



▲松江车墩影视基地内搭建的“黄河路”是《繁花》拍摄地

本报记者 李铭坤 摄



上海博物馆东馆将在今年分三步陆续开放

本报记者 王凯 摄

“繁花红利”如何长红？

守正创新 提升上海文化软实力

本报记者
方翔
张钰芸
解敏

上周日，伴随着上海豫园灯会千灯点亮，网络上的一个热梗“豫园灯会上有《繁花》全员？你认出来几个？”也冲上了热搜。电视剧《繁花》的热映，为传统行业、传统领域注入了新的活力，促进了产业的创新和发展，这正是文化软实力的展现。

《繁花》之后，如何进一步提升上海文化软实力？

十二届市委四次全会强调，要把文化文脉作为精神支柱，深入推进国际文化大都市建设，凸显红色文化，坚持文化主体性，增强文化影响力和吸引力，加快提升文化软实力。

红色文化、海派文化、江南文化，是这座城市向世界展示中国式现代化光明前景的重要底气、重要财富。提高文化软实力要充分挖掘红色、海派、江南文化资源，进一步打响具有显著标识度和世界影响力的文化品牌。

上海市人大代表、作家陈丹燕从上世纪90年代起就持续书写上海故事，从“上海三部曲”到“外滩三部曲”，再到《陈丹燕的上海》，无不以细腻笔触和独特视角为这座城市“立传”。

在她看来，上海文化有着很强烈

文化繁荣，贵在打造开放包容、鼓励创新创造的文化土壤。今年上海两会期间，市政协委员、上海戏剧学院电影学院院长厉震林带来了一份《关于构建上海电影学派的若干建议》的提案，“希望推动我们去拍摄更多上海题材、风格和精神的艺术作品，体现‘上海电影学派’的伦理取向、小微角度、婉丽风格、国际视野、市场意识等特点，从而推动电影产业的发展以及扩大国际影响。”

近几年的“爆款”影视剧，从《觉醒年代》《人世间》再到《繁花》，其中

“天下之至柔，驰骋天下之至坚。”文化软实力正因为其“柔软”，因而往往具有比硬实力更大的效用。在文化竞争日益激烈的今天提高自身文化软实力，没有创新不行，创新慢了也不行。只有占据文化创新的制高点，才能占据更为主动的地位，有效应对其他文化的冲击，更好地巩固文化主体性，提升文化软实力。

《繁花》的热播，让黄河路一下子就热闹了起来，同时还带火了一些餐饮和衍生产品。但这些都是刷播出之后自然发生的后期效应，而不是事前策划的。厉震林表示，这也从一个侧面说明了我国影视产业的不成熟。

“在更健全的产业规划上，影视剧应当从立项阶段开始就要想办法设计IP，充分发挥后影院市场、影视

挖掘 红色、海派、江南文化

的地域特点，是百花齐放的，也是极富生命力的。“上海是一座由很多不同街区、社区组成的城市。一座真正的城市，并非只有一种单一文化，它的文化在不同街区有不同的样貌，这个街区的人未必能理解另外一个街区生活的样貌。”

“近年来我一直在调研‘一江一河’两岸公共空间的提升工程，从最早期的建设规划到现在的活化利用，少不了地域文化的深度注入。”陈丹燕说，世界各大城市都在利用地铁站宣传城市重要文化景观，而“一江一河”正是半部上海近代发展史的重要见

证。因此，她建议在规划建设沿岸地铁站时，引入更多弘扬城市文化的公共艺术，用文化符号来打造这座城市的新名片，走近市民生活，助力城市更新，同时也能避免城市文化的同质化。

文化只有不断交流，影响力才能不断扩大。提升文化软实力，就要不断增强中华文明传播力影响力，努力向世界展示中华文明的独特魅力。上海博物馆无疑是展示中华文明的重要窗口，也是上海的城市文化地标，承担着讲好中国故事、演绎上海精彩的重要任务。

上海市人大代表、上海博物馆馆

长褚晓波表示，“观文博、看美展、赏好剧、听歌会、来海考”是上海吸引八方来客的高品质文化内容，其中博物馆业态不仅能够融入文旅业，也是城市品格的生动展现。

据褚晓波介绍，上博人民广场馆和即将正式启用的东馆今年将举办14个特展，并在匈牙利、意大利、中国香港、日本等地举办“百物看中国”等四个特展。一系列重磅展、精品展将“走出去、引进来”，构建起文明交流互鉴平台。

“上海博物馆是‘世界看中国、中国看世界’的重要窗口。”褚晓波代表表示，坐落于国际都市的上海博物馆，要以全球视野来谋划高质量发展，更好地代表国家参与全球文化对话和合作。

打响 有标识度文化品牌

主要演员有60%—70%来自上海戏剧学院。在厉震林看来，“上戏出好演员”或许也与学校一直以来坚持的教学方法密切相关。

“我们也在思考和总结，探索影视人才培养的模式和成才规律。”厉震林说，“上戏一直以来奉行现实主义的教学方法，扎扎实实地演人物，从最基本的体系训练开始，才能够把人物的内心、精神演出来，这样的

理念是非常重要的。尤其在4年本科教育中，学校一路遵循从技术到文化到人格培育三个阶段不断演进的路线。提倡文化融合教育，这是我们一定要坚持下去的。”

厉震林表示，很多上海籍的演员，平时并不一定生活在上海，但通过《繁花》又开始把他们跟上海链接了起来，成为了上海的显示度。这是一个很好的契机，通过“上海出

品”的影视作品，打出了我们自己的文化品牌，让市场知晓，上海是出人、出作品的，从而焕发出上海作为中国电影发祥地应有的风采。

“在《繁花》中我们看到了一个香港导演拍上海题材，把香港类型片的运作方式运用到上海的题材中，发生了奇妙的化学作用。这也给了我们一个新的启示，文艺作品创作可以把视野打得更开，寻求更广泛的合作。拍摄上海题材同样可以邀请港台、海外的创作者一起参与进来。”厉震林说。

加强 创新推动文化衍生

相关产品的价值，国产影视剧也亟需培养这样的意识。”

在文旅如何联动方面，今年冬天，哈尔滨把全国各地的旅游业都“卷”了起来，上海是不是真的像网上所说仅凭一部《繁花》就可以“躺平”了？

在市政协委员、上海戏剧学院院长黄昌勇看来，不仅仅是黄河路，对《繁花》真正的拍摄地、车墩影视基地来说，也是个绝好的机会。这里具有先天优势，“黄河路”让人眼花缭乱的霓虹灯招牌，完全按照真实黄河路的比例搭建，因此开发也应该加快跟上，抓住机会，提振车墩影视基地建设，打造文旅制高点。

不仅是上海，甚至连带浙江的海宁皮革城、宁波红帮裁缝都分享到了“繁花红利”。上海市人大代表，复星集团执行董事、总经理徐晓亮表示，当前的上海，城市文脉底蕴深厚，产业资源禀赋优越，要素市场功能齐全，在文旅联动、产业链延伸等方面具备资源与机制的双重沃土。当前，应当结合政策及“文化红利”，重视并推动以“东方生活美学”为核心、彰显中国传统文化的时尚消费文化，让上海不是一时的“网红城市”，而是真正成为享受美学、提升消费的“长红城市”。

他建议，在“繁花红利”的当下，抓住机会，趁势而上，做足“海派文化”的宣传与挖掘，对于海派文化推广及衍

生至时尚消费的探索应该予以特殊的政策和资金扶持，从而能够让上海IP、时尚IP走向世界。同时在《上海市时尚消费品产业高质量发展行动计划（2022—2025年）》的基础上，相关部门可以开启更为丰饶、更富想象力的“影视+”城市品牌联动，将上海的红色血脉、城市文脉等上海品牌融入剧本创作的DNA，让受众愿意为了影视画面里蕴藏的历史、意义与意象而买单，由观众变为品牌的体验者、消费者，从而既能实现美育教育的效果，也为消费新引擎注入更大动能。

硬实力让城市强大，软实力让城市伟大。上海是经济中心城市、改革开放高地、科技创新策源地，同样也应当成为一个文化高地，成为展示中华文化的重要窗口，以文化软实力提升城市竞争力。