



当一项赛事发展为一个节日

杨洁



新民眼

23辆F1赛车安全抵沪,所有车手悉数登场,参加第一节练习赛和冲刺排位赛……今天,世界一级方程式锦标赛(F1)重返上海,燃擎开赛。2024上海汽车文化节同步开幕。上海,再度吸引全世界的目光。

今年是F1中国大奖赛20周年。回首20年前,上海国际赛车场自修建之初,就受到全球瞩目。“上”字形赛道取自“上海”之名,又蕴含“蒸蒸日上”之意。这是一条专门为F1比赛而建造的国际汽联A级标准赛道,也是一个奇迹——中国建设团队克服不利地质条件,在短短一年半时间里就高质量完成建设,打造了世界上唯一一条建造在软土地基上的F1赛道。

2004年9月24日,首届F1中国大奖赛举行。在9月26日决赛当天,14.6万观众伴着20辆代表最尖端科技的赛车,度过了一个前所未有的F1周末。

巴里切罗夺冠、阿隆索加冕、舒马赫F1生涯中的经典战役、汉密尔顿的统治级胜利、F1历史上的第1000场比赛……上海以巨大的热情拥抱F1,F1也在上海留下了无数精彩瞬间。自此,上海有了一张金光闪闪的城市名片。世界级体育赛事的举办,展示了一座城市的综合实力,也展示了一个国家的开放胸怀。

赛事的魅力,催动着梦想的萌芽。比如,2004年F1中国大奖赛,年仅6岁的周冠宇现场观摩,上赛场K看台24号座,是他赛车之梦启航的地方。如今,24号观众成为了24号车手。

难以忘怀的城市记忆,也在无数人心中

铭刻。比如,已举办15届的上海汽车文化节,活动日渐丰富,“文体旅商展”加紧融合。据预测,今年汽车文化节期间将20万人流引入嘉定,带动旅游、餐饮、住宿、交通等一系列消费。它不仅是赛场内车迷的狂欢,更是上海城市魅力与文化软实力的生动体现,是城市高品质发展的亮丽风景线。

为了打造一场市民游客喜爱的文旅盛宴,今年汽车文化节引入了许多“跨界”玩法:赛博朋克、元宇宙、电音、星空影院……各类嘉年华,抓住年轻人的眼球;精心推出的各大主题旅游线路,定向免费开放的A级景区,将文体“流量”进一步转化为消费“留量”。

从一项赛事发展为一个节日,背后要练就诸多“内功”——它需要深挖品牌赛事的溢出价值,不是盲目追风,而是乘风而起;需要拥有深厚的

汽车文旅资源,不是“空中楼阁”,而是厚积薄发;需要不断创新消费场景,不是单调乏味,而是玩法多元;需要承载大客流的服务能力,不是应对不及,而是烟火气和人情味并存。

当然,上海不只有F1。近期,上海节展赛事热点频出:上海(国际)花展持续缤纷“盛开”,让众多网友直呼“大会了”;上海咖啡文化周官宣焕新,将正式升级为2024上海国际咖啡文化节;上海奥运会资格系列赛将于5月开启;紧接着就是上海国际电影节、上海电视节……

持续“出圈”的上海,正以开放、创新、包容的城市品格,吸引越来越多世界各地的游客。要把城市形象的“金名片”擦得更亮,上海还需不断创新思维,“练好内功”,营造更便利的环境,打造更丰富的场景,让更多“回头客”变成“回头客”,更好赋能城市经济发展和人民美好生活。

2024上海(国际)花展

SHANGHAI INTERNATIONAL FLOWER SHOW

从“花园城市”演变为“花园中的城市”再发展为“自然中的城市”,新加坡的“绿色之旅”有着怎样的故事?同样具有人多地少、自然资源匮乏等特点,新加坡的经验对上海有何启示?除了看花草,花展还可以叠加哪些创新元素?昨天下午,上海(国际)花展配套活动之一“沪新生态论坛”在沪举办,两地业界大咖们相互探讨,为上海更好地迈向“生态之城”探寻良策。

新加坡的“绿色之旅”对上海有何启示?沪新生态论坛探寻良策



2024上海(国际)花展徐汇滨江主会场



新加坡展园

本版图片 本报记者 陶磊 摄

“花园代表着未来城市的模样”

建成覆盖新加坡的“绿色血脉”

新加坡国土面积720平方公里,常住人口553万,人口密度7680人/平方公里,接近上海人口密度的两倍。“新加坡地少人多,但在青藏高原能看到的蓝天和星空,在小小的新加坡也能看到。”新加坡国家公园局高级署长杨明忠用诙谐的语言,讲述了新加坡自1965年建国以来“绿色之旅”的故事。

他介绍,新加坡把发展绿化作为重要的国家战略之一,当年的招商引资策略之一就是创造良好的环境,为此将机场到市区的高速公路旁种满乔木,打造出一条条“绿色隧道”,浓密的树荫遮天蔽日,甚至连卫星地图上都找不到道路踪影。绿化从业者还到处寻找开花大乔木,像树冠开黄花的青龙木,每到冬季花谢,就在全城下起“黄金雪”。黄花无忧树和炮弹果树,则在树干上也能开花。

绿化、美化之后,就是生态化。新加坡“花园城市”的布局一步步完善,直至建成覆盖全国的“绿色血脉”,包括邻里公园、区域公园、公园连道、环岛绿道、生态廊道、空中绿化六大元素。比如,为了土地优化利用,将一条条排

水道、维修专道边遍栽绿树,成为“线条式公园”,建立起400公里的全国公园串联廊道;又如,学习中国园林艺术中的“借景”手法,建造环岛绿道,将对岸马来西亚的美景“借来”给新加坡人民欣赏。

如今,新加坡早已成为一座大公园,野生动物朋友们也不请自来,鹭鸶等候鸟频频造访居民小区。“我们现在考虑的不仅是降低城市碳排放,还有增加城市氧排放,让新加坡人民和大自然一同过日子。”杨明忠说。

国家花园吸引1亿人次造访

国家花园如何打造为国际景点,吸引除自然爱好者以外的广泛观众?论坛上,新加坡滨海湾花园高级署长蔡黎昇介绍了这一著名公园的经验。

提起滨海湾花园,最壮观的便是18棵高度在25至50米间的“擎天树”,这也是新加坡因为土地资源匮乏而产生的创意。在开园10多年后的今天,这些钢铁支架上已爬满10余万棵植物,工作人员还常会在上面发现鸟巢。同时,“擎天树”也具备环境可持续性特征,部分树冠装有收集太阳能的光伏电池,为擎天树在夜间提供发光能量。如今,这些“擎天树”已成为公园最负盛名的“打卡点”,也成为科

技运用在生态项目中的优秀案例。

此外,云雾林和花穹两大“冷室”,也是独具特色的创意。不同于常见的温室,冷室内部是凉爽的,白天维持在25℃,夜间为18℃,这也使热带国家可以培育亚热带或热带高山地区的植物。如今,冷室也成为各色花展的举办地,每年有十多个花展轮番在此吸引全球目光,其中也包括2020年与北京合作的春节花卉展览。

“十多年后的今天,滨海湾花园在国际上仍是独特的概念,已吸引超过1亿人次的访客。”蔡黎昇认为,这可能源于花园代表着未来城市的模样,因为人们常用“未来主义”或“科幻”来描述它。同时,滨海湾花园的最终目标是成为近零碳排放的景点。

花展叠加艺术教育等元素

花展除了看花草,还能叠加哪些创意元素?上海(国际)花展总设计师、上海市市政工程设计研究总院专业总工程师钟律以本届花展为例,通过花与城市艺术、城市教育、城市人文、城市艺创、城市友好五个维度,与国内外来宾一同探讨策展中的亮点。

比如,此次长三角展园探索名画与花园的结合,钟律认为,这是将自然之美

与艺术创作相融合的尝试。“西岸给了我们一组曾经或正在西岸美术馆中展出的作品名录,我们有幸邀请到长三角团队,用自然花材与名画联动,巧合的是所有团队都选择了东方名画。中国画里的墨色,与植物材料进行了很好的呼应。”她说。

又如,花展期间,主办方开辟了一条“花汇春秋”双层旅游巴士线路。不仅车身上喷绘了花展图案,车身内装扮成“花花世界”,还向孩子们征集了关于种子的22个提问,将问答绘制成“自然手帐”,张贴在车内。“这也是一场关于种子体验的教育分享,集艺术、科普、趣味、儿童友好于一体。我们结合Citywalk的方式,将线路设计为从中共一大会址出发行进到上海植物园,打造了一场‘种子的旅程’。大巴不仅是城市导游,更是自然讲师,随着大巴在城市中的穿越,每一次出行也成为生动的自然教育课堂。”钟律说。

新加坡和上海都是经济发达的国际大都市,两地在城市发展中面临相同挑战,比如可持续发展、城市更新、人口老龄化等。目前,新加坡绿化覆盖率已接近50%,将提前完成在2035年前栽种100万棵树的目标。通过此次沪新论坛的交流,主办方希望能为两地创造更绿色宜居的环境提供思路。 本报记者 金旻奕