

来自盛夏张园的特别“凉方”

“赏荷乘风凉”，体验海派文化魅力

青年报首席记者 范彦萍

本报讯 虽然处暑刚刚过去，上海的高温天却丝毫不减威力。长时间待在室内躲空调已经开始让人烦闷，去哪儿躲“秋老虎”成了城市里每个人的头等大事。这个周末，张园为这件头等大事送上了一剂特别“凉方”——来张园“天井画廊”，体验一场沉浸式的石库门“赏荷乘风凉”之旅。

“天井画廊”

深度对话里弄生活艺术

此次夏日主题活动，是张园天井画廊系列文化活动的首场。以夏日为启幕，张园还将在其后推出“天井画廊”系列主题



的更多文化活动，融合天井画廊·荷合张园主题文化艺术展览，共同形成张园“天井画廊”的主题表达。

事实上，“天井画廊”的推出，是张园对海派文化重塑的重要内容之一。作为“海上第一名园”，张园有着上海现存最大的石库门建筑群。立足海派建筑，深度解读建筑背后的城市生活和文化发展，是上海张园运营的重要方向之一。

作为石库门建筑中最典型也最有代表性的空间元素，天井历来是上海城市弄堂生活的重要载体。从建筑形式来说，石库门建筑密度相对较高，建筑间距狭窄，缺少大面积室外空间。天井的设置很大程度上弥补了这一缺陷，充当了传统住宅中庭院的作用，使紧凑局促的空间增加了通透感。这也是上海在建筑发展中西合璧的表现，既满足了实际生活的需求，也借鉴了传统建筑审美。

正因此，“天井”成为张园对海派建筑和海派文化理解创新的突破口。通过对“天井”的空间意象解读，张园将城市生活中的经典场景进行了融合重塑，不仅展示了自身丰富的历史内涵和文化底蕴，也为市民提供了一个感受海派文化魅力的绝佳场所。

“为荷而来”

文化持续赋能时代商业

如果说天井画廊·夏日是借由建筑空间场景完成对里弄生活艺术的关照，那么，天井画廊·荷合张园，即2024宋巍彩墨作品展则再次展示出张园在文化打造上的深厚底蕴。

以江南夏日的标志性植物“荷”的清淡淡泊来呼应夏日的清爽，是此次展览的初衷。作为沪上知名艺术家，宋巍担任上海市美术家协会理事、上海市徐汇区文联副主席、上海市青年美术摄影家协会副主席及上海师范大学美术教育系副主任，代表作有《苏醒中的女孩》《苏醒中的男子》《曲水流觞系列——水彩芭蕾》等。本次在张园展出的作品，是宋巍在7年中近21个月的花期时间里，观察日出日落时荷花的变化所绘制出的。画作通过荷花与梅兰竹菊、山石奇木的组合，展示出丰富多样的视角，本身具有极高的艺术价值。值得一提的是，这些画作的布置结合现场空间，因地制宜，形成多个灵动的主题展区，仿佛于城市中打造出一亩荷塘美景，吸引了众多市民“为荷而来”。

近年来，作为新时代城市更新和传承发展的最佳实践



花样“赏荷”——张园给出的一剂夏日“凉方”。本版均为受访者供图

地，张园始终坚持通过阅读建筑、对话艺术、传承历史和文化，来焕新商业活力，实现真正的可持续发展。

如今，在张园，百年海派文化和经典潮流生活不再仅仅是用头脑和心灵感知的故事和资料，更是可见、可品、可感受的时代生活。

记者了解到，目前，率先亮相的张园西区，正以“首店”“首秀”“首发”效应，通过体验式、引领性的时尚消费导入，深化海派文化主题，赋予张园全新的商业功能和业态。

生日祝福

2024年8月26日 星期一 农历甲辰年壬申月壬戌日



旦逢良辰，顺颂时宜，喜逢爱妻刁含娟（奥奥妈妈）女士生辰之际，在此送上祝福，愿其岁月平安，万事顺遂，三十岁生日（农历七月二十三）特此登报祝贺留念。

生日快乐 青春永驻

“鸭马路”亮相“上海之夏”

小红书马路生活节解锁城市生活消费新场景

青年报记者 陈泳均

本报讯 8月23日，小红书马路生活节吉祥物“鸭马路”在黄浦江畔惊艳亮相，这个20米高的巨型装置寓意着“快乐分享，美好生活”，吸引了众多游客争相打卡留影，从而正式拉开第二届“小红书马路生活节”的序幕。

作为“上海之夏”七大标杆活动之一，小红书第二届马路生活节于8月23日至9月1日期间精彩呈现，一个中心化市集和5大主题小马路装饰一新，超过200场主题活动将在上海街头轮番“上演”。其中既有落日音乐会、抬头艺术展等文艺活动，也有时髦秀场、吹吹风市集、逛吃小马路等休闲娱乐，这些丰富多彩的活动，让人感受到上海多元、开放的城市文化。

小红书市场部负责人白板介绍，小红书还邀请了超过500位的国内外创作者参与马路生活节，把活动的影响力辐射到全国，甚至全球。“希望马路生活节能进一步拉动消费，促进青年文化的蓬勃，展示中国年轻人积极向上的精神状态，为小红书社区、用户、城市、社会都产生更多的价值，助力上海打造新的城市名片。”

打造上海之夏标杆活动 吸引市民、游客“压马路”

今年“主题小马路”的内容和主题比去年更丰富，共推出逛



黄浦江上的“鸭马路”吸引了不少市民游客。

吃、爱乐、爱玩、发光、秀场5个主题，包括愚园路、汾阳路、淡水路、南昌路、茂名南路、思南路、巨鹿路和长乐路等8条小马路。每条小马路会根据主题进行视觉设计、活动策划，并联合商家设置打卡集章的趣味互动。此外，在杨浦区大学路还设置了一条出片小马路，设置多样的打卡装置和周末限时彩绘斑马线。

在发光小马路淡水路，路过的人们几乎都被临街楼上“晾晒”的衣服吸引了目光。白色的衣服上印着诗歌，挂在居民的晾衣杆上，构成了独特的“抬头艺术展”。主题小马路主创阿高

介绍说，小马路上会有转角音乐会、趋势发布会等丰富的街头活动，“为大家的逛吃玩‘压马路’之旅增加了不少乐趣。”

上海师范大学旅游学院副教授刘德艳认为，小红书马路生活节很好地实现了“主客共享”，让本地市民与外地游客都有良好的体验，也令城市更具温情和趣味。

有趣的线下场景 开拓消费新蓝海

马路生活节不仅为上海市民和外地游客带来了丰富多元的城市文化体验，也为参与其中的商

家和品牌带来了较大的客流。

据悉，去年首届马路生活节共有超过20万人参加了线下活动体验。南昌路水果店铺“果之润”的创办者周传财介绍，去年马路生活节活动期间，平均销售额提升超过30%，因此今年第一时间报名参与活动。

在刘德艳副教授看来，马路生活节营造了非常快乐有趣的线下场景，能够有效促进线下消费。“今年马路生活节的联动扩大到多个街区，效果更好。这种联动不仅可以聚拢人气，还可以增加淘的乐趣。人们能够置身其中，进行沉浸式消费。”

本届马路生活节不仅与主题马路上90余家各具特色的门店达成合作，市集活动邀请了超百家商家和品牌参与。除了人流和营业额，商家也非常看重马路生活节带来的与粉丝和消费者面对面互动交流的机会。

担任马路生活节总统筹的天笑介绍，为了增强消费者与商家、店铺的互动，小红书设计了集章打卡等趣味活动。当用户发笔记分享体验时，可以通过扫码自动关联门店的地理位置信息，方便其他用户快速找到商家参与互动。

依靠社区青年创造力 打造上海城市新名片

“吹吹风市集”营业期间，每天傍晚开始滚动表演。市集主创卓然介绍，小舞台一共38个节目，所有创作者都来自社区的公开招募，创作者们挥洒热情和创造力，在市集营业的六天里将贡献18个小时的才艺表演，成为小红书市集独特的亮点。

《小红书2024青年城市文化创造趋势报告》显示，充满活力和创造力的青年文化活动正日益成为许多城市的新名片。报告提炼出青年人创造城市文化的四大趋势：发现角落风景，创造城市新景点；爆改日常设施，创造城市新玩法；挖掘在地性，创造城市新性格；获取微身份，创造城市新社交。