

今

云聚上博 沉醉江南夜



心若是扑满，便不空洞

□ 华心怡



马上评

品质,说起来可以很具象。

床单的品质,1800针的埃及棉是有代表性的体现,久负盛名,其与肌肤之亲,是云朵般地包裹。咖啡的品质,非现磨不可替代。最考究的要算猫屎咖啡,这种顶级咖啡让麝香猫吃下咖啡豆后排出,咖啡豆经猫胃中的发酵,产生独特风味,口味顶级,价格也高达几百美元一磅。

物件的品质,多是可描述,可计量,可估价的。而品质生活,或许可以由质感物件架构,却显然无法全部由这些身外之物来填充,去定义。因为,到底说来,人性灵,物无魂。我们所创造

的生活,所需要的终极品质,一定需要一点精神,一点思量,而这,恰恰是不可名状,却扎实丰盈的。

文化,或者说范围更广的大文化,该是今日品质生活的铺垫与基石。踏春时节,心向往之,却因为一场疫情,情又怯之。没关系,那就让江南踏着春风,来找到你——茗茶、举杯、文物、典故……在上博的江南奇妙夜里,生活又这般活生生、热灼灼地陈展开来。恍惚间,远山故人的诗意境地里,是否望见了雨巷里那个撑着油纸伞,丁香一样结着愁怨的姑娘?

文化,也不只是故纸堆里的老货。君不见,新晋男主播的“楚天歌”(上美影经典动画片《我为歌狂》的男主角)上线一晚,获赞26万次。直播带货,新时代,新文化,新动能。

文化的生命力在于,经典永存的同时,它在不同时期总能附着于时代特征发芽开花,绽放新一片旖旎。这也是品质生活的特点,任雨打风吹,终生生不息。心若是扑满,生活便不可能

是空洞。



因为疫情,很多人错失了今年来江南踏春的机会。但是,随着上海博物馆“春风千里——江南文化艺术展”的开幕,一大波点缀春天的江南风物将在今晚7时到9时登陆淘宝平台的“云聚上博,共享江南诗意”江南文化艺术展文创产品直播活动。

上博艺术品经营公司负责人冯炜透露,这次直播和寻常直播带货不一样的是,上海市文化和旅游局、上海市文物局副局长褚晓波与东方卫视主持人林海搭档,从文物角度阐释江南文化;直播间将再现江南人文场景——白墙黛瓦,草色天青,文人书房,一幕幕闪过,既是一场博物馆展厅里进行的晚会,也将呈现江南奇妙夜的神秘。



文创产品有来头

这次直播的产品,由上博文创团队筹备近半年,提炼文物中蕴含的江南文化特征,开发了“人居与山水”“人文与境界”两大系列,共50余款文创产品。“人居与山水”系列中包括棒球帽、餐垫、帐篷、风筝等一系列适合户外游玩放飞心情的产品,其中,“飞鱼风筝”以一条鱼的形象为设计基础,令人遐想一条绚烂的鱼游弋在澄澈天空里的情景。

“人文与境界”系列专注于文人雅士的生活,茶具、米酒、信笺、香囊、线香等,以文徵明的《江南春词意图卷》为创作的形象基础。“江南春”香囊,将文徵明笔下的江南春景印于香囊荷包上,古朴清雅。香囊取意于文徵明诗句“湖上修眉远山色,风前薄面小桃花。”令人闻

香的同时欣赏画作,仿佛能跟随文徵明的脚步,“穿越”回500年前那个春和景明的江南。上海博物馆正是想通过文雅香事,把江南春意融入大家的生活。

直播第一板块名为“江南春”,向观众介绍展览中文徵明的作品《江南春词意图卷》,引申出运用此图卷元素开发的7款文创产品。第二板块名为“江南俊”,介绍江南书画代表人物之一——董其昌,引申出与之相关的8款文创产品。第三板块名为“江南韵”,介绍南宋朱克柔的缂丝精品《莲塘乳鸭图》,引申出7款相关文创产品。第四板块名为“江南情”,将为观众介绍展览中弘一法师的篆书作品《知止》,并从“知止”引申出江南文人风骨与气节,从而推出9款相关文创产品。

江南米酒新饮法

有意思的是,在上博的文创产品中,食物开发占据了非常重要的位置,这在国内其他博物馆中并不多见。董其昌书画展时,曾有一款印有董其昌钤印的米糕和一款印有几笔山水线条的绿豆糕引发关注,前不久,上博开发销售的啤酒又引发热议,一款罐身有上博馆藏“清代乾隆景德镇窑青花缠枝莲纹双耳瓶”的缠枝图案,另一款罐身上有上博馆藏“南宋朱克柔缂丝莲塘乳鸭图”。这次,将有一款江南米酒出现在上博直播间,“主播将以一种新的方式饮一次海派米酒。”冯炜透露。可谓“酒不醉人人自醉”。

在上博茶室的下午茶时间,江南特有的荷花酥、板栗酥、核桃酥将江南的“滋味”从舌尖带到心上。细看,板栗酥上也有一个印章,正是文徵明题在《江南春词意图卷》中所书的那个“春”字。

如何让文创产品做成品牌,具有鲜明的标识度而不是同质化、随大流?上博通过文创产品打造文化生活,不断拉近博物馆与大众、与日常生活的距离,拉动博物馆文创产业的不断创新,以构建新颖的博物馆社会关系。到上海博物馆看展览之余,喝一次文化的下午茶,未尝不是一件赏心乐事。

本报记者 徐翌晟



上美影试水动画片男主直播带货

楚天歌让你《有梦好甜蜜》

昨晚7时,在京东直播间,有一位新晋男主播悄然上线——穿一件白色衬衫,脖颈间戴一根运动项链,朝气蓬勃。

短短15分钟,他就赢得20000多点赞。截至昨晚11时直播结束,直播间获赞近26万次,最高同时近38万人观看,成绩骄人。

是谁那么厉害?他就是上海美术电影制片厂经典动画片《我为歌狂》中的男主角之一楚天歌。

背后有真人

上海美术电影制片厂工作人员告诉记者,直播间里的楚天歌运用了“动作捕捉”技术,结合实时生成的画面再由专门的声优配音,而后真人主播互动。也就是说,坐在直播间的楚天歌是一位真人帅哥。于是,当他为上

美影多款合作产品“吆喝”时,楚天歌会“挤眉弄眼”,会与女主播打趣互动,还甚至会突然下线,“刚刚去上洗手间了,不好意思”,一颦一笑,很现代,也很亲切。

在直播现场,楚天歌还清唱了动画片《我为歌狂》中的经典歌曲《我的舞台》。“我的舞台我自己建造,要让全世界看到……”,楚天歌一开嗓,青春回忆扑面而来,直播赞数便飙升到近7万。被击中的观众留言:“我怎么流泪了!”直播结束前,楚天歌再唱一首《有梦好甜蜜》,让屏幕内外暖意满满,再次沸腾。

新剧秋天播

这一次楚天歌做客直播间带货,是卖力“吆喝”上美影几十款衍生品,也是对新片的宣传。2001年,由上海美术电影制片厂、上海

电视台联合推出的52集大型电视动画连续剧《我为歌狂》横空出世,作为中国第一部校园音乐题材动画片打开了许多人的音乐梦想。时隔近20年,《我为歌狂2》终于将在观众期待中揭开面纱。

据介绍,《我为歌狂2》剧情承接了《我为歌狂》,共分为12集,预计于2020年第三季度在哔哩哔哩上线。这一季中,楚天歌和叶峰将带领Open乐队在全高大赛中迎战来自各地的年轻乐队。许多观众关注的“感情线”也会有所保留,但更多体现在音乐理念上的碰撞。

IP先开发

尽管新剧还未上线,但作为一个商业属性较强的项目,《我为歌狂2》IP开发先行,比如昨晚试水直播的虚拟偶像。

其实,19年前的《我为歌狂》是上美影在商业开发方面踏出的第一步:不仅片中尝试了广告植入,在剧集播出的同时,同名小说上线,后来又陆续推出了人物闪卡、电话卡、地铁卡等众多品类的衍生产品。甚至,在音像出版物上,原声专辑《我为歌狂原声歌曲全记录》也在当年创下了销售奇迹。如今,这一IP将再战江湖,上美影极具创意地把“Open乐队”打造成虚拟偶像天团,除了昨晚让童年偶像带货直播外,叶峰和楚天歌很快还将参加综艺、录制情景短视频,甚至参与到现场下活动、公演中,以多形式、多场景与大家见面。

首席记者 孙佳音