

印下北京中轴线千姿百态

刻出浦江两岸景相得益彰

到中华艺术宫看『世界文化遗产』



从韩天衡等名家传统印章作品到光敏树脂制作的“永定门”，260余枚篆刻作品组成的“世界文化遗产北京中轴线——印记北京中轴线大众篆刻作品展”巡展，昨天起在中华艺术宫与观众见面。正如中国美术家协会主席范迪安所言：“在展览中看到印章材料与美感相结合的作品，千姿百态。大众篆刻走向大众，走近生活，彰显出蓬勃的创新活力，为加强文化传承、增强文化自信作出了积极贡献。”

让印章“动”起来

2024年7月，联合国教科文组织宣布北京中轴线列入《世界遗产名录》。北京中轴线位于北京老城中心，全长7.8公里，始建于13世纪，是统领整个老城规划格局的建筑与遗址的组合物。展览的第一部分，从北京展览作品中精选了200余枚印章。展厅内的布局，也被设计成“中轴线”的路径，观众可以一路“走”过钟鼓楼、正阳门、先农坛，到达南端的永定门。

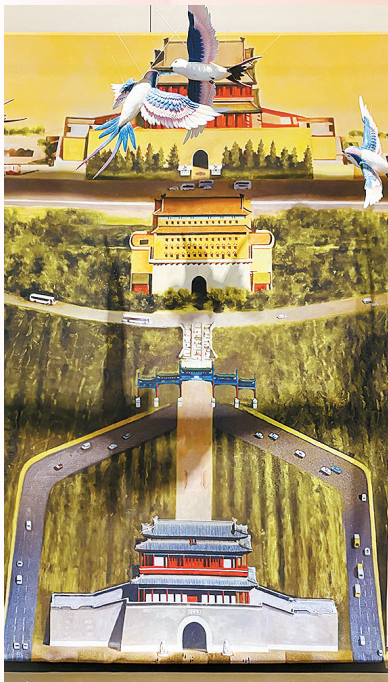
中国艺术研究院篆刻院名誉院长骆芃芃为展览专门创作了“北京中轴线”，作品融合了中国古玺与秦印的艺术精髓，特别是印面“中”字和东西对称的构思布局，生动诠释了“北京中轴线”作为城市地理标识的历史意义。在这件作品对面，是以北京天坛祈年殿为造型，采用“模块化+数字交互”创意设计的“印章”，观众透过全息棱镜装置，能观赏到“印记北京中轴线”展览的多枚大众篆刻作品。作为创作者之一的石天旭介绍，这枚“印章”可更新存储模块，切换全息影像，根据不同主题内容，结合3D打印技术，轻松更换造型、印面及边款等内容，篆刻作品在这里打破了静态呈现的传统模式。

让印章“新”起来

除普通石材印章外，观众还可以看到光敏树脂制作的“永定门”、琉璃材质激光刻制的“乾清宫”、光纤传像材料制作的“回音壁”、3D打印复刻的“庆成宫”等。北京首都博物馆的3件镇馆之宝——西周时期的青铜器伯矩鬲、班簋，以及元代青花凤首扁壶，此次也来沪参展。展览的第二部分，特别邀请上海本地学校师生、企业职工等大众篆刻爱好者围绕上海红色文化、名胜古迹、历史遗产等题材创作了60余枚大众篆刻作品。“共产党宣言”印章、“上海展览中心”印章、“上海解放纪念馆”印章，以及空心玻璃微珠材质喷绘雕刻而成的“徐家汇观象台”、黑水晶和锌合金材料激光雕刻而成的“金茂大厦”，都让观众耳目一新。

展厅内设置的文创互动体验区，观众可通过篆刻机自定义文字与图案，亲手设计、现场制作纪念印章。总长7.8米的北京中轴线微缩景观模型、百余件北京中轴线主题的文创商品，以及限时体验的打卡集章活动，让观众可看、可学、可玩。

本报记者 徐翌晟



▲ 展览现场
徐翌晟 摄



扫码看视频

昨天，南京东路上百联ZX创趣场一楼迎来两位特别嘉宾，一位是风驰电掣的蓝色闪电索尼克（见下图），一位是《间谍过家家》里活泼可爱的阿尼亚。作为“一日店长”的他们为排队的粉丝签名，与各地玩家合影，他们还各自为店铺的开业剪彩——“五一”假期，世嘉全球首家官方旗舰店和I.G&WIT全球首家旗舰店在沪启幕。

文体社会

惊喜 又见索尼克

作为电子游戏行业先驱，SEGA最初以街机游戏起家，凭借《刺猬索尼克》等经典IP风靡全球，《人中之龙》《女神异闻录》等作品持续引领潮流，是玩家心中不可替代的“蓝色闪电”。此次SEGA全球首家旗舰店落户上海，旗下12大经典IP构筑起沉浸式体验店铺，为玩家开启通往游戏幻想的任意门。

除了“刺猬索尼克”系列，极道热血史诗“人中之龙”系列和“女神异闻录”系列的现象级作品《P5R》、战略游戏《P5T》以及经典重启之作《P3R》都将陆续亮相。店中还设置了新作游戏的体验专区，以及由中国本地企业企划并制造的原创商品，以满足粉丝的多元需求。

虽然今天才是SEGA全球首家旗舰店正式开业的日子，不过前两天店铺试营业期间，这些原创商品已经引发了多轮购买商品的热潮，更有特意从外地赶来的粉丝欢聚在此。

百联ZX创趣场总经理李凌表示：“SEGA全球首家旗舰店不仅是商业合作，也是上海对年轻消费趋势的精准回应。”

沉浸 打破次元壁

作为闻名全球的超一线动画制作公司，Production I.G&WIT STUDIO参与制作了《攻壳机动队》《进击的巨人》《黑子的篮球》《排球少年!!》等多部重磅级作品，让两家动画制作公司在全球范围内收获大批粉丝。落地于上海百联ZX创趣场的Production I.G&WIT STUDIO全球首家IP周边售卖旗舰店，同时汇聚了《进击的巨人》（Season1—3）《间谍过家家》《排球少年!!》《黑子的篮球》多个热门动画IP周边商品，为广大二次元粉丝打造“集合式”商



品购物体验。

作为店铺运营合作伙伴，路画影视&谷谷逛谷GuGuGuGu总裁蔡公明郑重“承诺”：“我们将以沉浸式的核心运营理念，打破现实与动画的次元壁，搭建起沟通与交互的桥梁，让这里成为耀眼的二次元打卡地。”

上海的一月又一月谷子店、一场又一场发布会、一家又一家全球旗舰店，承载了从全国各地赶来的粉丝的热情，它们将通过“游戏+商业+社交”的创新模式重构线下娱乐场景，以次元狂欢为新消费时代画就生动注脚。

本报记者 孙佳音

小猪妖闯出浪浪山

《中国奇谭》首部喜剧动画电影定档8月2日

本报讯（记者 孙佳音）由上影主投主控的《中国奇谭》首部喜剧动画电影《浪浪山小妖怪》，日前定档8月2日公映，“妖你嚟行”版定档预告片与定档海报同步发布。影片原名《小妖怪的夏天：从前有座浪浪山》，由《中国奇谭》之《小妖怪的夏天》原班主创团队打造，在同一世界观框架下，开启一段发生在“平行时空”的全新故事，展现小猪妖的另一种“妖生”——闯出浪浪山，与同为无名小妖的蛤蟆精、黄鼠狼精和猩猩怪组成草根小队，勇闯取经路，踏上荒诞离奇的冒险旅程。

2年前，中式奇幻动画短片集《中国奇谭》成为现象级作品，引发全网热议。其中的第一集《小妖怪的夏天》，以主角小猪妖作为“努力打拼的无名之辈”的缩影，消解了传统神话与都市现实的边界，引爆观众的情绪共鸣，单集播放量突破1亿次。《小妖怪的夏天》中的小猪妖曾为是否离开浪浪山而踌躇，而此次电影《浪浪山小妖怪》发布的定档预告中，小猪妖的一句“我想离开浪浪山，出去闯闯”则预示其开启了一段

全新的人生故事。猪妈妈挥泪告别，故事温情依旧。而小猪妖的新队友——蛤蟆精、黄鼠狼精、猩猩怪也在预告中亮相。

影片的定档海报中，整齐列队前行的草根四妖仿佛真要去“干票大的”，而阳光照射下的影子则更藏深意：无名小妖竟映出了取经师徒的身影。巧妙的错位设计，留下了身份线索，也埋下了叙事悬念。

作为“奇谭宇宙”的首部电影，《浪浪山小妖怪》并非短片《小妖怪的夏天》的“加长版”，而是实现了全方位的品质升级。影片美术借鉴中国传统国画的造型、用笔、渲染方式，结合现代色彩、光影、透视的表现手法，创造了既有真实感又兼具中国传统审美意蕴的独特画面。上美影凭借深厚的艺术积淀和丰富的创作经验，对影片进行整体艺术指导，在传承经典底蕴的基础上，创新出新时代气质。在内容创作上，《浪浪山小妖怪》用创新手法完成了对《西游记》这一经典故事的解构与再创造。喜剧与动画的结合，将提升角色与故事设定的表现力，进一步放大IP的生命力。

粉丝从全国各地赶来上海排队

这两家店怎么刚开业就火了