

壮阔东方潮 奋进新时代 庆祝改革开放四十周年 飞燕报春

米老鼠上海安家 带动多产业发展

新民晚报

发改委网站公布“迪士尼”项目公告 上海迪士尼乐园占地116公顷

昔 上世纪90年代,上海曾兴起过一股大型主题公园的建设浪潮,包括环球乐园、美国梦幻乐园、封神榜艺术宫、佘山锦江水上漂流世界等主题乐园。然而,倒闭时如同退潮,一家接着一家。

今 随着旅游业的迅猛发展,上海已拥有丰富多元的主题乐园。上海迪士尼乐园在开园不到一年的时间内,成为迪士尼历史上最快突破一千万客流的乐园;上海欢乐谷、上海海昌极地海洋世界也成为海内外游客和市民休闲体验、亲子度假的好去处。



今年4月,迪士尼乐园新开工具总动员园区 本报记者 周馨 摄

本报记者 杨玉红

经报请国务院批准,上海迪士尼乐园项目的建设地址位于上海市浦东新区川沙新镇,占地116公顷(1740亩)。2009年11月24日,《新民晚报》刊登了一则《发改委网站公布“迪士尼”项目公告》上海迪士尼乐园占地116公顷的消息,标志着经过长期酝酿的全球第六个、中国内地第一个迪士尼乐园项目正式启动。它所包含的深远意义和广阔前景在全球范围内引起了广泛的关注。

主题乐园在中国的发展经历一段比较曲折的道路。上海财经大学旅游管理系主

任、教授何建民回忆道,1996年建成的美国梦幻乐园,坐落在嘉定黄渡镇,堪称中国第一个真正意义上的主题乐园,一度吸引了大量喜欢异域风情的游客,因债台高筑于2001年关门歇业;上海环球乐园同样坐落在嘉定,1996年9月正式开园,因亏损于2000年宣告停业;与迪士尼、环球影城并驾齐驱的世界三大娱乐主题乐园——环球嘉年华,是当年世界最大型的巡回移动式游乐场,2003年6月首次来沪便成为一道特别的风光,随后人气逐年跌落,最终黯然收场。“这是上海第一代主题乐园的发展,存在乐园单纯效仿、无新奇的娱乐设施、周边缺少便捷的公共交通设施等问题,

导致这些乐园逐渐被消费者遗忘。”何建民分析道。

上海引进迪士尼项目,经历了很长一段时间酝酿与谈判。何建民也是一位长期追踪研究迪士尼的旅游专家,他回忆道,上个世纪90年代,上海提出进一步扩大对外开放,在浦东新区建一座世界级主题乐园。其间,有关专家考察了国外多个世界级主题乐园,经过多年谈判,最终确定引进迪士尼项目。曾有人担心:如果米老鼠和唐老鸭在浦东安家是否会冲击上海的本土文化。事实已经证明,引入迪士尼主题乐园,不一定会造成本土文化的衰落,恰恰给本土文化创新带来了更多契机。

开业仅11个月的上海迪士尼乐园迎来了第1000万名游客,在全国主题公园和全世界迪士尼乐园中创造了“破千万”的最快纪录。

迪士尼不仅是一座主题公园,其溢出效应也带动其他产业链发展。上海迪士尼将催生文创产业中的设计、动漫、影视等衍生品,同时对上海的文化创意产业、服务业和设计产业的各渠道、各环节有一定启发作用。上海迪士尼是文化创意、旅游、科技三方的融合,其知识产权构建过程对上海、对全国都有很大的借鉴意义。值得一提的是,迪士尼这一现代服务业的超级复合体,除了对工程建设、制作技术等看得见的提升,还对消费观念等软环境产生影响。

“小报”上面看到大社会

“我们布展了约三百种可以收集到的本地报纸,它们的出刊时间是从1897年至1952年。上海作为中国报业的开路先锋,是历史的记载者,自身也是一部浓重的文化史。”今天一早,作为策展人的上海大学博物馆副研究员郭骥,赶在“上海小报特展”开幕前,对所有的展品再次巡视了一遍。“之所以称为‘小报’,其实主要是从纸张形态上区分。在近代报业发端时,对开报纸称为大报,四开报纸称为小报。而且,小报在内容上更偏向于社会新闻和市井生活,离百姓生活更近。”他说。

今天在新落成的大大博物馆开幕的“小报特展”,主题为“小报里的大社会”。馆长刘绍学说,跨越半个多世纪的近代上海小报,包括《官场现形记》的作者李伯元于1897年创办的中国小报鼻祖《游戏报》、曾创下当时小报发行记录的《立报》、抗战时期由10家小报联合创办的《战时日报》等新闻史上具有重要地位的小报。《晶报》《金刚钻》《福尔摩斯》《罗宾汉》等小报界的“四大金刚”也悉数展出,其中《晶报》被誉为三

日刊小报的“开山祖”。近代上海滩闻名遐迩的娱乐场所大世界、永安天韵楼等,都有自己的“游戏场报”,《开麦拉》《无线电》《范朋克》的报名就体现出时代特征和流行元素。而以《海风》为代表的“海派大型周刊”,是报业史上不可忽视的特殊小报形式。此外,展览还以实物和数字化的形式,展示了数百种各具特色的小报,既有《铜报》等珍贵的创刊号,还有《物质救国报》等难得一见的小报。

近代小报从“消闲”和“游戏”中来,呈现了大上海的“新元素”,也发出了社会的“响”声与“轰”鸣。展览用《响报》《上海轰报》这些小报的名字,串起几个部分的标题,让观众认识近代小报除了传播娱乐文化、关注百姓生活,还肩负着揭露社会黑暗、为劳苦大众代言的职责。尤其是一份《上海报》极为罕见,它是中共中央宣传部,为了指导工人运动于1929年以小报形式在上海出版的通俗性报纸,申明“是上海唯一替大众说话的报纸”。

首席记者 王蔚



新民随笔

地域文化即城市个性

朱光

毛猛达和沈荣海搭档的独脚戏《石库门的笑声》已经预售到第四轮——明年1月。

据悉,一觉醒来,就会发觉又卖掉100张票子,真是困梦里也发点小财,白天里更是以每天三五百张的速度奔向售罄。这档与本报合作的独脚戏,因为在表演市场上以其艺术门类的独树一帜,满足了上海人在剧场里集体怀旧的共鸣。换言之,当下以上海闲话表现上海市民、本土文化以及城市变迁的文艺作品奇缺。

此前,独脚戏在相当长一段时间里沉寂。《石库门的的笑声》成为近年来,这一类舞台作品的“独苗”。以上海闲话写作的小说《繁花》以及据此改编的略有点沉重的同名话剧,也是因为满足了上海人渴望上海作品、各省市读者喜欢上海的长久期待。

祖国“地大物博”的深一层含义就是,“各地有各地的人杰地灵”。一方土地养一方人,个性各有方圆。地域文化不单单浓缩在可以带回家的“土特产”或者“非遗”文创产品,更是彰显城市个性的符号与象征。例如,对于市民百姓而言,独脚戏、滑稽戏和沪剧,约等于上海;TVB

电视剧约等于香港;百老汇音乐剧约等于纽约;宝莱坞大电影约等于印度孟买……就连上海的每一个区,也在以“一区一品”的理念,凸显自身文化价值。例如,黄浦区环人民广场一带要成为“演艺大世界”;徐汇区有“衡复历史风貌区”;静安区拥有“现代戏剧谷”;长宁区要打造“音乐剧大道”;松江区有着彰显6000年前就有“上海人”的广富林;宝山区则在宝钢所在地转型成为现代艺术园区的同时,还以顾村樱花、国际邮轮码头的“浪花”等点缀四季……

个性,就是辨识度。有了个性的区域,在全市就有辨识度。有了个性的上海,在长三角乃至全国就有辨识度。有了个性的国家,在国际上就有辨识度。对上海的个性认知,不应该仅仅停留在上世纪80年代初香港人拍摄的电视剧《上海滩》。拥有红色文化、海派文化和江南文化的上海,如果放在长三角的版图里,那么江南文化的哪些部分又是上海专属?

如何以文化产品勾勒、描摹、挖掘、发现乃至塑造上海的城市个性,是当下文艺工作者的必修课。

上海农商银行上海海昌海洋公园联名信用卡发布 “1积分”即可兑换门票

11月16日,上海海昌海洋公园正式开园,这座世界级旗舰式海洋公园集五大主题区和一个海洋主题度假酒店为一体,对喜爱海洋动物的大朋友、小朋友来说,是不可错过的欢畅之地。



为了给大家更愉快的游园体验,上海农商银行携手上海海昌海洋公园发布联名信用卡,以可爱精美的卡面、优惠丰富的用卡活动,带给持卡人更多惊喜。

卡面采用上海海昌海洋公园专属授权的“七萌团”卡通IP形象“维利”“多多”“啾啾”“欧克”“卢克”“波波”“帕姆”,配合海洋蓝底色,给人以明快、活泼的萌萌感。而卡片自带的优惠活动,更是实惠且丰富,最低仅需1积分即可兑换平日门票。

据悉,持卡人成功申请开卡后,可以通过“上海农商银行”微信公众号、“上海

农商银行信用卡”微信公众号,参与购票立减活动。2018年12月5日起至2019年3月31日,购买平日标准票立减61元,购买高峰票立减62元,共4万个名额。此外,持卡人有机会以1积分的超低成本兑换平日标准票。每周三上午10点,持卡人通过上海农商银行官网、手机银行APP或信用卡微信公众号登陆上海农商银行小福鑫积分平台,凭1个积分可免费兑换上海海昌海洋公园平日标准票,每位持卡人限购1张,每周发放的抢购名额为100个,越早申请机会越大。