

# 3000平方米投影秀点亮上海

## 第二届上海国际光影节9月19日开幕,首轮网络预约开启

9月19日至10月18日,第二届上海国际光影节将“点亮上海”。今年光影节主会场设于徐汇西岸,位于穹顶艺术中心内部的沉浸式投影秀和光影互动体验区须预约入场,其他活动均开放免预约。9月9日中午12点,首轮网络预约开启,第二、第三轮将分别于9月12日和9月19日中午12点、下午4点开放。

青年报记者 刘晶晶

### 今年光影节创意与体验升级

在昨日上午举行的市政府新闻办新闻发布会上,市政府副秘书长王为人介绍第二届上海国际光影节有关情况。本届光影节设有1个主会场和16个分会场,共将举办177场主题活动,为国内外游客和广大市民呈现“沉浸式体验、全视听享受”的光影盛宴。

本届光影节主会场活动亮点纷呈,多维度打造光影奇观。9月19日至28日,徐汇西岸主会场和分会场将同时举办开幕式,并推出投影秀、作品展、研讨会等一系列活动。届时,在西岸穹顶艺术中心,将首次呈现3000平方米的超大尺寸裸眼3D穹顶投影秀。在西岸大剧院,将利用建筑轮廓和肌理,演绎故事性建筑投影秀,人工智能导游“小灵光”将首次登场。在滨江秀带,将展陈来自全球19个国家的光影艺术家所创作的218件优秀作品。

王为人表示,此次光影节传承与创新双轮驱动,多角度提升光影体验。首先是创意升级。本届光影节集结了一流艺术团队与科技团队,通过深度挖掘海派基因,用“硬核内涵”创造光影奇观。如在主会场西岸大剧院投影秀中将登场的“小灵光”,是上海主创团队以1882年黄浦江畔点亮的亚洲第一盏路灯为灵感来源,原创的人工智能IP形象,外观设计采用上海市花“白玉兰”的意象,搭载AI大模型技术,呈现千变万化的形态。“小灵光”将作为主线导游,带领观众沉浸式体验一场光影与人工智能对话的未来之旅。同时,活动升级。在首届光影节的基础上,本届光影节扩大了办节规模,分会场由12个增加到16个。

市民体验也将升级。光影节不仅要“好看”,更要“好玩、好拍、好分享”。王为人介绍说,本届光影节从全球20余组作品中遴选出9组互动光影艺术装置,叠加先进的传感、算法与投影技术,实现高度灵敏且富有创意的实时交互体验,让每位参与其中的观众,都能拥有更加震撼难忘的光影之旅。

### 穹顶光影秀免费不免费

对上海市民来说,光影节期间具体有哪些可感、可参与的联动活动?

市绿化市容局副局长张立新表示,今年光影节联动全市50余个热门景点举办光影艺术活动,扩大光影节辐射范围,如嘉定分会场与南翔古镇、古猗园,以光影赋能“古镇新赛道”,助力打造非遗国潮品牌新样本。同

时,推出“光影+文旅”消费券叠加活动,如奉贤分会场联动“在水一方”科幻馆,推出光影节集章打卡兑换消费折扣活动,让光影节既有意思、又有实惠。此外,通过开发“光影+文旅”新产品,如与久事集团合作推出“追光寻影·体验上海”主题线路、“光影节+黄浦江游船”体验项目,以及与文旅部门共同策划“光影节+旅游节”联名文创产品,让广大市民在感受光影艺术的同时,享受更多的光影旅游福利。

光影也在点亮消费新场景。本届光影节IP覆盖全市20余个市级商圈和10余个区级商圈,将光影艺术点缀到市民游客的身边,给大家更好的消费体验。如浦东分会场在前滩商圈结合咖啡甜品节、爵士音乐节等活动,展映建筑投影秀并设置艺术装置,为市民打造集夜游、夜购、夜娱于一体的夜间消费环境;闵行分会场、青浦分会场分别联动万象城与崧泽村开设光影市集,培育光影+夜市+花市新场景;作为“主分一体”的徐汇区,其分会场将在徐家汇商圈发放消费折扣券,为广大“夜猫子”提供更多夜间消费福利。

市体育局副局长陆捷介绍,上海国际光影节举办期间也是上海赛事的黄金赛事期,16项国际国内体育赛事同期举办,市民可以白天观赛、夜间赏景。

上海文广集团副总裁王健儿介绍说,今年上海广播电视台将联合敦煌研究院,推出“洞见220·敦煌奇境嘉年华”活动,包括墙面光影秀、XR互动“敦煌奇境”体验以及主题快闪店和长安市集等。

张立新表示,为保证今年光影节主会场活动安全有序,增强观众体验感和舒适感,位于穹顶艺术中心内部的沉浸式投影秀和光影互动体验区将沿用网络预约方式入场,“免费不免费”,全程可预约名额约9.2万,除此之外的大剧院立面投影秀、光影市集等主会场其他活动全部实行开放式、免预约观摩方式。

光影节主会场计划于9月21日至9月28日开放公众场次,需网络预约的沉浸式穹顶投影秀和光影互动体验区每天各展演10场,其中白天、夜晚各5场,市民游客可根据预约场次分批限时入场。9月9日中午12点,首轮网络预约在大麦网、看东方APP等平台正式上线。9月12日和9月19日的中午12点、下午4点还将开放第二、第三轮预约。此外,市民游客还可以通过“文旅商体展”活动的联动赠票同步预约。



海南中豫集团店铺内展示着非洲多个国家的精品咖啡豆。

青年报见习记者 张振宇 摄

## 汇集6000多个国际品牌 2024年全年交易额达300亿元 虹桥品汇:进博会天天见!

### 活力中国调研行

5万平方米保税物流中心、21万平方米商贸体验中心、40万平方米的展贸办公中心……虹桥进口商品展示交易中心(下文简称为虹桥品汇)汇集了来自120个国家(地区)的6000多个品牌,85000多款进博同款商品,2024年平台交易额300亿元。青年报记者9月9日随2025年“活力中国调研行”上海主题采访活动走进虹桥品汇,记录300亿元交易额背后的故事。

青年报见习记者 张振宇

### 从种子到杯子 一条完整的咖啡产业链

“11个共建‘一带一路’国家最重要的出口商品就是咖啡。”虹桥品汇副总经理朱菁说道,在虹桥品汇中,一共聚集了200多家咖啡产业的供应商,聚集了大约60多个国家的咖啡品类商品,这里面就包括了47个“一带一路”国家的咖啡豆。

海南中豫集团战略发展部部长李影告诉记者,集团在非洲深耕了40年的时间,在当地有非常好的资源和基础,咖啡豆正是“借着”这股“东风”来到中国的。在海南中豫集团的店铺内,卢旺达、肯尼亚、布隆迪、坦桑尼亚等多个国家的咖啡豆被摆在最显眼的位置。

要想做好一杯咖啡,有好豆子只是第一步。如何烘焙咖啡豆才能获得更好的口感,这件事考验着每一位咖啡师。察觉到这一商机之后,不少企业便把目光聚焦到智能烘焙机上,智烘商贸就是其中之一。

“操作者在设置了烘焙曲线之后,机器就可以自己进行烘焙。”智烘商贸总经理韩永杰介绍道。在观摩的过程中,一位智烘商贸的工作人员取出了刚刚烘焙完成的咖啡豆,咖啡的香气瞬间弥漫开来。

任何一个行业,最重要的资源就是人才,开咖啡店也不例外。在虹桥品汇,除了售卖咖啡豆和智能烘焙机的店铺,这里还有一个规模巨大的人才中心——上海国际咖啡认证中心。“我们在2022年就颁布了中国自己的咖啡师标准,一年后正式开始使用这套标准进行考试。”朱

菁告诉记者,现在已经有超过8000人通过了考试,这也为街头巷尾大大小小的咖啡店输送了大量人才。

### 从线下到线上 用直播拓宽销路

“‘领事带货’‘洋主播’在我们这里并不稀奇,这已经成为我们的特色IP了。”虹桥品汇的副总经理潘浩骏说道。

作为市商务委认定的首批“上海市直播电商基地”,虹桥品汇致力于打造以进博为主题,以“丝路电商”为引领,以保税跨境为特色,以产业链供应链为优势的直播公共服务平台。据悉,虹桥品汇的直播基地于2022年10月正式启用,共有直播间60间,包括场景式、仓储式、3D绿幕、明星VIP四大类型,可满足不同直播场景需求。

“直播中心内的很多直播间都是从早上八点开始直播,一直到第二天凌晨两点才结束,中间会有不同主播轮流接力,共同完成直播的过程。”潘浩骏说。

在虹桥品汇的直播基地,记者发现,三养食品、蜂花日用品……这些平时看起来似乎没有什么关系的品牌,他们很有可能隶属于同一家MCN公司,而这也是当下直播行业的新趋势。联合入驻MCN机构,服务进博展商,展陈品为商品,这些都是虹桥品汇直播基地的日常工作。

### 从海外小城到中国餐桌 小酒商迎来大市场

“你们知道格拉斯哥市吗?这瓶酒就是来自格拉斯哥市的一个小酒商。”东方国际创业股份有限公司新贸易事业部市场

拓展总监潘琪拿着酒瓶向记者问道。

2022年,一个偶然的的机会,有位在英国的华人喝了潘琪手上的酒。当他向酒商询问这瓶酒在中国是否售卖时,却得到了否定的答案。这位商人辗转找到了潘琪,问她是否可以把这瓶威士忌“带”到中国。

巧合的是,此时的潘琪正在筹备2022年进博会的展商。“那对我来说,进口一箱酒和进口一个集装箱的手续是一样的。”想到这里,潘琪便答应了下来,把这瓶威士忌带到了进博会的展台上。

经过进博会的展出,这瓶酒被更多的中国人所认识,它自然而然地打开了在中国的销路。“因为这件事,这位酒商获得了当地的一个贸易金奖。”潘琪说道。2023年时,潘琪去了一次苏格兰,成功的例子就摆在眼前,别的商家“坐不住”了。“那一年我们在苏格兰的新品发布会会有大约20家商家参会。”随后,进博会的溢出效应持续扩大,2024年时,更多的商家找到了潘琪。

“对于进博会而言,这个故事并非个例。”虹桥品汇副总经理颜奕斌告诉记者,每年的进博会有将近4000家企业参加,其中只有10%左右的企业是各行各业的龙头企业,而剩下的90%左右的公司迫切地需要进博会这个平台让更多的消费者认识他们。

记者了解到,2024年,虹桥国际酒窖注册企业10家,现场展示企业13家,贸易额接近1.8亿元。而这背后或许正是这一个又一个小巧思的持续涌现,才让进博会的溢出效益持续放大。