行图文、数字屏幕、陈列装置等创新融合的形式充分展示。本报记者 朱光

创造日常生活的诗意与美好

——对话上海文化品牌大会专家评审郑崇选

上海文化品牌大会召开之际, 本报记者专访上海文化品牌大会专家评审、上海社科院文学所副所长郑崇选, 请他就“文化品牌要创造日常生活的诗意与美好”这一话题发表看法。

问: 文化品牌与市民生活有什么联系吗?

答: 只有与日常生活充分融合, 并且切

实地回应和满足民众多样丰富的文化需求, 文化的品牌培育与成长, 才可能具有勃勃生机与常新魅力。上海市市民文化节的品牌之路, 对于文化品牌的打造, 提供了很好的借鉴与启示。

问: 为什么说上海市市民文化节已经成为重要的文化品牌?

答: 今年市民文化节的主题聚焦“人民

城市 人人出彩”。认识美、体验美、展示美、创造美, 以文化人、以美育人, 全民美育赋能上海市市民文化节进一步提升品质, 不仅在上海家喻户晓, 在全国也早已打响知名度的市民文化节确实已经成为重要的文化品牌。

问: 上海文化品牌打造的关键点在哪里?

答: 上海文化品牌打造, 既要不断充实

滋养已有的文化品牌, 传承上海优秀的历史文化传统, 更为重要的是创新和发展, 准确把握广大市民群众对高品质美好生活的需求特点, 在日常生活中提取文化品牌得以成长的内在基因, 不断提升上海城市文化软实力。

问: 最近您觉得哪部文艺作品能成为上海文化品牌?

答: 《繁花》, 一部剧点燃一座城。该剧生动细腻的风格化影像中, 洋溢着海派文化的独特神韵, 似乎只可意会, 但又让人沉醉其中, 成为优秀原创IP推动城市文化软实力的最佳范例。本报记者 朱光



马石油携手2024 Student Voices 举办F1车手刘易斯·汉密尔顿见面会

【2024年4月17日, 上海】Student Voices x 马石油F1车手见面会在世界一级方程式锦标赛(F1)中国大奖赛前夕正式拉开帷幕。活动特邀F1世界冠军车手刘易斯·汉密尔顿(Lewis Hamilton)来到现场, 与2024“Student Voices”英文演讲比赛团体赛中脱颖而出的三组学生展开互动与对话, 共同构建和畅想可持续美好未来的理念与实践。



自2010年以来, 马来西亚国家石油公司(PETRONAS, 简称“马石油”)一直是梅赛德斯-AMG马石油F1车队的冠名和技术长期合作伙伴。作为车队油液技术合作伙伴, 马石油先进的油液技术为车队连续八次斩获车队冠军(2014—2021)和连续七次夺得车手冠军(2014—2020)作出了重大贡献。

本次活动以“驱动绿色未来, 赋能少年之声”为主题, 三组优胜学生团队依次展示了他们以未来可持续发展理念及实践为核心的绿色学校和社区改造计划, 这与马石油企业社会影响力三大支柱之一——“播种未来”不谋而合, 即引导年轻人认识到生物多样性保护和可持续生活的重要性。

马石油北京代表处首席代表李焱女士表示: “在马石油, 我们热衷于推动进步, 为所有人创造更美好的未来, 这包括使业务所在地的社区更具适应性及韧性, 并为建设一个更宜居的地球作出贡献。我们与‘Student Voices’的合作不仅在吸引年轻一代加深对未来可持续发展的认知方面发挥了至关重要的作用, 更在他们深化对于集体责任的共同理解时提供了积极的助推力量。”

今年是F1时隔5年后再次回归上海, 也恰逢F1中国大奖赛20周年。以此为契机, 今年的“Student Voices”英



文演讲比赛特别增设团体赛, 鼓励青少年们通力合作, 在携手完成绿色学校和社区改造计划的同时, 深化他们的团队意识, 培养团队协作能力, 并让他们有机会与梅赛德斯-AMG马石油F1车队车手刘易斯·汉密尔顿就团队的改造计划进行深入的对话。

刘易斯·汉密尔顿表示: “能看到这些学生对于可持续生活的热情和激情真的太棒了。正如在F1的比赛中, 团队的默契配合是胜利

的关键。三组学生共同努力、相互支持的过程, 让我感受到了相同的力量并为之动容。”

Student Voices是由新民晚报社区版主办的青少年英语演讲比赛项目, 马石油连续三年以官方合作伙伴的身份参与。未来, 马石油将继续坚守低碳和可持续发展的理念, 将其融入企业的日常运营和发展战略中。同时积极履行企业社会责任, 通过“知识赋能”“改善生命”“播种未来”企业社会影响力三大支柱, 致力于回馈马来西亚国民及业务所在地的国家与地区。

