

这场“春宴”令人神往

2024年上海市民文化节本周六以“城市美育日”开启



对于上海市民文化节来说，“人民城市 人人出彩”这个主题已经越来越成为现实。公共文化就是为全体市民服务的，公平性是“社会大美育”的本质要求。记者昨天了解到，2024年上海市民文化节将在3月30日“城市美育日”当天开幕。为了实现每个人都拥有自己的舞台，今年推动“市民文化节+”，构建美育共同体，将是一个亮点。

青年报记者 郦亮

推动“市民文化节+”，构建美育共同体

作为“社会大美育”的一个重要组成，走过了11年的上海市民文化节的边界和体量都在不断扩张。这是“人民城市 人人出彩”的必然要求。但是如果只是市民文化节一家在做，那总归是有一个极限的，这对“人人都有自己的舞台”将是一个考验。上海市群艺馆馆长吴鹏宏昨天对记者表示，为了解决这个问题，要让市民文化节与城市公共空间、重大节展赛事的链接融合，积极构建人人参与、人人共建、人人可享的城市美育共同体。

这种文化平台之间的链接融合，在今年上海市民文化节中体现得尤为明显。记者了解到，市民文化节全年活动大致可以分为“主题活动系列”“竞演展评系列”“展演展示系列”三大板块。其中“主题活动系列”，积极推动“市民文化节+”，支持培育国际插画艺术季、数字艺术展示季、最美空间活动季、非遗国潮体验季等文

商旅多要素融合项目，助力城市新消费。同时，加强与“上海之春”国际音乐节、上海国际电影节电视节、上海旅游节、中国上海国际艺术节、艺术品交易周、上海咖啡文化节等各类重大节展赛会、优质美育资源的互动链接，协同做强艺术导赏、惠民放映、阅读沙龙、艺术天空等。

“竞演展评系列”除了市民文化节原先自有赛事之外，也加强了和其他重要文艺赛事的联系。2024年将开展市民舞蹈大赛（广场舞、街舞）、梦想读书会、家庭才艺大展、长三角阿卡贝拉音乐大赛、市民艺术大展、市民数字艺术大展（音乐）、市民文学创作大赛七项市级重点赛事或展评活动，并开展长三角青少年故事大赛、市民插画大赛、沪语大赛等多项专项赛事，让更多的市民有机会站到舞台中央。

“展演展示系列”则以展览展示活动为抓手，发挥“市民文化节+”综合效应，助力城市文旅新消费。

“城市美育日”准备了千余项活动

自“城市美育日”设立以来，在这一天启动全年的活动，已经是市民文化节的一项传统。今年3月30日“市民美育日”，上海将开展覆盖全市各街镇千余项文化活动。市民文化节约市民走出家门，上春山、临滨江、逛公园、进商超、入校园社区，在姹紫嫣红的春色中，知山乐水，在身边的更多延伸新场景中感受美育新项目、新体验。

今年“城市美育日”的主会场设在松江区云间会堂文化艺术中心。当天将举行“2024年上海市民文化节‘城市美育日’主题活动暨上海市群众文艺大汇演”。此次大汇演以2023年上海市民文化节各项赛事中涌现的优秀团队、优秀创作节目为主体，多种形式展现上海城市文化和市民文化风采。美育集市、美育巴士、展览“邂逅大美育”在主会场同步推出。

当天，上海各区也将举行丰富多彩的活动。徐汇区已有20年历史的“徐家汇公园星期音乐

会”迎来第500期，迎送万千爱乐市民。长宁将启航“有龙则灵我与AI同行”包括亲子AI创意画及苏河源沉浸式故事会，在长宁不同的文化地标里边边走边体验AI带来的虚拟现实美育感受。杨浦区联动Young剧场、杨浦区图书馆、国歌展示馆、笔墨宫坊及杨浦区各街道社区文化活动中心，举办“向美而行 美哉杨浦”杨浦区“城市美育日”启动仪式暨“两宜国风开放日”活动以及“春来&国风”主题市集。青浦区在万科天空之城举办区“城市美育日”启动仪式、群文展演、美育市集、优秀摄影家摄影艺术展。

吴鹏宏馆长表示，“人民城市 人人出彩”绝不是一句口号，而是实实在在的现实。通过联合各区、各社会主体的力量，为群众搭建舞台，展示多元群众文化，体现美育新成果。同时，突破城乡公共空间，延伸美育场景，打造美育新形式，使很多新空间成为公共文化的美育创新实践地。



上海市民文化节，体验文化与生活的美好融合。

本版均为新华社图

如何让年轻人为一场演出奔赴一座城

上海的演艺从业者们如是说——

青年报记者 陈宏
实习生 刘雪垠

本报讯 “2023年，全国演出的9960场音乐剧中，有5888场在上海。音乐剧人均票房贡献连年攀升，2023年达到2224元，人均观演频次达到4.24场。”在3月26日举办的2024上海演艺发展论坛上，上海大剧院艺术中心副总裁、上海文化广场总经理张洁通过一组引人注目的数据向大家证明了上海演艺市场的活

力和潜力。

本次论坛以“为一场演出，奔赴一座城”为主题，邀请十多家院团共赴“春天之约”，见证并推动上海朝着社会主义国际文化大都市和亚洲演艺之都的目标大步前行。

2023年，上海18家市级国有院团演出数量和票房收入均创历史新高，21部上海作品入选国家级展演，“上海文艺再攀新高峰工程”着力提升了上海文化的原创力和标识。在社会各界的关注和

支持下，多方正在形成有效机制，让民营院团得到实实在在的帮助，与国有院团形成有效配合，互为补充，更加灵活地面对市场变化，创作更多符合市场规律、群众喜闻乐见的精彩作品。

近年来，越来越多剧院、公共机构为民营院团提供公益性质的表演空间、排练时间，为优秀作品提供展示机会，更好地对接演出市场。据介绍，魔方文娱作为市场端服务机构，旗下的票务系统彩艺云对新入驻的优质

内容方免除首年标准版基础服务年费。上海文化广场音乐剧中心目前已在原创孵化、排练时间上，为民营院团提供了相应的公益措施。

论坛上，上海文化广场剧院管理有限公司副总经理费元洪提出，行业需要的是回头客，需要持续输出好内容，深耕细作。上海话剧艺术中心副总经理陆莉萍回顾从《红楼梦》到《千里江山图》的剧院创作之路，认为“上海观众愿意为优秀的作品买

单”。十四五期间，上话还将秉持“为时代创作，为人民演出”的使命，打造两部以上具备“双效统一”价值的原创保留剧目。

如何跨越地域和不同文化，把观众推向更好的演出内容，也将演出内容呈现给更多观众，就需要数字平台登场。票星球副总经理高超透露，过去三个月，从外地购买上海音乐剧的人群观众数量已经比去年同期增长近两倍，“为一场演出奔赴一座城”的理念已经在成为现实。