

上博古埃及文明大展盛大启幕

一站式文旅新体验 让观展不止于「看展」

上博“对话世界”第四展
汇集492组788件古埃及文物
超过95%首次来到亚洲
7月19日起对公众开放



■ 彩绘神龛上的鹰神像



■ 猫坐像

本文配图 记者 王凯 摄



昨天下午3时,作为上博“对话世界”文物艺术大展系列的第四展,“金字塔之巅·古埃及文明大展”在上博人民广场馆开幕,7月19日起向公众开放。除了在展厅领略古埃及和中国两个古老文明的跨越时空的对话,上博首创“一站式文旅体验新场景”,融入文创、旅游、新消费,让这次美轮美奂的文物大展,成为推动上海文旅深度融合、赋能城市消费场景的动力。

昼夜不息 水岸联动

昨天开幕式后,晚上6时,300多名嘉宾登上游轮,让上博游轮成为连接“从尼罗河到黄浦江”的文化引擎。

作为“上海之夏国际消费季”的标杆性活动,在“金字塔之巅:古埃及文明大展”期间,上博将联合名信游船旗下豪华游船,特别打造“从尼罗河到黄浦江”的“上博号”古埃及主题航班,从码头到登船,从剧场到甲板,创意融入美轮美奂的古埃及元素和沉浸式演艺,通过色彩视觉、空间布局、艺术装置、互动体验等,营造出古老而神秘的古埃及氛围,与上博水岸联动,共同演绎古老文明的跨时空对话,打造魔都沉浸式江上文旅新名片。

为打造“全城看展”氛围,在上博人民广场馆及上博东馆附近的地铁转换枢纽,设置了古埃及文明大展的主题灯箱,还有一列轨交2号线“金字塔之巅”专列即将驶出,期待与更多观众的邂逅。

机票+门票、游船+门票、酒店+门票,奇妙夜+门票,美食+门票……上博围绕古埃及文物这一重点IP,全方位打造展览和周边,将让全国来宾趋兴而来,满意而归。

此外,上博特别开发了《埃及猫神庙》游戏,通过微信小程序进入后,玩家将在古埃及猫神巴斯的带领下,通过富有趣味的拼图游

戏,收集展览展出的文物,重建猫神庙,在游戏中自然而然地了解埃及历史文物、神祇信仰、特色餐饮和风俗人情。这个游戏观众可以在排队的时候下载,享受掌上互动的乐趣。

研学讲解 各取所需

“金字塔之巅·古埃及文明大展”汇集492组788件古埃及文明不同时期的珍贵文物,超过95%的文物是首次来到亚洲。展览期间,上博将为观众提供特展导览折页及微信导览服务,并开展一系列特展教育活动:全年不间断的12场特展讲座、24场特展工作坊以及“博观大课堂”学生专场。上博学院配合本次埃及特展策划了各类文博教育活动,覆盖从青少年到成人的各年龄段的人群,如针对亲子家庭的主题活动《木乃伊与法老猫:趣味古埃及探索之旅》;针对成人的《来自两千年前的面孔:震撼心灵的古埃及木乃伊肖像画》和《神灵与珍宝:揭开古埃及神秘面纱》等主题导览活动;同时,学院还为正值暑假的孩子们研发了六大埃及主题夏令营。

此外,锦江集团在上博展厅设置了推广点,上博携手锦江集团推出“跟着喵神,走进古埃及”系列课程,共设计了六大课程领域和八大课程主题,包括古埃及的文字认知与学习、图像认知与学习、数学思维探究、宇宙认知、信仰认知和审美认知。融合多学科知识,以展览藏品为媒介,从数学、天文、艺术、海洋、审美、文字和图像等多维度理解古埃及。

展览期间特别推出付费人工讲解服务,经过培训和考核的讲解员以生动有趣的方式为参观者讲述各项展品的历史、背景、意义,进一步走近古埃及文明。
本报记者 乐梦融

埃及展

可以戴
可以吃
可以玩

上博文创让人禁不住买买买

记者昨天探营上博“金字塔之巅:古埃及文明大展”时发现,上博与展览相关的文创产品已成一大大热点。

首发近600款文创产品包含“萌神守护”“众神信仰”“神圣符号”“象形密码”和“埃及风光”五大系列,被金字塔元素、荷鲁斯之眼、圣甲虫等经典埃及文化符号吸引的观众毫不犹豫地买买买。“神秘,好看!”是许多参观者流连忘返时发出的惊叹。

上海博物馆副馆长李峰介绍说:“这次文创产品连设计者自己看了也想买,就一定受观众欢迎。”

穿戴

首饰在古埃及具有全民性的影响力。这次的文创产品中有很大一部分是从文物中提炼出相关元素的首饰。在古埃及文化中崇尚对称和秩序,又喜欢使用红玉髓、绿松石和青金石这些象征保护、健康、荣耀和力量等美好期盼的半宝石,因此,这次展览文创产品的色彩十分绚烂华丽。

在文创DIY活动区,观众可以用串珠的方式“复原”古埃及首饰黄金项链。饰品的灵感元素来自于埃及隼鹰头乌塞克。乌塞克(Wesekh)是埃及最常见的饰品类型之一,被放置在木乃伊的亚麻包裹布中,为死者抵御邪恶和威胁。隼鹰头则代表了

埃及太阳神——掌控生命之光的守护者。用天然晶石及定制配件将文物进行结构重组设计,让观者在手工制作中品味古埃及首饰的色彩美学。

品尝

在展厅备受古埃及文明震撼之后,还能去尝尝“舌尖上的埃及”。上博特色的文创午餐以及文化下午茶,有阿拉伯饮食文化为主题的埃及米烩饭、皮塔饼、烤茄子、烤丸子,还有金字塔蛋糕、猫神面包,异域风情回味在唇边舌尖。

上博文创中心副主任冯炜透露,后期展览还会陆续推出节庆系列,中国传统节日七夕、中秋都会结合埃及展推出文创联动,“比如七夕节结合埃及文化中的爱情女神推出文创系列。”

据透露,为了满足暂时无法来现场看展的观众要求,上博东馆和上博淘宝天猫店也有售卖埃及展的文创产品。

闻香

古埃及作为人类文明史上可考的香水起源之地,香水制作技术可追溯到公元前4000年左右。在“古埃及风情调香工坊”上,观众将有机会亲手设计出自己心目中的“埃及香”。“香薰石膏雕塑工作坊”

以古埃及著名人物为原型,观众可以选择拉美西斯二世或纳芙蒂蒂雕像,动手体验浮雕石膏头像的制作,制成的石膏像可以刷成璀璨金色,再选择喜欢的精油注香,体验爱美又懂享受的埃及人的一天。

以此次埃及展为契机,上博文创探索推出剧本游《萨卡拉的秘密——最后的猫神节》活动,为观众尤其是年轻群体提供一种全新的剧情向、可互动、沉浸式观展体验。参与者将以希罗德德遗留的手稿开启一场穿越时空的冒险之旅,在观展的过程中,通过任务指引、线索解读、道具使用等,与博物馆各处的图坦卡蒙、拉美西斯二世等重要历史人物相遇,帮助猫神贝斯特完成猫神节庆典,亲身体验古埃及文化的魅力。

上海博物馆党委书记汤世芬表示,2023年举办的现象级大展“从波提切利到梵高”艺术展,据不完全统计拉动周边及全市消费的比率是1比15。此次古埃及文明大展,关注度高、展期长,目前看购票观众来自全国各地,我们希望流量更会带来“流水”,提升观众更高的文旅消费热情。

古埃及文明大展开幕后,有参加开幕式的观众代表在网上贴出了文创消费记录,一个个拉出来的支付数字都是对文化满满的热爱。

本报记者 徐翌晨

