



“春节快乐！”“春节快乐！”当地时间2024年12月4日，在巴拉圭亚松森，竟然响起了此起彼伏的中文的拜年之声。

甲辰春节早已过去，乙巳新春尚未来临。这时候在异国的会场，缘何突然响起如此多“恭喜”之词，大屏幕上更有诸如春联、舞龙、中国结等元素闪现，配乐则也是年味十足的旋律。

原来，在此间举行的联合国教科文组织保护非物质文化遗产政府间委员会第19届常会上，“春节”申遗成功。

中国代表团面对数十个国家代表到前祝福，发出漂亮的回礼，装着福卡的红包，寓意将春节申遗成功的欢乐分享给更多人。

特别的底蕴在哪里

消息很快传回了国内。12月4日晚间，当豫园股份副总裁、东方生活美学研究院院长胡俊杰看到央视新闻相关报道，情不自禁脱口而出：“不容易。这是长久的期盼，终于梦想成真！”感慨于央视新闻视频中2分25秒出现的往年豫园灯会美轮美奂的样子，胡俊杰加紧再次跟公司相关部门强调：“大家务必克服困难，安全有序进行灯组安装，确保2025乙巳蛇年豫园灯会能够精彩亮相！”12月17日，2025豫园民俗艺术灯会暨豫园灯会30年特展发布会在上海豫园商城举行。发布会上宣布，“三十而立”的豫园灯会，将于2025年1月1日璀璨绽放，至2月12日，共计持续42天，非遗灯会迎接首个“世界非遗版春节”。与2025年豫园灯会同日开启的，还有主题为“不止灯彩”的豫园灯会30年暨中国彩灯艺术展，展览将于2025年1月1日至2月28日在豫园商城华宝楼三楼举办。

豫园股份与春节的缘分，不仅仅体现于已经有30年举办历史的豫园灯会，从绿波廊、上海老饭店、上海德兴馆、南翔馒头店、和丰楼的餐饮，到老庙、亚一金饰，豫园股份旗下诸多老字号、老品牌，都与春节相关——反正节前必然是订餐旺季，节日期间那年年岁岁款式不同各种别致的珠宝首饰，自然让消费者感觉平添喜色，购销两旺。比如将传统金饰文化与现代设计理念结合，把东方生活美学元素融入产品设计的老庙黄金，正在进行数字化转型——设计、销售领域跑上了信息高速公路。随着企业的运营发展，近年来，比如在珠宝首饰品牌中，豫园股份旗下LUSANT（露璨）、DJULA（珠蕊）等或源于法语或本就是法国设计师珠宝品牌者，也在春节节日消费市场占据一席之

地。这也从一个侧面看到中国传统佳节春节的开放性与包容性。这一点，甚至本就是中华民族上下五千年文明不息的一大原因。从销售额来看，2023年豫园股份珠宝时尚业务实现营收367.27亿元，同比增长11.1%。产品方面，共上新329个SKU，古韵金产品销售达89亿元，同比增长71%。

就在春节申遗成功前不久，11月16日，第五届全球城市发展研讨会暨《2023全球城市发展指数》《东方生活美学消费发展蓝皮书》（以下简称“蓝皮书”）发布会在上海师范大学举行。《新民周刊》记者在现场所见，由豫园股份联合北京大学文化产业研究院、上海华夏经济发展研究院等机构的专家共同撰写的蓝皮书，受到了与会中外专家学者的重视。

有专家认为，在学术领域、理论研究范畴，“东方生活美学”早已被学者提出，学术价值获得了广泛认可，但在当代社会，“东方生活美学”如何影响国人生活，甚至该如何促进中外文化交流，当有更深入的探索。更有专家认为，“东方生活美学”在当代市场经济条件下，对引导消费，以及对各企业探索与构建未来发展路径，都颇有助益。上海交通大学二级教授、博士生导师、上海市民俗文化学会会长周斌博士即言：“中国有一句老话叫老料新作，非常形象地表述了我们传统文化在新时期的转型。东方美学，它是一种历史的美学，也是现代的美学，也该是我们未来的美学！比如现在市面上新中式家具，包括新型建筑的架构，都体现了具有当代色彩的东方美学。我跟贝聿铭先生比较熟悉。他在世的时候，在建筑领域，一直在推动东方美学世界化，正因为如此，他的设计作品是特别有文化底蕴的。”

在周斌看来，把东方美学运用到我们现在的生活当中——东方生活美学，是十分值得看好的。当然，新近成为世界遗产的春节，本就是“东方生活美学”之集大成者。

一代代上海人的心梦之地

你见过1857年的豫园吗？2023年秋日的一个午后，书法家胡考先生在几张老照片前伫立，思绪万千。见有人来，胡考不禁如沉吟一般发问。其实，他本人也没有亲眼见过1857年的豫园，只是眼前的照片令他感慨世间事的变与不变。

在一张题为“1857年的豫园”的照片中，胡考看到了园中的太湖石。如今，这太湖石应该仍在。而在展出的同一组照片中，清宣统二年（1910年）改建的小东门，经历了短短三年，就于