

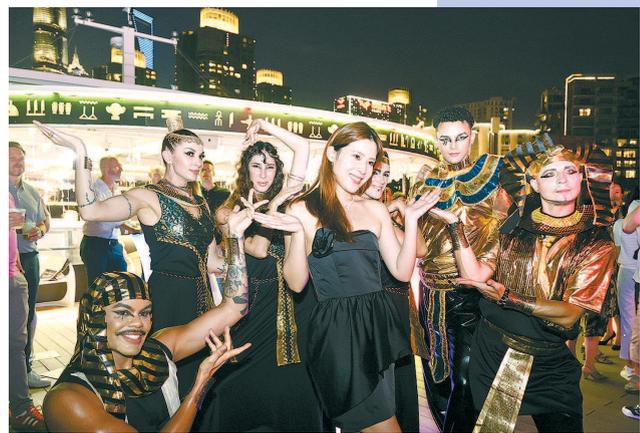
古埃及文明大展满月 上海创新点燃法老魅力

# 上海博物馆晒出亮眼成绩单



■ 古埃及文明大展持续火爆 本文图片 记者 王凯 摄

作为“上海之夏”国际消费季标杆活动之一,“金字塔之巅:古埃及文明大展”到昨天开放运营满1个月。这是上海博物馆举办的全球最大规模、亚洲最高等级的古埃及文物出境展,也是中国官方博物馆首次与埃及政府合作的世界顶级文物展览。1个月内,展览迎来海内外观众超过31.7万人次,相关文创销售近4500万元,全网话题传播12亿次,商旅文体溢出效应尤为明显。



■ 「上博号」古埃及主题游船

因展览持续火爆,周边交通、酒店、餐饮、购物等系列消费持续升温。据后台数据及观众抽样调查统计,“古埃及文明大展”对不同年龄段、不同性别的观众都具有很强吸引力;观众中70%是外省市观众,其中逾7成是为本次特展专程来沪;从文化消费上看,平均消费(或意愿消费)1684元,另外观展游客平均在沪停留3.59天,平均总开销4255元。

在这份亮眼的成绩单背后,是持续放大“文博热”溢出带动效益,为上海及全国博物馆文化事业创新发展提供了示范样本。

在日前的学术座谈会上,上博

从多个维度分析了古埃及文明大展出圈火爆的缘由。首先是强化文物价值挖掘,充分发挥上博在全球资源配置、促进文明交流互鉴方面的独特能力。

其次,深化业态融合创新,充分激发上博在促进文旅深度融合、培育新质生产力方面的发展潜力。“上博号”古埃及主题游船打造沉浸式江上文展新名片、携手东方航空推出“机票+门票”特色套餐产品、携手申通地铁打造地铁2号线“金字塔之巅”专列等,通过水陆空、地面、地下的各个场景,全面覆盖了宣传热点。

上海博物馆馆长褚晓波强调,“在探究亮眼成绩单的背后,除了展览本身内容精彩之外,离不开上海这座城市的精神品格所带来的魅力和吸引力,亦离不开上海多年来形成的浓厚的文化艺术消费氛围,更离不开市委市政府为打造高质量发展、激发文化活力推出的一系列创新举措。”

针对“购票难”的问题,上博方面做出再一次提示:上博每月1日中午12时起会开启下一个月的购票通道(比如9月1日起开售10月1日至31日门票),请有观展计划的观众及时在上博参观预约小程序上购票参观。其次,上博为本次

展览特别打造“一站式文旅体验新场景”系列活动:例如通过携程旅行App搜索“上海博物馆”购买展览门票、奇喵夜活动票等;通过东方航空官网购买“博物馆优享”机票+门票产品;通过锦江集团官方渠道可以购买酒店+门票及相关研学产品;通过博新全宇宙小程序购买“虚实互动通票”产品;通过悦星

旅游公众号商城购买“古埃及主题航班”联票等。

此外,为了回馈广大观众对“金字塔之巅”古埃及文明大展的热情参与和支持,上海博物馆携手埃及航空公司举办每月1次的抽奖活动,奖品包括一张上海往返开罗的机票及埃及境内8日免费畅游旅行。 本报记者 乐梦融



## 五年“对话”终成“至宝”

上博携手新民晚报推出上博讲坛新书昨书展首发

“要了解上海博物馆,这是入门的书。”上海博物馆原馆长陈克伦介绍。“专家宝贝讲文物宝贝,是博物馆研究阐释文物的根本,也是让文物活起来、讲好中国故事的最好方式。”上海博物馆党委书记汤芬芬说。昨天,这本《对话至宝——上博

讲坛第一辑》在上海书展中央大厅首发,引发读者抢购。

《对话至宝》由上海博物馆与新民晚报社联合主编,文汇出版社出版,根据上博讲坛第一季内容编辑而成。从陶瓷到青铜器,从金石到书画,十位上博专家以深入浅出的方式,从各自的领域带读者走近国宝文物,推广和普及中华绚烂文明。

打开书,便是踏上一段与国宝

的对话之旅,每一件文物都不再是冰冷的展品,而是有温度、有故事的生命。身为上海博物馆书画研究专家,凌利中翻阅这本新书时涌起一阵感动:“这本书把我们略显枯燥的学术研究,像讲故事一样从幕后呈现到台前,启迪了当代观众如何更好地游览博物馆。”

观众朱正琪是《对话至宝》的第一批读者,她坦言,自己是上博的忠

实粉丝,每个月都会逛上博,关注上博所有的展览,很喜欢上博的文创,还购买了很多文物复制品。她迫不及待地打开了新书,连说了几句“特别好”:“以前我只是逛展览,这一套书让我有机会‘聆听’那些错过的讲座精华,希望后续的书藉可以持续和观众互动,这对提高我们市民的文化素养有重要作用。”

始于2019年的上博讲坛,由上

博与新民晚报社携手打造,是一个飞入寻常百姓家的文博普及类文化品牌。五年的持续推进,上博讲坛搭建起了一个文博交流的平台。如今,上博讲坛依然在定期举办,这套书的第二、第三、第四辑正在编撰之中。上博与新民晚报也将长期秉承服务大众的理念,为传播中华文明、普及文化艺术孜孜不倦。

本报记者 赵玥



▶ 赛事Logo



## 又一全新自主品牌赛事 用骑行丈量五个新城

# 2024环上海·新城自行车赛下月举行

金色的秋天里,我们在上海同自行车有约,破风、逐梦。2024年9月20日至22日,上海又将迎来一项全新的自主品牌赛事——2024环上海·新城自行车赛将在嘉定、青浦、松江、奉贤和南汇五个新城举行,这也是上海首次由五个新城联动举办体育赛事。

本次赛事吸引了来自中国、法国、阿联酋等国的20支职业车队参与,并将在最后一个比赛日举办面向广大骑行爱好者的全民骑行活动。职业骑手与业余骑手一起,破风疾驰、逐梦前行。

9月19日,世界会客厅将举办赛事启动仪式暨外滩骑行巡游活

动,参赛选手在外滩骑行、感受城市魅力。

9月20日第一赛段将在嘉定新城举行,全程约115公里,从上海国际赛车场出发,途经上海市市民体育公园、远香湖、嘉定区图书馆、保利大剧院等。9月21日第二赛段,选手从青浦新城骑至松江新城,全程约87.2公里,途经朱家角古镇、淀山湖风景区、佘山国家森林公园、广富林郊野公园等。9月22日第三赛段,选手转战奉贤新城,一路骑行至南汇新城,全程约96.5公里,沿途经过上海之鱼、九棵树未来艺术中心、奉贤区博物馆、言子书院、春花秋色公园、海堤大道、滴

水湖等,当天,还将在滴水湖畔举行面向所有骑行爱好者公开报名的38公里全民骑行活动,现场还有集品牌展示、美食分享、文体演出于一体的嘉年华活动。各具风采的五个新城赛段正是新城发展成果的缩影和真实写照。

本次赛事LOGO是一位骑行者的姿态,两个圆形车轮联接既象征公路赛道,代表着“无限”符号,传达了骑行无极限、运动无边界的概念。LOGO同时融入了五个新城赛段地标,圆形湖泊既是淀山湖,也是上海之鱼,连接处是上海国际赛车场,上方展示了骑行者攀爬佘山,终点是滴水湖畔的秀丽风光。

借由骑行者“人”字形的联接,整体设计象征着人和城市建设的紧密关系,践行宜业、宜居、宜乐、宜游的“人民城市”重要理念。

首届环上海·新城自行车赛的举办,将对标国际,在助力上海打造世界一流国际体育赛事之都的背景下,进一步完善上海自主品牌赛事体系。据悉,未来,环上海·新城自行车赛将以打造国内自行车赛事标杆为目标,联动自行车产业链,放大自行车项目的运动、时尚、科技等元素,以赛事为平台推动产业发展和升级,进一步提升这一时尚运动的巨大市场潜力。

本报记者 陶邢莹