

曾有将“上海”两个字印上皮包就风靡全国的时代，如今视觉元素更丰富、日常生活更美好之际，我们应该如何打造“上海礼物”？由市文旅局支持的“上海礼物——动漫力设计邀请赛”昨揭晓并邀请专家把脉，为这一可以打通上海制造、上海购物、上海服务和上海文化“四大品牌”的升级版“名特优品”如何做得更好，出谋划策。上海礼物之“融”在于结合四大品牌；上海礼物之“破”圈也势在必行。



1 别开生面

活动在上海音乐厅举行——音乐厅推出的“音乐家系列”贝多芬盲盒获得了“最受市场期待奖”。今年恰逢贝多芬诞辰 250 周年，也是上海音乐厅 90 岁，因而音乐厅推出了身穿不同外套的贝多芬小玩偶，作为盲盒内容，颇受乐迷期待（见上图）。此外，还有“醒脑开窍”龙虎系列，获得“最佳跨界合作奖”，其代表作品是装入撕裂熊卡通形象脑袋里的花露水，还能挂在包上，也是一种“脑洞大开”。中华铅笔与凹凸世界卡通形象合作的削笔器，则获得“最具人气奖”……炫动汇展主办的这一大赛，从老字号与动漫、卡通的角度切入，试图让老字号链接“动漫力”，形成符合当下青年人喜欢的创新表达。

对此，国家公共文化服务体系专家委员会顾问、上海社科院研究员蒯大申认为，这为当下以“旅游纪念品”和部分“文创产品”为主流的“礼品”市场，带来耳目一新的感受。“目前旅游纪念品同质化太高，很可能都来自一个产地；去北京逛博物馆，很少能买到有品质、有文化的礼物。目前，礼物市场可能还处在初始阶段。”他随后提出几个值得深思的问题——我们拥有不少高端设计师，为何没有高端市场介入？在旅游市场里，是否大家都关注精品民宿建设、旅游平台搭建等“利润更高的项目”，礼物的“利润是否太薄”？我们拥有那么多来自贫困地区、少数民族的璀璨的非遗项目，是否可以把它与礼物设计、生产对接？

上海制造 上海购物 上海服务 上海文化

『四大品牌』如何变成上海礼物



上海礼物，不能停留在缺乏创意、制作随意、未必能代表心意的小礼品上。在开会间隙，有专家打趣道，现在的“礼品定义”就是——“一拿到手就想转手”，“有点像以前的月饼”。

其实，上海礼物，体现的本质是“文化自信”——既有生产者对自家产品充分的文化自信，也有消费者购买时对“送得出手，甚而能赢得人心乃至挽回人心”的文化自信，还有收到礼物的人对送礼人对自己感情的“文化自信”。以往，上海大白兔奶糖能在物质



马上评

为未来创造回忆

□ 朱光

贫乏时期给人“带来甜蜜”，那么，在物质丰富，每天日子都甜甜蜜蜜之际，大白兔消费的更多是“集体回忆”。我们当下的责任，就是为未来创造“集体回忆”，靠的是什么？

首先，当然是品质。精工细作、匠心独具，自然是经久耐用的基础，好物件可以传代，前提就是品质。其次，当然是唯美。赏心悦目，是令人爱不释手的。再者，能唤起最广大群众的共鸣——这其实逼近了文艺创作的要求，这要求礼物包含时代性、地域性、情感点、创意点……如此一来，这就需要上海“四大品牌”携手创新，先从机制创新开始。

2 全新课题

上海社科院公共文化研究室主任郑崇选也深入思考了这一议题。他认为，“对于上海礼物的开发、打造，当下具有非常重要的价值。”首先，礼物是时代的见证。当人们物质生活不丰富的时候，礼物就倾向于物质属性；当物质生活丰富之后，礼物就更具象征意义——是否体现了独特的个性、文化、趣味和情感。其次，礼物是地域文化的体现。上海文化包含红色文化、江南文化、海派文化，上海本土也拥有物质遗

产和非物质文化遗产等礼物资源，如何进行创造性转化和创新性发展，正是当下的课题。

目前，显而易见的是，礼物的内容和形式还不够丰富。再者，形态上，上海礼物还可以进一步拓展，例如向虚拟或者动漫化的方向发展，形成青年人更能接受的产品。更为重要的是，上海礼物的设计、制造、生产、销售等，要凸显“上海的结构优势”。上海制造业历来发达，以往有“三转一响”乃结婚必备，如今有大飞机、生物制药等，不妨也可以结合起来开发礼物产品。上海礼物是与“四大品牌”充分融合的载体。

3 破圈跨界

应有怎样的发展机制，来扶持上海礼物的市场，让老字号、设计师、生产商都能在一个平台上见面？上海音乐厅总经理方靓感谢参与了中国国际动漫游戏博览会，在这个青年人聚集的动漫会展上，他们找到了贝多芬音乐盲盒等一系列音乐厅文创产品的生产制造商，“我们平常接触的都是艺术家、演艺界，很少有机会找到生产渠道，现在正是破圈跨界之际，我们的乐迷也都期待贝多芬盲盒的大批量问世，所以能在这里找到生产伙伴，就十分高兴。”中国第一铅笔有限公司党委书记叶慧萍表示：“这次活动给了我们不少启发，将推进我们继续走创新的道路，通过跨界领域的巨大

合作，也必将促进我们为广大消费者带来热门的衍生品，使我们的产品能代表上海的礼物走出上海、走向国门。”

蒯大申建议，以往我们就有上海名特优产品，也是上海品牌，那么，是否可以推出一度“上海礼物”榜单，轮番推出具有上海文化积淀，体现上海制造水平、上海购物能力、上海服务高度的一系列有品相、高质量礼物呢？

本报记者 朱光



让老百姓在声音中感受美好

本报讯（记者 吴翔）听到全新“长三角之声”，“晒出”自己的小康生活——2020 上海广播节将于 10 月 28 日至 11 月 1 日举办，一系列预热活动已经开启，视听盛宴将持续到年底，向社会各界展现充满无限可能的“新广播”。

今年 6 月，国家广播电视总局批复上海广播电视台申请，同意 FM89.9 原“东方都市广播”调整为“长三角之声”广播，呼号为“上海人民广播电台长三角之声”。10 月 28 日，“长三角之声”广播将在 2020 上海广播节开幕式上正式开播，这也是全国首个由地方电

台创办的区域性广播。开播之后，将成为权威的长三角一体化最新进程和政策发布平台、便利的长三角民生服务平台、精致的长三角品质生活平台。

第十五届“东方畅想”广播创新大赛聚焦“走向我们的小康生活”主题，大赛在 7 月启动后，已收到数 10 家电台选送的近百件作品，涵盖新闻专题、公益宣传片、大型融媒体活动等多元样态。大赛将于 10 月 28 日举办颁奖盛典，展现广播人的创新思维、公益主张与责任担当，打造广播界的“创意嘉年华”。

国庆期间，上海广播将在多个广播频率

以及阿基米德 APP、话匣子 FM、蜻蜓 FM 等新媒体平台开设“东方畅想——走向我们的小康生活”专栏，率先展播一批优秀作品，为打赢脱贫攻坚战凝聚强大合力。

作为今年广播节全新推出的活动，“上海广播主持人全明星秀”将汇聚上海广播最强主持人阵容，市民听众可通过阿基米德 APP 投票，助力自己喜爱的主持人入选“全明星阵容”。

10 月 25 日，2020“明日之星”上海广播网络主播大赛将在 889 广场举行决赛。今年，“明日之星”这一品牌赛事由原先的广播主持人选拔，转型扩容成为网络主播大赛，开设音

频直播与视频直播两大赛道，优胜者将有机会签约上海广播。

10 月 30 日，上海广播旗下众多优秀公益项目将亮相“广播·爱”公益之夜，公益之夜将分不同篇章，讲述动人故事、分享公益心路、传承助人精神，来自社会各界的爱心人士以及加入“广播·爱”公益伙伴计划的成员单位、街道社区等代表将共同点亮“广播·爱”公益星空。

今年的广播节将走到更多市民听众身边，并通过广播与网络直播、转播等方式，让更多人能够参与到这场声音的大派对中。