

# 青年报

服务大都会最活跃人群  
YOUTH DAILY

总第13362期

2025年7月13日 星期日  
乙巳年六月十九  
今日8版

新闻热线:61173737

真诚地为生活着的人们服务

## 生活週刊

LIFE WEEKLY

源自1925年·第2069期

02-03

老照片里的上海表情：  
那时的人啊，一心向前

摄影师许海峰最近出了一本“旧”的新书。

说它新，是因为新鲜出炉，纸页擦刮蜡新，散发着淡淡油墨香。内容却是旧的——都是摄于上世纪末本世纪初的老照片，最早的几张距今三十多年了。照片与照片的间隙配了不少文字，一些是许海峰回忆当年拿着相机游走于街巷的场景，一些则近似闲谈，像和老友“噱讪胡”，自带一种有一搭没一搭的松弛感。

松弛让人打开心灵，很容易地被影像带入往昔岁月。

06-07

骑行热潮中倾听“异响”的人

站在修车行，华浩雯从来不对自己的存在抱有疑惑，说起自己，他能直视前方，用最平常的语气说出：“我是技工、修理工，我也很乐意去当一个修理工。”

于他，一切就是如此简单。



Hi, 原来你也在这里!  
欢迎关注青年报·青春上海  
微信公众号



04-05

## 看展，不止于展

【文/青年报记者 丁文佳 图/受访者提供】

“梵高要是来了，都挤不进他自己的卧室。”这句在观众中流传的玩笑话，生动勾勒出浦东美术馆“缔造现代：来自巴黎奥赛博物馆的艺术瑰宝”展览的火爆景象——三楼展厅内，梵高名作《梵高在阿尔勒的卧室》和他的自画像前人头攒动，水泄不通。现场安保人员也巧妙“接梗”，引导人流：“拍好照片的往旁边走一走，不要在卧室睡着了！”

这些“勇闯”梵高“卧室”的人，不乏从全国各地赶来的观众。“为一个展览赴一座城”正成为文旅消费的新风尚。而这场艺术盛宴的溢出效应，已远超展厅本身，在更广阔的文旅消费画卷上泼墨挥彩：“票根联动”让展览观众得以免费探访世博文化公园的罗丹艺术中心；“文化夜游”点亮申城夏夜，七八月每逢周五、六、日，美术馆闭馆时间延至晚间十点；文创触角延伸至馆外，前滩公园巷的限时文创店吸引着游人的目光……它已不单是一场艺术大展，更是上海推动“文旅商体展”深度融合、激发城市经济活力与文化魅力的生动缩影。今年以来，我们越发清晰地看到，上海正将文旅商体展联动作为推动消费升级、激发城市经济活力和文化魅力的重要举措，并为全国文旅市场提供了有益借鉴。

除了文旅商体展融合视角下的盛况，微观层面的个体消费现象同样耐人寻味。一些外地观众人未抵沪，心仪文创已通过官方线上商城“飞”入囊中，更有甚者，为抢购紧俏爆款，线上发起“代购”求助。顶着一头“炸毛”的梵高毛绒挂件、可旋转的冰箱贴、光影流转的透光书签、设计巧妙的多功能布袋……这些出自浦东美术馆青年设计师之手的文创产品，虽品类常见，却在材质、形态与巧思上焕然一新，引发热议。它们无声宣告：即便在“内卷”的文创赛道，创意依然是破局的利器。

无论是为了一件文创产品跨越城市，还是沉浸于一场全方位的艺术体验，其背后是繁荣的文旅市场在汇聚、引导着公众的热情。将消费从艺术空间的独特氛围，有效延展至现实的城市空间，并牵引出一条绵长的消费链条，绝非易事。但眼前这些成功案例让人切实地感受到，文旅市场唯有永葆创意的源头活水，文化活动唯有深深扎根群众生活，方能持续点燃城市经济引擎，最终实现文化惠民的“人人可参与”。