

# 艺术 青岛

YI SHU QING DAO

青岛市文化和旅游局 协办



让老城区传承好城市根脉,成为美轮美奂的“不夜城”“活力城”——

## 复苏的季节

□米荆玉

春节假期结束,春节档的热度不减,《流浪地球2》与《满江红》的票房仍然交替上升。《流浪地球2》一科幻—青岛”的三连递进,也让青岛作为两部《流浪地球》的拍摄地深度切入到了科幻话题中。

实际上,青岛与现代科幻电影、科幻经典小说的渊源可以追溯到更早:1982年,史诗级科幻大片《银翼杀手》里哈里森·福特扮演了一个专门刺杀复制人的精英警察,在细雨中他一脸失意走到红色蓬伞下点餐,“要点什么?”“青岛啤酒。”那个独眼女摊主递过来一瓶透明的、明代瓜棱瓶样式的“青啤”,哈里森仔细地用油纸包好。

另一部里程碑式科幻小说《神经漫游者》(1984年出版)中,青岛啤酒的广告第一章就出现在男主角凯斯的旅馆里,营造未来世界的拼贴感。《神经漫游者》不仅提出了“赛博朋克”的概念,更构建了《黑客帝国》的核心框架。未来的影迷如果有心,会从《流浪地球2》里考据出青岛流亭机场、胶州湾跨海大桥和青海美术馆的痕迹,续写青岛与科幻之间的传奇。

多年来,国产电影界持续关注如何用工整而专业的方式来做电影,获得好莱坞式盈利:这种盈利不是《你好,李焕英》这种突然爆发、出人意料的爆红,而是可以预期、可以持续的盈利,而且是在下一部电影里复制的模式,为此需要把每个剧情高潮都设计在影片某一分钟。张艺谋导演近年来对商业类型片的把握越来越精准,《满江红》从演员配置到剧本打磨都体现了对市场的全面洞悉。尽管有各种争议,《满江红》仍然成为张艺谋首部破30亿票房的电影。《满江红》回归了2019年之前商业片探索的路线,《流浪地球2》则把新生代电影人对电影工业化、电影特效的探索做到了新的高度,两部影片合力打造了一个可圈可点的春节档。

春节期间的网剧也出现了国民级爆款《狂飙》。警匪剧本属于非常克制的题材,导演把该剧的结局定义为“惨胜”,做出了不一样的“爽剧”:观众不为简单的正邪交锋叫好,而是为演技叫好、为质感叫好。剧中张颂文、张译接力出彩,两人缘分如此深厚、关系纠缠如此漫长,关山夺路、进退不得之后的破局才是一部剧的真味。马国识路真疲路,蝉到吞声尚有声。

《狂飙》爆红之后,海量的短视频二度创作成为一大景观,顺势带动了“肠粉为什么没酱油”的讨论,让北方观众对南方小吃兴趣大增。该剧拍摄地江门之前也是《让子弹飞》《一代宗师》的拍摄地,目视可见《狂飙》的热度也将带动拍摄地的文旅热度。

对于影视产业来说,这是一个复苏和重回正轨的季节:1月份电影票房突破百亿元,《狂飙》大结局创下了网剧有史以来的最高收视热度,然而观察者的注意力不能只放在大热作品上,《狂飙》同期上映的剧版《三体》展现了骄人的科幻水准,动画电影《深海》的粒子水墨也非常惊艳。众多腰部项目撑起了整个市场,也让不同口味、不同年龄层的观众找到了自己钟爱的作品。我们期待在老街树影下重新遇到剧组,在银幕上看到熟悉的景观,建筑乃至本地演员,期待科幻大片的片头、字幕里再次看到“青岛出品”的标识。

## 老街里 让历史的繁花重生为当下繁华

□青岛日报/观海新闻记者 崔燕

### 青岛时尚文化根脉的缘起

有人说,老街里是老青岛留下的摩登旧影。如果青岛的新区是世界的,那么以老街里为根基的老城区,就是最青岛、最本土的地界。这正如每一座城市,总要有这样一个游离于浮躁之外的主流道。在滴水穿石的时间面前,它倔强地保持最执拗的姿态。

本地人管妇女儿童商店叫“老婆孩子商店”,青岛摩登暗语的一种。它的“芳邻”是盛锡福帽店,据说开国大典上,领导人所佩戴的帽子就是这里生产的。北京的盛锡福,是青岛的分号。

第一百货商店侧面有个极窄的旋转楼梯,不少皮孩子在那里玩过抓特务的游戏。与楼梯这侧一路之隔的是青岛饭店,一群群的人在那里排队买青岛大包,然后站在路边吃。有人边吃包子,边从饭店的窗外往里张望——上世纪七八十年代,能在饭店吃小炒、喝啤酒的,如同于当下在米其林餐厅享受吧。卖包子、让历史街区“元宇宙”,让历史街区在传承好城市根脉的基础上,真正成为美轮美奂的“不夜城”“活力城”。

曾经,老街里作为青岛最火的商圈,其商居功能已经被分散到城市各处。时光向前,当下老街里的鲜明标签除了街景的独树一帜,其灵魂所在正是老城的“文化自信”。这里作为青岛文化旅游的闪光点,其出圈破阵的最大魅力莫过于“像风一样自由”的文艺感召力。如同珠玉在前的成都宽窄巷子、丽江古城等,市民和游客更多被青岛本土特色的风情、景物和风景所吸引。老街里以文化内涵为底色的休闲雅致、文艺清新,成为流量与留量最忠诚的双向奔赴。在这个奔跑的过程中,突破青岛本土文化表现力相对薄弱的瓶颈,需要静下心来沉淀一下,做青岛自己的文创和品类才更符合老城区复兴的理念。我们需要下大力气挖掘和培育符合本土文化特点的餐饮、住宿、杂货、甜品、饮品、书店、展览等不同行业、不同品类的文创产品。这同时需要一群有想法、有能力的创业人才,手上有现成的产品、有成熟的架构,经过市场认可的模式,集聚在一起,把老街里“炒热”。

年之前“捡漏”的人,到现在都有着“马未都”式的得意。彼时,文物商店的东西多从民间征集,珍品不在少数。如何珍贵?2011年,青岛文物商店322件三级以上的库房文物,在警车开道、防弹车护送下,正式成为市博物馆的永久收藏。此为佐证之一。

海泊路的震泰服装店门口,每年总会有一段时间,马路上搭起临时的棚子,用来销售出口转内销的物件。出口的小红三尖头皮鞋、绣花的真丝粉红睡衣、精美的钩花桌布、沉甸甸的皮草大衣……放到现在依旧称得上时尚。

嘴馋的人不能忘却青岛食品店,“馋猫们”得攀爬大约十阶楼梯,才能触摸到美食的快活林。彼时,食品店的点心、糖果、干货并不是寻常物,想来,那长长的台阶,是给某些人折返回来的一个缓冲。美食的诱惑,终要向着钱包的羞涩投降。

那物资匮乏时代的喜悦,那种懵懂中对所谓时尚的启蒙,那种拥有人生第一件宝贝的幸福,那种与恋人拥挤在人流中第一次牵手的心动,那种与父母吃青岛大包时被赋予了极大乐趣的童年记忆,至今依旧撞击着无数青岛人心底最本真、最柔软的地方。

老青岛有这样一顺口溜:“头戴盛锡福,脚踏新盛泰,手戴亨得利,吃饭劈柴院,有病宏仁堂,听戏上华乐。”短短几句,包含了老街里的六家老字号。1930年代的青岛,老街里商圈商业门类涉及绸布、洋服、百货、烟草、电器、木材、染料、土产、金银器、药品、照相、银行、理发等近30个行业,几乎无所不包。

繁华之源点亮新“青岛文化”品牌 把背景拉回上世纪二三十年,青岛迎来第一次移民潮。青岛的民居,除了精英所居住的小洋楼和底层百姓群

居的大杂院,亟待推出中庸的契合中产阶级日常生息的建筑。于是,介于小洋楼与大院气质的里院,踏实地蕴藉并延续着城市原味的地气,成为青岛老城区的主流街景。里院作为青岛的建筑方言,融会贯通着精彩的城市文脉与精准的时代印迹,与北京的四合院和上海的石库门一样,是中国建筑的一种魅力表情。

今年“逛街里”节举办期间,一场以“烟火记忆”和“家园重生”为主题的逛街里·百年里院人文艺术展,唤醒了太多老青岛人浓浓的记忆和情感。近年来,市南区深入挖掘西部老城区历史文化积淀,对老建筑进行盘活、更新和改造。自2019年,百年里院正式开始实施城市更新的功能改造和大力进行新业态植入。新开街的“三江里”老里院,时尚潮流与市井烟火碰撞出崭新的文化氛围。这其中,里院书房尤其“吸睛”。里院书房负责人孟繁荣,同时也是小红楼美术馆和小岛日记的创始人,他表示,小红楼美术馆以文化特色深耕老街里而尝到了“甜头”,这次让里院书房开在青岛知名的老里院“三江里”,本身就是一个非常有文艺情调的“光阴故事”。

这个书房以老里院画册、老西镇、老街道等为特色,免费阅读结合网红饮品、里院大碗茶、民国风快拍照相,准备打造黄岛路里院片区“精致书房”第一网红店。“今年,书房还准备请文史专家开设讲座,让更多人了解这座城市的历史文化,让这里成为讲述青岛故事的斑斓窗口。”孟繁荣表示,今明两年他们还准备在老街里布局五家与文化休闲有关的直营店铺,分别涉及书店、绘画、文创等文化新业态。“虽然曾受疫情影响,但位于老街里的小红楼美术馆和小岛日记依旧取得了不错的经营业绩,所以我们带着感恩的心态继续助力老城发展。”孟繁荣对老街里的前景非常看好。

赞一文化机构负责人邢彭昌对老街里的蓬勃,同样拥有自信感满满的畅想:“很多青岛人是有老街里情怀的。老街里‘归来’是大家的美好期待,也是青岛大文化概念的选择与必然。”邢彭昌表示,他目前经营的油画博物馆位于市南区东部,如果有合适机会,准备在老街里再开设一处水彩博物馆,让市民和游客感受青岛“水彩之都”的艺术魅力。“老城区最核心的就是艺术气质,现在这里是城市文化旅游的中心,就应该集聚博物馆、美术馆、书店、咖啡馆等文化类场所。”邢彭昌认为,开一个新的博物馆短期内是不赚钱的,但把文化做起来,人自然会聚集。

中山路曾是青岛老字号最集中的商业街,1994年在中山路74号开设的



多元的业态和场景充实了市民游客的新春游玩体验。



老街里人流如织。



更多节庆元素让老街里活力焕发。

凯菲冰激凌专卖店,成为很多青岛人甜美的记忆。青岛凯菲食品有限公司负责人董兆昆表示,作为本土的食品品牌,凯菲此前曾推出过五月的风、栈桥、天主教堂、大学路网红墙、帆船中心等青岛地标文创雪糕,受到游客的追捧。今年他们想继续用“地标雪糕”一景一韵讲好老街里、大鲍岛和老里院的故事,丰富游客对青岛景点的感官印象和合影留念的新视角。

本版摄影 王雷