



京剧中“藏”着另一种生活方式

【编者按】

品质生活直播周火热进行中,文化、经济等领域的大咖们频频亮相。本报今起推出“大咖说”,与他们面对面评述品质生活。



大咖说

作为上海五五购物节·品质生活直播周的重点活动之一,今日,京剧名家王珮瑜带着B站两位国风UP主走进上海京剧院,围绕“穿越时空的行头”主题,全面揭开京剧世界的传统美。

京剧名家 | 王珮瑜



跳脱

心之所至处处“桃花源”

“何为‘叫好’,放慢速度就叫好!”这是王珮瑜在“京剧清音会”上普及京剧知识的妙语之一。如今再品,这句话的含义远远超过字面意思,不仅普及了京剧知识,更展示了“慢生活”的真谛。在王珮瑜看来,国粹京剧远不止好听的唱腔、优雅的身段、扎实的功夫、精美的服装和千变万化的妆容,在唱念做打、坐立行走、服饰行头的“讲究”中,“藏”着另一种生活方式。

“往前一步,低头俯视叫看水。后退一步,抬眼一望叫看山。去掉服化道的辅助

也能演出山山水水,那才是真本事!”不依靠任何道具就能幻化出山水百态,那是戏曲虚拟化表演的至高境界。而这境界除了仰赖演员出神入化的表演,更需一份心之所至,才能让人信服、轻易“入戏”。事实上,生活在都市钢筋丛林中的人们,若能领会一两分这样的心境,也能在疲惫的生活中偶尔“跳脱”,即便置身嘈杂都市,亦能处处“桃花源”,让心灵得以休憩,获得片刻“在别处”的宁静。

出圈

让京剧更多走近年轻人

被公认是京剧界最“出圈”的王珮瑜,如今跨界娱乐圈目标只有一个——到年轻人最多的地方去,用所有人都能听懂的方式说京剧。

《奇葩说》里,瑜老板教大家念“三级韵”,“惊提、怒沉、喜展眉”言简意赅七个字说出了的京剧表情。《鬓边不是海棠红》热播同时,全国首档京剧脱口秀——《瑜你台上见》应运而生。王珮瑜坚信国粹的魅力。尽管,从喜欢王珮瑜到喜欢京剧的“转化率”还远低于预期,但去年底“清音会”,上海大剧院上下三层千人合唱“我正在城楼观山景,耳听得城外乱纷纷”的场景,还是让王珮瑜热了眼眶,这些年的努力没有白费。

入戏

“穿越”古今沉浸于戏

就在去年初秋,顾村悄然耸起一座古戏楼,白墙黛瓦,厚重的木门上,“瑜音阁”三个字苍劲有力。这是王珮瑜为现代都市人搭建的“造梦空间”,一个让你“穿越”古今、沉浸于戏的地方。首轮演出安排了《玉堂春》《追韩信》《白蛇传》等戏码,和梁上三十余帧木雕相得益彰。

和传统戏一看三四个小时不同,演出以说书人串场、评弹间演,弦乐四重奏为开场的方式贯穿首尾。在这里,人们还可以坐着黄包车来看戏;可以画脸谱、贴片

育人

培养教师从娃娃抓起

王珮瑜最初就想好要把瑜音阁戏楼建成瑜音社京剧教育项目汇报展示基地,疫情期间她为孩子度身打造了一台儿童京剧。与此同时,她还和出版社合作,出了一套京剧立体书。

早在古戏楼耸起之前,王珮瑜已经在着力培养青年京剧教师。如今,这支青年

教师队伍已经覆盖了上海6个区二十多所学校。此外,她还带领团队小伙伴们完成了全国首套青少年京剧通识教材的编写,并已在宝山开展试点教学,包括常规课程教学、定期主题讲座及文化周、艺术节等各种形式的活动,千余名学生接受了京剧普及教育。 本报记者 朱渊



王珮瑜戏装照

品质生活直播周掀文化产品购物热

在家焚香 八宝炉 出门品尝 老上海

这几天,“五五购物节·品质生活直播周”大幅带动了东方购物的销量,其中销售最火爆的当属上海本地文旅结合的产品——东方明珠塔空中旋转餐厅双人尊享自助晚餐和老上海8号餐厅超值6人套餐。据悉,今晚东方购物还将继续推出“经典之美”主题活动,将那些带着传统文化气息的产品带进千家万户。

经典之美

今晚东方购物的“经典之美”主题活动将为观众带来“正百岁檀香组合”,这组檀香甄选含油量高的檀香木根部及芯材部分为原料,传承古法制香工艺制作而成,还有八宝炉和紫光檀香管赠送,端午将至,特加赠檀香香囊为每个家庭送去一份安康。此外,还有名佳红木打造的交趾黄檀苏作经典官皮箱,精湛的榫卯工艺,亲民的价格,让观众以最低门槛体验到经典苏工与上等红木的韵味。

在6月5日“品质生活直播周”收官日,也是“66夜生活节”的前夜,东方购物还将与都市频道双频同步推出特别策划,《人气美食》《嘎汕胡》《疯狂的冰箱》《依最有腔调》《星旅途》五大王牌栏目将联手大直播,以家庭沉浸式场景、海派文艺的形式,向观众推荐“上海品牌、国潮好物、老字号经典”三大品类好货,其中包括上海牌手表、沈大成蛋黄肉粽、老庙黄金等沪上经典产品。

“我们还特别准备了稀缺翡翠孤品时尚专场、被称作瓷器界的劳斯莱斯的欧洲第一名瓷直播节目、以及黄浦江畔5星酒店江景房,品国宴大师定制双人晚餐,下午茶……”东方购物董事长兼总裁林震说,“我们上海有很多文

化产业,文旅商品,我们的商业也充满了特别的海派文化和内涵。我们希望让大家在购物中感受文化和美,也通过这些品质好物提升自己的品质生活。”

国货之春

节目之所以对于文化类产品情有独钟,是基于过去一段时间数据显示观众对蕴藏着传统文化的国货产品越来越爱。5月4日晚,在上海“2020五五购物节”全球大直播晚会上,上海牌手表诞生65周年限量纪念表、老庙黄金金条等收藏品类商品销量火爆;直播期间,老庙黄金更是破纪录地每分钟卖出666克黄金。事实上,在“五五购物节”开启前,东方购物就已经为沪上观众带来的《春天“豫”见你》豫园幸福家专场直播,豫园股份旗下老庙黄金、海鸡牌手表等一众老字号品牌销售劲爆。

在早些时候的3月12日,东方购物与龙华寺联手合作,在直播节目中将照戒法师、陈佩秋、韩敏、陈家冷、周志高五位海派书法家共同参与亲笔书写的真迹精品《福满东方——海派艺术家书法精品》,节目中,五位书法大师向观众一一表达创作理念与作品寓意。《福满东方——海派艺术家书法精品》结合我国传统民俗,凝聚中华特色传统文化,取其为新年的祈福寓意,用艺术形式展现了福字对中华儿女的特殊意义。不仅销量不错,观众也欣喜于其文化内涵。

正是由于国货越来越强,因此无论是老上海8号的套餐,还是蕴含着传统文化的收藏品,都能赢得消费者的心,成为直播中的爆款。

本报记者 吴翔

大壶春生煎一天卖8000只,上海小吃节尝到大买卖 “吃货”回味 餐饮回暖

本报讯(记者 张钰芸)生煎小笼粽饭糕,大饼油条葱油饼,上海小吃节期间,这些特色小吃你都品尝了吗?作为“五五购物节”的系列活动之一,上海小吃节开幕两周,让久违的烟火气重回申城大街小巷。人气旺起来,销售火起来,上海的餐饮市场也在热起来,一度受到疫情影响的餐饮企业,如今业绩都出现了环比大幅增长。

上海小吃节的主会场之一、普陀区真如·高陵集市的上海特色小吃馆自5月15日以来,两周累计销售额近170万元,环比增长39.5%;客流达到6.5万人次,环比增长29.73%。两周周末累计销售环比增长48.13%。

相关负责人说:“尤其是一些上海老字号、早餐工程企业表现抢眼,富春小笼、鲜得来、大壶春、立丰、小绍兴·小金陵、牛棚棚、功德林等名列增幅前几位。大壶春的全发面皮清水生煎一天能卖8000只,富春小笼一天能销售600多笼,近4000只。”

而在豫园商场,上海小吃节开幕以来,豫园文化餐娱集团旗下门店累计销售额达924.5

万元(不含线上销售),5月累计销售额超1700万元,环比增长63%,特别是5月31日当天达到97.3万元,创近四个月以来单日销售新高,上海小吃节促进消费的拉动效应明显。

其中恢复最好的是绿波廊酒楼,5月销售额达到400万元,环比增长86.4%;上海老饭店5月销售额达到146.1万元,环比增长82.9%;南翔馒头店5月销售为301万元,环比增长36%。

街头巷尾的餐饮连锁企业也有好成绩。老盛昌通过联合微信支付,扫码点餐满30元减5元活动,每天扫码单数从5000笔提高到1.2万笔。即日起,打开口碑搜索老盛昌,即可看到两款特价产品,仅售17.8元的川香鸡冷面套餐和3杯才12元的豆浆。

和记小菜两周总营业额约750万元,环比增长25%。他们推出的“一元吃鸡”活动,目前已赠送出价值58元半只的盐焗鸡约5000份,直接带来的引流超过1800桌,带来额外营业额约72万元。金玉兰店、新东亚店、大宁店、控江路4店推出的早午餐小吃5.8折券,带来直接引流1000桌,额外收入超过20万元。



上海小吃节开幕两周,久违的烟火气重回申城大街小巷。记者 陈梦泽 摄