

大隐书局落户青溪园 “知道书院”延续古建文脉



今天是元宵节,在上海青浦区的青溪园内,与万寿古塔为邻的“大隐书局·知道书院”开业。在古木环绕的一石一水、一亭一阁间,约4000平方米的“大隐书局·知道书院”采取公益图书馆+实体书店“馆店融合”的运营模式,打造为集亲子阅览室、少年阅览室、综合阅览室、雅集空间、文创合集、咖啡空间、茶饮空间于一体的复合式文化空间,提供涵盖传统文化、江南主题、海派特色、文史哲、亲子阅读等内容的近万册藏书及近千册期刊。

书院一方古建筑

“大隐书局·知道书院”前身是创建于清嘉庆五年(1800年)的青溪书院。一代代硕儒文豪在此留下真章文墨,为其注入了深厚的文化底蕴。书院整体建筑沿袭了中式书院风格,采用白色外墙涂料和灰色筒瓦等材料,以传统色彩及肌理,营造出古朴典雅的氛围。书院布局严谨,呈中轴线对称式。师觉堂和文昌阁坐落于院落的轴线上,成为书院的主体建筑,而斋舍等则对称分布在东西两侧,主次分明。这种布局方式不仅体现了中国传统建筑的规划理念,也赋予了书院庄重、沉稳的气质。院内的一步一景,屋檐上的飞檐,都能体会到岁月变迁的痕迹与历史车轮不息的滚动。书房后面的小园子里,树影横斜,令人顿觉豁然开朗。

据介绍,如今的书院以“知道”命名,寓意“通晓天地之道,深明人世之理”,凸显其继承传统、探究学术、传播文化、倡导真理、阐扬正道、创新未来的文化使命,致力于营

造“水木有佳色,塔影过书声”的审美情趣和人文氛围。书院内提供的书籍同时聚焦品质生活美学、经典国潮文创、创意地方风物等主题,全年联动全国超100个文创品牌,推出近30000件精选好物。此外,书院全年将策划组织阅读分享、新书发布、亲子互动、主题展览、艺术导赏、文艺演出及创意市集等活动近百场,不断满足读者对休闲阅读与品质生活的需求,构建高审美、可阅读、有温度、强标识、沉浸式的现代书院新范式。

从今天至3月20日,围绕“我们的节日·欢乐中国年”以“青浦生春潮,青溪新花开”为主题,开展一系列精彩纷呈的文化活动。《民俗里的中国智慧》主题首展为青浦周边市民再添年味儿和祝福。书院为首批读者赠送读者卡,以推动书香青浦的建设。

园里一幅“水墨画”

青溪园作为青浦区环城水系工程的一部分,孕育了许多美丽的景观。“知道书院”

旁的万寿塔相传是在清乾隆八年由当地士绅募款建造,这座拥有近300年历史的古塔,见证了青浦的历史变迁。这几天,朵朵梅花绽放在枝头,青溪园里暗香浮动;“知道书院”的黛瓦白墙、古典院落,与远景的万寿塔,共同构成一幅灵动的山水“画卷”,大气开阔,疏密有致。

青溪园内,元宵游园会汇集了非遗技艺、文创好物、国风巡游的青溪乐事集,深受市民游客欢迎。各种传统的民俗活动在这里集中展示,如古法制香、糖画制作等,观众可以近距离观看民间艺人的精湛技艺,感受传统文化的魅力。还有套圈、抽陀子、顶核子等九子游戏,提醒人们的童年回忆。逛灯会、猜灯谜、对诗词等内容极具人气,吸引了各个年龄段的参与者,共同营造欢欢喜喜的节日气氛。

“大隐书局·知道书院”的开业,是大隐书局探索实体书店,参与公共文化服务建设的又一样板,由此助推文旅融合、文商融合、文绿融合的新模式。

本报记者 徐翌晟



昨天,《哪吒之魔童闹海》(简称《哪吒2》)票房突破90亿元。这部动画电影,不仅再次点燃了观众对国漫的热情,更带动了衍生品市场的消费热潮。

《哪吒2》的衍生品涵盖了潮玩、文具、食玩、出版物、毛绒产品、生活用品等多个大类,价格从几元到几百元不等。在上海的各大商场、店铺以及电商平台上,哪吒、敖丙等角色的周边产品随处可见,吸引了大量消费者争相购买。有网友感慨:“上海已经成为一座巨大的哪吒‘痛城’。”“痛城”一词源于日本“痛文化”,指的是动漫角色或文化元素被广泛应用到城市各个角落。

近日,有网友传言“《哪吒2》在上海南京路的百联ZX开了主题店”,经过实际探访,百联ZX并未开设相关门店,只是随处可见的《哪吒2》周边以及宣传海报、立牌造成了网友误会。商场一楼的万代魂旗舰店专门开辟了一块哪吒手办展示区,吸引许多观众前来打卡,店内的两套手办已经有一套卖断货了;二楼的中信书店提供电影官方设定集的预订服务;三楼中庭还有哪吒、敖丙的捏捏玩偶售卖。热销的《哪吒2》周边还有泡泡玛特联名款盲盒。与百联一街之隔的泡泡玛特全球旗舰店二楼入口便展示了一套。不过目前店内的现货已经告罄,观众可以选择现场扫码预订、邮寄到家的服务。

另一个被传有“主题店”的凯德晶萃广场虽然暂未开店,但也是“哪吒”浓度颇高。在商场B2层,有与《哪吒2》联名的酸奶饮品店,购买饮品可以获得冰箱贴、帆布包等周边产品,还可以在店门前《哪吒2》主题的小推车拍照打卡,在收银台领取卡片收集印章。此外,还有森罗万象快闪店内售卖哪吒卡牌和捏捏玩偶。据店员介绍,此前上架的电影辐射

《哪吒2》衍生品 线上线下载热销

票和亚克力摇摇乐“到货10分钟就被抢购一空”。森罗万象合作方、上海乐宜产品总监吴凯鹏介绍:“快闪店开了一个半月,《哪吒2》周边上架之后,人流量增加了40%。最初大家买卡牌是一包一包买,现在已经是一盒一盒买了。我们会在一到两周内补货,还会陆续有新的产品上架,增强店铺的《哪吒2》主题,也有开主题店的可能。”

线下屡屡断货,线上的火爆销售也不遑多让。塑料主义(FunCrazy)与《哪吒2》合作在线上推出周边众筹项目,原本目标筹款10万元的项目,目前众筹金额已突破2500万元,发光手办单款销量就超过两万件。而原本专注于番剧和游戏领域的众多动漫折卡直播间,也纷纷将折卡内容更换成集卡社和卡游分别推出的两款《哪吒2》卡牌,并同时推出了“叠叠

乐”等促销玩法。与泡泡玛特联名推出的“天生羁绊”系列盲盒手办早早全线售罄,平均每天还有超过2万人在线搜索。在闲鱼等二手平台上,部分热门款盲盒甚至出现了溢价现象,如“牵手哪吒”与“牵手敖丙”盲盒溢价超过50%,隐藏款“敖丙版哪吒”价格高达200元以上。

《哪吒2》衍生品的热销不仅体现了电影本身的成功和消费者对国漫文化的热爱,也展示了衍生品市场的巨大潜力和发展前景。上海,作为一座二次元文化友好、二次元氛围浓厚的城市,更是抓住电影热映的时机,及时在线下推出各类联动活动、周边专柜,满足市民游客的文化消费需求。随着国漫的不断崛起和消费者消费习惯的形成,未来也需要更优秀的国漫衍生品设计,为消费者带来更多惊喜和选择。本报记者 吴旭颖



赏一出越剧《重圆记》 看有情人「破镜重圆」

“人月两团圆”的元宵佳节,自然要唱一曲团圆的故事。今晚,上海越剧院推出的原创新编剧《重圆记》在上海宛平剧院上演。作品改编自“破镜重圆”的经典故事,讲述了南朝陈后主陈叔宝之妹乐昌公主与太子舍人徐德言的爱情传奇。

有别于传统呈现方式,《重圆记》的舞美以现代科技赋予古老戏剧全新的艺术表现力,多媒体设计以“镜”为线索,采用影像分裂与重叠技术,表现“破镜重圆”的戏剧张力,舞台两侧更设置了虚拟画卷屏幕,随人物行动流转描绘江山变迁,展现家国兴衰与人物命运的交融。

《重圆记》以“铜镜”的分合为线索,通过“分镜”“守镜”“卖镜”“题镜”“逢镜”“圆镜”六个章节,展现了夫妻之间的悲欢离合。编剧罗周表示,该剧以爱情为核心,辐射出时代变迁的风云,展现了人类情感的坚韧与力量。导演董薇薇表示,该剧在保留越剧传统艺术特色的同时,融入了现代审美,在曲调旋律、服装造型、舞美设计等多个维度进行了创新。

剧中,杨婷娜饰演的徐德言是一位温文尔雅的江南才子,李旭丹饰演的乐昌公主则展现了女性的坚韧与智慧。这是时隔12年,两人再度携手原创越剧新编戏。演出持续三日,恰从元宵节演到情人节,这个有情人历经磨难但不离不弃,最终破镜重圆的故事也让人深受启发。

“圆”在中国人的传统审美记忆里是“和谐、圆满”的象征。舞美设计胡佐为《重圆记》构建的舞台空间围绕“重圆”二字,从“圆”展开,以“圆”结尾,展现“破镜终将重圆”的美好愿景。行走“圆”中的人,秉承魏晋之风,服装浓烈的色彩搭配和细腻的花纹图案,也提升了作品整体氛围感,把越剧的浪漫婉约展现得淋漓尽致。

造型设计阳东霖为乐昌公主定制的衣裙保留魏晋时期款式——衣摆宽大且呈多层堆叠,行走间衣袖飘飘,既体现时代风貌,又符合越剧女性角色的柔美和温婉。徐德言的服装则在魏晋男装的基础上,融入了越剧服饰的剪裁特点,展现出其潇洒、儒雅的气质。

本报记者 朱渊