

# 白玉兰如何才能更“出圈”

## 科研、文化、品牌一齐发力讲好市花故事

在人民广场，共种植了221株白玉兰，这片上海市中心最大的白玉兰景观群落，在上海的“心脏”向上生长，犹如这座城市永远勃发的生机。无绿叶，不争春，在春花竞艳的季节，上海市花永远显得那么低调。今年，第十届上海市民绿化节暨首届白玉兰文化节在徐汇滨江开幕，上海市花第一次迎来了属于自己的节日。为此，有一群人已经奔走数年。

青年报记者 刘晶晶



白玉兰“争先、开放、朝气”的自然文化特征非常符合上海的城市气质。

本版摄影 青年报记者 吴恺

### 呼吁多年

### 市花文化节终于落地

1983年植树节，上海绿化部门动议在人民公园、中山公园等11个公园设点，请市民投票评选市花。在回收的10万多张选票中，白玉兰脱颖而出。1986年，经上海市人大常委会审议通过，白玉兰成为上海市市花。

然而在上海市人大代表、上海社会科学院创意产业研究中心执行主任王慧敏看来，白玉兰文化却一直未能“出圈”。“白玉兰虽是市花，却远远比不上樱花的热度，也不如梅花、桃花、油菜花。”

王慧敏从2017年就开始推广白玉兰花文化。“我们当时做了个调研，上海市民中有8成多都喜欢养花、观花，如何以花为媒，挖掘更多背后的文化体验？这是我们想做的事。”而在这个过程中，她却发现，上海的市花受到了“冷落”。“无论是市民对市花的认知度，还是在上海城市中的能见度，都非常低。尤其是许多年轻人，甚至都不知道为何它是上海市花，也分不清白玉

兰、广玉兰和紫玉兰的区别。”

2018年，当时还是政协委员的王慧敏撰写了一份有关“拓展市花白玉兰文化价值”的研究报告，并在当年上海两会上作为民革上海市委会的提案提交上海市政协。“市花代表的是上海的城市文化符号，象征上海城市精神，更是城市的一个美学徽章，应该要发挥它的文化价值，密切城市跟市民的关系。”在那份提案中，就提出了举办白玉兰文化节的建议。

这之后，王慧敏就一直在奔走呼吁。2021年上海两会，她联合了其他37位政协委员，再次联名提交了“以市花弘扬城市精神，讲好上海故事”的提案。在这份提案中，也再次提到了可举办上海市花文化节。“我们建议可以结合市民绿化节和市民文化节，增加对市花文化的推广。”

直到今年，这一提议终于正式落地。

### 科研突破

### 盆栽白玉兰即将上市

“不知道你注意过没有，白玉兰的花没有一朵是向下的，每一朵都是向上的，这种积极向上的精神，是非常可贵的。”对于为何会加入呼吁弘扬白玉兰文化的队伍中去，上海市民营经济研究会副会长陈平这样表示。

这也正是白玉兰能当选为上海市市花的原因之一。时任上海市园林管理局局长、园林专家吴振千曾专门梳理出白玉兰代表的精神品格：冒寒迎春，是上海开花最早的花卉，代表敢为人先的创新精神；先花后叶，朵朵向上，代表奋发向上的进取精神；花色洁白，代表洁身自好的清廉品质。白玉兰“争先、开放、朝气”的自然文化特征，正契合改革开放之初上海“探路先锋”的城市气质。

除了寓意高尚，白玉兰本身也极具观赏价值。白玉兰原产中国，有2500年左右的栽培历史，为庭园中名贵的观赏树。古时多在亭台楼阁前栽植，后多在园林散植或用作行道树。明代诗人陆石描写玉兰“霓裳片片晚妆新”。白玉兰不仅花开美，花朵掉落也极富诗意。微风过处，花瓣如玉，枝头纷落，可谓“微

风催万舞，好雨净千妆”。

“但是很可惜，在市民种植这块，白玉兰的种植还是不够普及。”研究区域经济的陈平对此很有感触。在她看来，白玉兰比较高大，花期短，一般都只作为观赏树来种植，但要让它更广泛地被大众熟悉，没有什么比“人人都能在家种一棵”效果更好了。

值得高兴的是，这一点如今已经有了突破。陈平告诉记者，经过多年技术攻关，白玉兰成功实现了“矮化”，原先四五米高的树现在可以控制在70公分以下，方便市民在家中花园、阳台上进行盆栽，同时还延长了花期，可以开放半个月左右。她透露，今年底，首批商品化的盆栽白玉兰将上市，市花将可以随时被搬入上海市民家。

上海市园林科学规划研究院研究开发的新品种则让白玉兰更有“看头”——“千纸飞鹤”开花早，形似飞鹤；“玉翡翠”硕大洁白，抗水湿性强；“玉玲珑”纤巧可爱，适合盆栽。这些新品种已经在上海世博文化公园、上海闵行文化公园等5个示范点示范种植，今后将逐步在上海街头推广种植。



### 人文价值

### 建筑与花卉碰撞出火花

增加白玉兰的“存在感”，是各方都在努力的方向。据上海市绿委办秘书处副处长丁志钢介绍，有关部门曾对272条道路的行道树种类进行了统计，白玉兰占比不到1%，远不及行道树“四大金刚”——香樟、悬铃木、栎树、银杏。上海绿化部门下一步也将考虑重点增加白玉兰在城市中的种植比例。

而在研究文化创意产业的王慧敏看来，要让市花更“出圈”，推广种植当然很重要，但种在什么地方更重要。

“这几年不少公园也都增加了白玉兰种植，但我们发现在上海一些重要的公共空间、经典地标、历史建筑前还不够多。而很多花走红，都是和经典地标的同

框带来的。”王慧敏说，比如武康大楼前面种植的郁金香，外滩的玫瑰装饰等，都是因为和网红打卡地的“同框”效应进而被带火。

“作为市花，要变成城市的一个重要文化符号，这个工作我觉得不仅仅是绿化部门一家的事情，还需要跟规划部门、文旅部门等一同来做这件事。”王慧敏表示，上海在推广建筑可阅读、“一江一河”，无论是陆家嘴“三件套”，还是北外滩的世界会客厅，包括上海随处可见的石库门，都可以有意识地增加白玉兰，让上海的重要城市空间、地标建筑与市花“同框”画面出现得更多，吸引人们自发去打卡，进而增加对白玉兰的认知度。

她最近发现一个有趣的现

象，今年有两棵白玉兰火了，一棵在龙华寺里，一棵在上音附中。“有年轻人会做攻略，在对面二楼去排一个小时队，可以有最好的拍摄位置。”这种“莫名其妙”的火，背后其实正是因为建筑与花卉之间碰撞出了人文价值。

事实上，白玉兰种植的历史悠久。在古代，被称作“玉棠富桂”的园林花卉，说的正是白玉兰、海棠、牡丹和桂花。“现在的年轻人很喜欢国风、国潮，所以种在龙华寺庙的白玉兰就火了，因为它承载了历史内涵。”而上音附中的白玉兰，则正如同济樱花的火爆一样，因为校园特有的情怀，对年轻人更加具有天然的吸引力。

### 品牌意识

### 讲好白玉兰和上海的故事

要会讲故事，才能让市花文化更深入人心。在王慧敏看来，这就得有一点“品牌意识”。

黄浦江畔的白玉兰造型的游船，让白玉兰365天绽放在了

上海的母亲河上，成为了一道别样的风景。这就是王慧敏的提议。“事实上，你会发现，其实对于白玉兰是上海的代表，国际上反而非常认同。”

有很多经典案例都会用白玉兰来讲述上海故事——苹果在上海刚刚开业的最大旗舰店，发布的限量logo正是一朵融合了白玉兰的苹果经典logo；上海迪士尼的城堡，顶端正是盛开的白玉兰造型；星巴克在上海推出的城市杯、笔记本等周边产品，都少不了白玉兰……

“这就是国际企业的品牌意识，但在我们自己，这方面的意识却还是有所欠缺。”王慧敏表示，白玉兰是上海的城市象征，花的美是没有国界的，上海的各行各业都应该有意识地去

挖掘其中的文化价值来提升自己的品牌附加值，用最上海的方式，通过白玉兰这样的媒介，去把上海的故事传播到全世界。“这也是一种无形资产。”

在这次白玉兰文化节上，就推出了不少白玉兰的文创作品，数字化的手段也被应用。一款含有白玉兰元素的虚拟街区元宇宙中，市民戴上虚拟现实眼镜，便能在上海的各大城市地标欣赏永不凋谢的白玉兰花海。

“推广市花，要年轻化、数字化、市场化，这是非常重要的方向。”王慧敏表示，接下来，还会有白玉兰科普课程进校园，白玉兰闻香评选“上海味道”的市民评选活动等陆续推出。“希望打通情感纽带，让白玉兰365天都开放在市民心中。”