

连环画产品化 旧市井焕新彩

贺友直“Old Shanghai”品牌填补空白

本报见习记者 范昕

红砖墙，青瓦顶，窄窄的老虎窗半开半闭，咚咚的叩门声似还回荡在重重叠叠的里弄中。街头巷尾，黄包车夫、扞脚工、卖报童、押宝人、裱画师、兑币黄牛来来往往，为这座城市腾起袅袅生气。承载着最多海派记忆的上世纪三四十年代倏忽而过，老上海市井风情、世相百态的流韵余响或许能借物得以延续。

在新天地，在环球金融中心，独具特色的贺友直“Old Shanghai”主题系列旅游文化精品店将于5月9日双双开业。数百种老上海主题精品将贺友直多年来创作的老上海民俗作品进行全方位衍生开发，填补了长久以来上海旅游文化产品无品牌、无特色、无系列的空白。日前，记者踏访太仓路181弄25号4单元试营业不久的“Old Shanghai”新天地店，先睹为快。

窄窄长长的临街店铺总共只有11平方米，像极了上海人熟稔的弄堂房子，木质黑漆门窗，陈列架上种种精巧物件在昏黄灯光的照射下，不经意间呈现出一种柔和温暖的米色调。一沓信笺、一张贺卡、一札藏书票、一套明信片，一条丝巾、一帧杯垫、一盒娱乐筹码、一座黄包车烛台，无论纸质品还是生活日用品，素胚白描的贺氏笔法无处不在。草草几笔勾勒出的老花眼镜、光亮额头的老顽童自画像logo，漫溢着浓得化不开的老上海情味。

今年88岁高龄的上海艺术家贺友直，可谓上海连环画领域的“一只鼎”。老先生从事连环画创作60余年，著有《申江风情录——小街世象》、《老上海360行》、《新石堍老街风情录》等近百部独具海派特色的连环画作品，新近更是获得了新中国成立60年来首次评选颁发的“中国美术奖·终身成就奖”。当不少人揣测老先生大可搁下画笔颐养天年时，他却并没有停止对连环画的开拓——与上海贝贝埃公司合作，将自己的老上海民俗作品做了一次全方位产品化的大胆尝试。英国的彼得兔、美国的史努比、日本的hello kitty等卡通漫画形象早已各成主题文化产品系列而风靡世界，具有中国本土特色的连环画为什么就不能也闯出一条商业化的路子？于是，数百种汇集老上海民俗作品精髓的旅游文化产品一样一样地诞生了。

连环画是俗到底子里的，一座城市的鲜活风貌也全在于它的底色。贺老说自己更晓得斗升小民关心啥，更偏爱在弄堂口叫上一碗阳春面，而不喜欢上西餐馆。故而，他最擅长在小题材中显出大手笔，其画卷往往渗透着浓浓的生活气息。其作品中鲜活的人物、丰富的神情、逼真的衣着，配以亲切、幽默、口语化的文学随笔，被著名学者冯其庸先生赞誉为百年上海的“清明上河图”、一代人的集体“文化记忆”。在新上海地标石库门改造而成的新天地里，寻着这样一家小店、这样一些寓情于物的小玩意，一趟上海之旅或许更添滋味。