

寒耕暑耘 万木争荣  
悠悠夏日 高朋满城

青岛之夏



青岛市文化和旅游局 协办

QINGDAOZHIXIA

责编 马兵 王瑜 美编 郑燕 审读 王忠良 排版 戚晓明

唯有打破整齐划一的姿态,才能注入赏心悦目的活力——

# 在老旧街区演绎崭新的城市“芭蕾”

□青岛日报/观海新闻记者 李魏



■洛川家美术馆院内。

■老城区的里院被打造成文化艺术的新世界。

■“哆”的世界“潮流艺术馆”。

## 创造立足本土的艺术新世界

每个走进“哆的世界”的参观者都会为满眼的色彩和这里的时尚艺术氛围所惊叹。配色大胆、艺术形象独特的原创油画布满墙面,青岛海边独有的脸基尼造型几乎是画中必备的元素。

墙面上最醒目的大尺幅画作主题很当代,名为《来青岛办大事》,浓烈的色彩中,蒙娜丽莎等世界经典名画的轮廓,夸张变形的门神,帆船、海鸥、五月的风、佩戴脸基尼的赶海人,快递小哥……风马牛不相及的群体天马行空地集结,风情万种、热烈如青岛的夏日……

作为一家当代潮流艺术馆,能够让人们沉浸其中玩味良久的,绝不仅仅是一场画展。油画场景之下,各类与青岛相关的文创产品,彰显独一无二的原创设计;带有本土特色元素的明信片、盖章本,涵盖诸多青岛风物的“溜达青岛”主题手账,研发绘制半年之久的青岛手绘地图,脸基尼图案的香皂,可作伴手礼的崂山茶,自创设计图案的潮牌T恤,正待扩大生产规模的“脸基尼”系列海藻面膜,以及即将批量投入市场的百款原创图案的帆布包……就连奶茶的杯圈也都是纯手绘的原创之作,足见设计者的良苦用心。

“哆的世界”创始人王廷滨一直有一个梦想,就是创立一个具有鲜明青岛区域文化特色的国际范儿的潮流艺术新世界。在他看来,青岛不止有沿革于过往的“红瓦绿树”,城市当下的海洋人文特质同样值得深挖和创造。而今这位土生土长的青岛70后,二次创业,想要把他的“新世界”根植于这片已于而言有着漫长且私密记忆的老城街区。

在王廷滨看来,新世界的探访者和喜爱者,不应仅仅局限于游客和旅人,也当包括所有与他一样,对城市和艺术心怀热爱的青岛人。而这同样也是王廷滨对于这片曾经繁华的老商业街区的内心定位。

## 开辟“小而美”的文化聚落

距离“哆的世界”不足400米,中山路的另一侧,洛川家美术馆已进驻海泊路的一处里院大半年之久,且前后举办了12场展览,总参观人数超过4万人次,其中一些反映老街区历史文化风貌的展览尤其受到青睐。这给予美术馆创始人刘海涛莫大的激励。他将自己的主业数码摄影器材的经营也搬进美术馆,同时配套了一家咖啡馆,据说还有一处文创艺术品商店和一个小型的摄影棚正在筹划创建中……

走进此处保存完好且经过了相关部门整修的百年里院,清幽院落被四周清水红砖墙和标志性的砖红色木栏杆架构包裹在正中,唤起青岛的独特记忆。刘海涛看中这片街区的历史积淀,他希望将整个里院打造成一处小型的文化艺术综合体,于其中连接城市的历史与当下,甚至专门去探究过此处里院过去的主人——据说是老字号瑞蚨祥的掌门人孟洛川,1904年他在青岛开设了瑞蚨祥绸缎店,此后便建了这处青岛的宅第。

与王廷滨一样,刘海涛也要在这处占地面积近800平方米的里院创造一个文化艺术的新世界,成就欣赏美、培育美的一方“小而美”的绿岛。“我们不想把美术馆开在一处现代建筑里,过于千篇一律,老城区给人的感觉不一样,‘大鲍岛’作为青岛早期的华人居住区尤其不同,这里的文化底蕴深厚、独特。”

不过,无论是王廷滨还是刘海涛,在老街区里却有着相同的焦虑与困惑。首先是放眼望去的“孤独”的存在。“哆的世界”所在的老“环球”原址隶属于市南区,不得不面对中山路人气的式微,目前周边除去一家青年旅舍、几家快餐店,便难寻同体量的文化业态。王廷滨直言,对于政府相关部门而言,具有带动效应和城市影响力的大品牌、大项目显然更具吸引力,然而更为丰富多元的业态,对于

中山路街区如今的内容填充则尤为

重要。

王廷滨一直坚持自己的一个观点认知,那就是相较于大体量的已经成熟的项目内容,一个有着热闹活跃景致的城市,还有一个很重要的因素是,有许许多多的小型业态的存在。“未来中山路作为特色文化的栖息地,‘苍蝇馆子’自有其优势和魅力。如若化整为零,而不是一味追求‘高大上’,积极引入文化艺术内容的小店面,形成文化创造的聚落,继而形成一种人们日常的文艺生活方式,这片老街必定能活力重现。”

一路之隔,隶属于市北区的“大鲍岛”街区,“志同道合者”与相关配套设施的缺失,同样也困扰着洛川家美术馆。在刘海涛看来,尽管洛川家目前并不缺少人气,已渐成为一处拥有固定流量的网红打卡地,但是“单打独斗”的局面依然无法从根本上改变街区的整体面貌,亟须更多和洛川家一样的新型文化业态的加入,形成创造的合力,有合力才更有活力。

随着越来越多老建筑在老城改造中得以修旧如旧地恢复,未来街区面临的主要问题是:以何种内容和业态来填充这些空置的老房子和街道,才能快速均衡地恢复其人气和活力?现在看来,未来还有相当漫长的路要走。

## 期待一个多样化的街区生态

简·雅各布斯在其名著《美国大城市的死与生》中,提到城市活力的由来,她说:“每当我们发现一个城区的商业生活丰富多彩,就会同时发现这个地方也拥有很多其他的多样性,诸如各种各样的文化机遇、多彩的街头景致,人口和使用者也呈现多样化的色彩,这并不是巧合。促成商业多样性的物质和经济条件,与城市其他多样性的存在和产生紧密相关。”

# 明星大灌篮,配得上一个“艺名”

## 《这!就是灌篮》第四季在东方影都录制 综艺秀期待与城市文旅深度绑定

□青岛日报/观海新闻首席记者 米荆玉

## 从“灌篮”到成名,青春做伴

东京奥运会落幕没多久,《这!就是灌篮》第四季趁着体育热潮正式开启。在东方影都的录影棚里,NBA级别地板、篮坛一线教头、国内热门体坛新秀汇集一堂,分成三支队伍争夺胜利。同时,演艺圈多位热爱篮球运动的明星也作为经理人加入团队,负责气氛烘托、鼓舞士气并为节目提供综艺看点、渲染“团魂”。官宣物料显示,《这!就是灌篮》第四季的嘉宾阵容豪华,包括李晨、欧豪、侯明昊三位经理人,朱芳雨、郭艾伦、马布里三位教练以及包上恩、戴燕妮、曾可妮三位明星领队,通过海选的60位选手里还包括部分国际选手,阵容亮点颇多,比赛更是屡屡上演逆转好戏。

在接受采访时李晨表示,以前作为球员上场,可以随释放情绪。此次作为球队经理,需要理智分析比赛,跟着专业教练学习布置战术,整个过程很享受。欧豪表示,篮球比赛并不只有输赢,更重要的是奋斗的过程。侯明昊一来到这里就跟李晨、欧豪在海边玩了一场“街头三对三篮球赛”,体验浓郁的海滩篮球魅力。

《这!就是灌篮》连续两季把篮球公园、球员训练场等重要场景放在东方影都影视产业园摄影棚中完成场景搭建并进行录制。影都提供的资料显示,“产业园的3000平方米摄影棚,背景噪声控制指标达到NR25,棚内声环境达到同期录音的国际顶级水平,结合国际领先的荷荷载钢滑轨吊挂系统,可满足全类型、大体量的场



景搭建和拍摄。”而观众感受到的更多是视觉效果,紧张赛制和精彩花絮,尤其对众多热爱《灌篮高手》的观众更是有强烈的冲击感;美式工业风的舞美,热血篮球的青春气息,众多实力派球员的激情互飙、灌篮,构成了这档综艺节目的独特风格。

## 期待你的“命名”

东方影都近年来不断吸引重量级影片入园拍摄,同时在头部综艺领域也持续发力,《创造营》系列推出了众多年轻偶像,爱奇艺2021“为爱尖叫”晚会更是轰动综艺圈,浙江卫视喜剧春晚、山东卫视春节晚会也选择在影都录制,体现了影都高水准软硬件对综艺、晚会

等业态的吸引力。就全国范围而言,大型综艺与影视产业园区的关联逐渐加深,《幻乐之城》落地无锡数字电影产业园,《中国好声音》选择了嘉善影视综艺产业园,“灿星系”的综艺大多选择上海周边影视园区拍摄。业内人士分析,随着综艺秀的体量增大,影视产业园的优势也在逐渐体现,东方影都能够提供大体量、高水准摄影棚,适合让节目完成团队对战、公演舞台、日常训练、宿舍生活等多角度拍摄,不论是偶像选秀、街舞对战、体育比赛,东方影都能够提供相应的配套服务。

在网络综艺大行其道的当下,一档头部综艺包含了从创意、设置到后期、推广等多个领域的通力合作,而综艺产业生态与影视产业、文旅产业之间的补充、协调也是摆在各家影视基地面前的问题。《偶像练习生》在河北廊坊大厂影视基地封闭拍摄,它推出了以蔡徐坤、陈立农等为代表的众多艺人,而从这个节目走出的明星也被粉丝昵称为“大厂男孩”——大厂影视基地也有了“造星工厂”的意味。《声入人心》在长沙梅溪湖国际艺术文化中心录制,入围者被歌迷称作“梅溪湖36子”,其中包含了阿云嘎、郑云龙等优质歌手。围绕着“大厂男孩”“梅溪湖36子”不仅产生了众多话题,还诞生了同人小说等衍生产品,也让粉丝对当地产生了持续的正向联想。《这!就是灌篮》在东方影都拍摄了两季,推出了多位进入专业联赛的篮球选手;而《创造营》也在这里发掘了众多优质新人。如何让这些正能量明星、艺人与成名地实现更深的关联,这也是主创人员和推广团队需要深思的命题。

## 五分钟之后的笑声

□米荆玉

《脱口秀大会》第四季开始了,暑期档迎来了一个办公室话题最大公约数。李诞说,每个人都能当五分钟的脱口秀演员,真正的挑战从五分钟之后才开始。从目前播出的节目看来,这些个“五分钟”让人迷失;杨笠还是那么辛辣尖锐,周奇墨还是能找到最温和的笑点,徐志胜把相貌焦虑提升到了何广智尚未触及的新层面……脱口秀果然是冒犯的艺术,从网络平台到现场演出,从上海的“笑果”到青岛的“叁拾捌”,观众被一个个五分钟所冒犯,各自失散在他入生经验的街垒里,互相凝视又尽量保持礼貌。“脱口秀”让人们意识到,在学历、职位和身份底下,我们的精神实质仍然显得那么脆弱,容易被最简单的五分钟刺中罩门。这种脆弱无须羞愧,正如塔可夫斯基所说:“因为脆弱是了不起的事,而力量什么都不是。当一个人刚出生时,他是脆弱和富有弹性的,当他死的时候,却是刚硬和没有知觉的。树在生长过程中是脆弱和容易改变的,可当它硬了和干了,它也就死了。”

“脱口秀”之外,“剧本杀”也成为暑期新兴的娱乐方式。剧本杀的关隘在于“入戏”,很可惜在这一点我没有天赋。业界对于剧本杀不只是热情,更有着清晰的逻辑;电影版权方乐意在衍生开发上增加“同名剧本杀”的新品,而道具产业、表演行业也能在剧本杀领域找到落脚点,“剧本杀”可大可小,可长可短,社交属性丰富,而且目标客户集中于最有消费力的群体,玩“剧本杀”已经成为朋友圈的新款炫耀方式。不知不觉间,青岛已经有了上千家剧本杀店面,而真正具有统治力的连锁店、行业巨头还未出现,这也意味着行业空间巨大。或早或晚,人们会围坐于一张桌子前,甚至换上戏服,沉浸于一场扑朔迷离的“剧本杀”悬案里。毕竟与现实中的戏份相比,这一场小戏真的可看做身外身、梦中梦、戏中戏。

我们可能见证了“偶像+流量”时代的兴衰全过程,在劣质艺人视频被清除、被抵制背景下,如何打造优质偶像也成为一个新课题。近期,《这!就是灌篮》正在青岛录制,篮球新秀之间的对决配以明星经理人的人气,构成了激动人心的青春热血叙事。体育明星的崛起,尤其在奥运背景下体育明星对大众情感的激发,需要行业以视觉技术和全新创意来加持。这一点自媒体的动作可谓神速——郭艾伦录制《这!就是灌篮》还在保密阶段,他在青岛美食店就餐的图片就传遍了朋友圈。青岛可能不是偶像成名的第一站,不过在这些优质偶像路过“青岛站”时,期待实现城市人文内涵与明星人气价值的双赢绑定。

暑期将尽,秋风乍起,很多剧迷开始翻出《请回答,1988》《请回答,1994》或者《横道世之介》,重温日韩影视里限定年景带来的温厚体验。2021年拥有一个特别的暑期,在西海岸,备受瞩目的重量级大片《流浪地球2》开始了它的拍摄;在汇泉广场,乐迷为了中途取消的海怪音乐节嘉年华怅然若失;在即墨,麦田音乐节留下了长久的业内反响;在网剧平台上,张海宁塑造了一个新角色“青岛大学博士范程远”,在“青岛大姨”之后上新了一款“国民姐夫”。新的文化现象不断涌现,或许我们应该摒弃那些怀旧的情绪,以当下为圆心,以信息宽度为半径,围绕这个蝉声依旧嘹亮的日子,做文娱盛景里不停歇的开放舞者。

本版摄影 王雷