

光影里 非遗明珠更亮了

非遗传统戏曲电影展映在沪举行

让传统文化火起来

传承戏曲艺术

此次参加展映的影片均在国内外屡获大奖:包括中国电影金鸡奖“最佳戏曲片”奖和提名奖、日本冲绳国际电影节“最受欢迎外国影片”奖、日本京都国际电影节上荣获“最受尊敬导演”奖、日本东京国际电影节·中国电影周“艺术贡献”奖——金鹤奖、中国·加拿大国际电影节“最佳导演”奖等。

众多参演电影的表演艺术家前天也都来到了启动仪式现场。已经80岁的京剧名家夏慧华动情道:“感谢电影工作者把我们的表演记录下来,传承下去,让后代、青年有机会多接触戏曲。”茅善玉说:“沪剧《敦煌女儿》是上海沪剧院多年来倾注了大量的心力创作而成,而从舞台到电影后,也开创了沪剧发展的新局面。”京剧名家关栋天则向观众呼吁,要看商业大片,也要看戏曲电影。

吸引年轻观众

上海是中国电影的发祥地。1905年戏剧电影《定军山》的问世,标志着中国电影的诞生,可见戏剧电影在中国电影史上的地位。滕俊杰导演和团队通过10年的持续努力,让传统戏曲电影焕发新生,也开辟出了一条独特的专业赛道,让上海成为了全国戏剧电影的高地。滕俊杰表示,创作大环境和各界的支持,以及艺术家们的努力、国风国潮的流行,都让戏曲电影有了“生逢其时”的感觉。他还表示,戏曲电影的创新不会停止。“传统的戏曲电影一直在探索利用电影新科技的各种可能,包括此前的3D、4K、8K等,吸引年轻观众。接下来我们会把人工智能纳入进来,包括京剧电影《锁麟囊》。”

据悉,由滕俊杰执导、京剧表演艺术家张火丁担纲主演的8K全景声京剧电影《锁麟囊》已经制作完成,将在第26届上海国际电影节首映。“相信这部电影里呈现的纯正程派艺术和独特视听效果,及所蕴藏的济困行善、知恩图报的中华传统美德会感染观众。我们有一些和舞台上不同的尝试,但是戏曲的魂都在,意蕴都在,且有所升格。”滕俊杰说。

本报记者 孙佳音

6月8日是中国“文化和自然遗产日”。在习近平总书记出席文化传承发展座谈会并发表重要讲话一周年之际,由上海市文旅局、市电影局指导,市群艺馆、市电影发行放映行业协会主办的“文化和自然遗产日——非遗传统戏曲电影展映活动”日前在上海百美汇影城(静安嘉里中心店)拉开帷幕。6月2日至6月9日,在上海国泰电影院等10家影院,将展映京剧电影《贞观盛事》《萧何月下追韩信》《曹操与杨修》,昆剧电影《邯郸记》,沪剧电影《敦煌女儿》共五部影片,向更多观众展现中国非遗中的明珠——戏曲的独特魅力。

记者手记

打开一扇窗

“之前我们在纽约放映京剧电影《霸王别姬》的时候,普林斯顿大学、哥伦比亚大学等美国名校的大学生来看了,他们还看了尚长荣、史依弘的‘实体表演’。最终,2018年有20多位‘学霸’自发组团来上海京剧院,自费学习京剧,他们说自己就是被电影和剧目吸引而来的。”启动仪式后,导演滕俊杰跟记者聊起从事戏曲电影十年来的一些美好时刻,“2022年,沪剧电影《敦煌女儿》在万里小区、晋元中学放映的时候,也有高中生说要把自己的压岁钱拿出来,买票请爷爷奶奶和爸妈看……这都让我们更有动力,把这件事一直做下去,做得更好。”

他所不知道的是,那天的放映厅里,一起欣赏京剧电影《贞观盛事》的有钟爱戏曲的中老年观众,也有几张洋面孔,并且特别年轻。这些生活在上海的外国人,热爱上海,痴迷中国文化,对非遗传统戏曲有着浓厚的兴趣。

回看戏曲电影这十年的发展,我们感动于戏曲人冒着高温、严寒倾情投入,有好几位都是80岁以上殿堂级艺术名家;我们也感动于,有那么一些人坚持在做一件并不太被关注的事情,并且他们在全景声3D实拍、8K技术、人工智能等前沿技术的运用上不断取得突破;但我们更欣喜地看到,技术也好,光影也罢,他们都只为了让中华传统戏曲在经典的基础上打开当下审美的一扇窗,并且这越来越得到国内外年轻人的积极反馈。

孙佳音

老字号增色添彩

红双喜集团创新研发中心正式启动

一年前,马利“四季江南”传统中国色系列颜料首发,不到两个月,线上线下被抢购一空。这是由来自上海大学上海美术学院的博士生导师胡建君和上海美术学院副院长章莉莉牵头的高校团队,开发出的马利传统中国色系列颜料。

合作是老字号品牌振兴发展的要求,更是红双喜集团发展的重要途径。昨天下午,由上海红双喜(集团)有限公司(下称“红双喜集团”)主办,上海国韵双喜文化有限公司(下称“国韵双喜”)承办的“双喜启程,焕新起航”——红双喜集团创新研发中心启动仪式成功举办,创新研发大楼的落成启用,标志着红双喜集团创新研发中心正式成立。

五个老字号

说起红双喜,或许你的第一反应是,乒乓球。的确,红双喜乒乓球器材这一上海品牌,早已在世界乒坛留下了深深的上海制造的印记。不过,红双喜集团下属及关联企业还拥有五大老字号品牌“马利”(中国驰名商标)、“敦煌”“施特劳斯”、“立信”(上海市著名商标)和玩具品牌“上玩”。

在中国民族乐器界久负盛誉的“敦煌”品牌诞生于1962年,是上海民族乐器一厂有限公司所打造的中国品牌。马利创立于1919年,迄今已有100多年的历史,是中国知名的画材颜料品牌,中国著名画家陈逸飞曾经说过一句话:“马利的历史也是我们中国画家发展的历史。”“施特劳斯 STRAUSS”则是中国最早的钢琴品牌之一,迄今已有120多年的历史。而立信品牌源于立信会计用品社和教育家、著名会计师潘序伦先生创办的立信会计图书用品社,在会计行业具有90多年的历史。

老品牌也需要新思路。“品牌发展到现在,需要一些新的元素,如果还是老面孔的话,或许跟不上现今的消费市场。”红双喜集团党委书记、董事长石新一指出,“除了满足一些实用的功能,还要让老百姓有精神上的愉悦。所以,我们的创新,要跟市场相结合。”比如,在马利颜料和施特劳斯钢琴的产品设计和包装设计方面进行创新。

百年马利和他的艺术家朋友们,诞生了一批艺术衍生品,作为伴手礼,体面、有档次的同时,弘扬并传播着中国文化、海派艺术。中国海派国画艺术家陈家冷的荷花图,印上了中国名茶的封面;张聿光的国画、刘海粟的题字,做成了卷轴冰箱贴。

老品牌也需要新发展。石新一坦言,红双喜集团有品牌、场地和资金,“但我们缺人才。”因此,红双喜集团与高校进行产学研项目合作,与研究院专家共商技术发展,请画家、音乐家等各界人士参与创新开发。

中国新色彩

马利“四季江南”传统中国色系列颜料的发售,是一种新的破壁。国色雅韵与江南文化魅力充分融合,雅俗共赏、以美育人的新境界由此诞生。传统中国色系列颜料以“江南四季”为主题,展开“江南春·春生”“江



马利今年新推出的“雪域华章”纺织品颜料24色

南夏·夏长”“江南秋·秋收”“江南冬·冬藏”四个分主题产品的研发,面向不同画种爱好者与各年龄群,共计推出彩墨纸盒套装、彩墨木质礼盒装和油画棒三个系列12款单品。

总策划胡建君说,“团队尝试承续宋代文人的生活美学,概念上做到诗书画印结合。”除了传统颜色外,产品中还加入了诗词、书画、笺纸、印章等传统文人元素。

再接再厉,今年,上海大学上海美术学院设计团队又推出了马利“雪域华章”中国色彩墨。其灵感来源于中国广袤无垠的雪域高原,纺织画内烯颜料新品则是对中国传统色文化在纺织领域的创新应用。据上海大学上海美术学院党委书记陈静介绍:“江南色的开发,来自于我们的师生团队,其中不仅有色彩的老师,还有艺术史论的老师,同时学生也参与到了城市建设、城市服务中去。”

创新在路上

此次红双喜集团成立的创新研发中心,将通过整合五大关联老字号品牌资源,整合外部优秀资源,助推企业的创新发展。这里也将成为一个汇聚、孵化人才的基地。

红双喜集团党委副书记、总经理董极发布创新研发中心五年规划:中心职能分为产品创新、文创开发、技术管理和品牌建设四个板块。未来,创新研发中心目标将在三五年内,逐步启动系列创新项目。

昨天,红双喜集团分别与上海交大—南加州大学文化创意产业学院、中国美术学院创新设计学院及上海师范大学音乐学院成功签署《战略合作协议》,红双喜集团全资子公司国韵双喜与“冷空间”成功签约,这是由国画大师陈家冷所创办的工作室。在儿时的记忆里,马利伴其左右,如今,陈家冷也在同马利的合作过程中,提供自己的创新思路,甚至他还将从国外带回的珍贵的矿物颜料,赠送给工作人员,给予借鉴。

红双喜集团与上海大学上海美术学院进行的揭牌仪式上,石新一与陈静上台揭牌,“创新研发联合实验室”成功揭牌,陈家冷格外看好,“将来马利颜料的发展一定会有更大的飞跃。这是科艺、技术、审美,跟工厂、集团相结合的新思路,我相信能完整地推动整个产业链。”关于马利中国色的故事,将在这座实验室中,不断呈现。未来,集团也将与各大高校在产品研发、创新设计、文化活动等领域迎来更多合作,赋能老字号品牌。

本报记者 陶邢莹



“敦煌牌”联名款“东西物语”系列乐器