

影院的突围

□ 华心怡



马上评

曾经,城市空间里,似乎是路归路,桥归桥的——吃饭,去饭店;买书,去书店;观影,去影院……有分工,有边界,生活每日运转,按部就班。

如今,却早已不是旧时模样。你可以去

商场看一场击剑比赛,可以到咖啡馆玩一次COSPLAY,还可以在直播间里买到火箭,等等。这世界变化快。脑洞大开的背后,是各行各业的“突围”。离开自己的舒适地带,去探索更多外延的可能。

往后走进电影院,不仅仅是饱眼福这般简单了。吃喝玩乐,皆有可能。破圈,从携手老字号开始。一种情怀,一份回忆,“大白兔”所对应的,是唇齿和心间的甜蜜。越来

越丰富的吃食,越来越走心的互动,所希望达成的,是影院与影迷之间越来越紧密的连接,越来越胶着的黏性。

上影的“抱负”,高又远。让上海味道走向全国,揽全国特产落地上海。在每一个看似理所应当的成功背后,都有着潜心求变的尝试。各个领域,核心关键仍是扎实的内容,但开放的态度或将成为翅膀,助力飞翔。

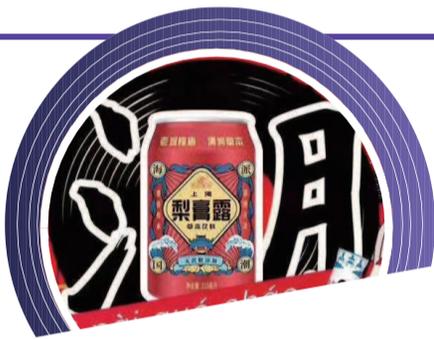
文体社会

上周末,SFC上海影城线上发布了一款海报。不过,海报的主角不是电影,而是“海派国潮,侬吃过哦”。从“熊小白”到“大白兔”再到上海梨膏露……观众可以通过海报上的二维码进入直播间,一边享受电影文化,一边还能买到这些“清凉一夏”的上海老味道。

今年春节后,上影集团推出一项全新线上带货模式,通过各种主题销售模式,既让影院发展脚步不停,又让观众感觉距离电影不远。同时,更让国货精品打破了爆米花加可乐的垄断……

海派国潮 依吃过哦

电影院不止卖可乐和爆米花



无心插柳

“上影宝”是上影集团去年8月推出的官方淘宝店面,起初也是为了配合线下门店一些电影衍生品的营销。疫情的暴发,让影院不得不按下暂停键。但春节之后,“上影宝”开始发挥积极的作用。除了“上影宝”之外,上影集团还把这样的带货模式带进了抖音直播间,此前,上影集团的抖音号一直在做电影文化的推广,带货模式也是第一次尝试。上影集团相关负责人张臻表示:“起初,也是为了带动一些门店的库存,没有想到效果特别好。”

因为直播带货的效果不错,所以现在“生意”越做越有主题,就像“海派国潮”海报里提到的那些上海品牌,这只是第一季,接下来还会推出第二季。“‘熊小白’去年就和《攀登者》合作过,所以今年的合作也是一拍即合,包括城隍庙的一些老字号品牌,也都是之前我们积累下来的资源。”张臻说。

据统计,从春节开始直播带货以来,目前销量最好当属一份炒面,据说当时在线观看大厨做这道炒面过程的观众非常多,下单量火爆。上影集团也在考虑,不久之后影院重启,会为观众送上“上影”牌的炒面,甚至还会配上炸鸡块和炸鸡翅,让影院也能搞点夜点心。上周,直播间里“熊小白”“大白兔”一露面,火爆程度丝毫不亚于炒面。

通过这种模式,上影集团不仅把“上海品牌”推向全

国,在接下来,他们还将联合全国其他城市61家门店,推出当地特产的主题活动,比如青岛的啤酒,昆明的鲜花……同时考虑把各地特产也带来上海。

推广开拓

毕竟是基于电影文化带的货,所以除了食品之外,这几个月直播间里还可以看到很多电影的衍生品,比如盲盒。观众在观看直播之余,通过抖音平台,可以看到电影文化的推广,比如将老片子做成大串烧,3分钟看一部电影,一口气看完《复联》……不只为消费者带货,更带着观众在影院暂停之际走近电影。

“影院暂停已经一百多天了,我们经常关注影院的消息。我关注线上推出这样的模式,我也进去看了一下直播和店铺,找到了很多小时候的味道,也想让孩子感受一下。”“80后”的陈小姐说,“不过说实话,虽说现在店铺里的国货产品有一些,但还不够丰富,希望以后随着影院的启动,这些电影衍生品和中国电影一样,越来越多。”

走进“上影宝”店铺,在高达、精灵宝可梦、米老鼠、愤怒的小鸟等一堆国外IP衍生品中,《长城》的马克杯、《唐人街探案3》周边的中华街牌坊等一些国货产品,更多是给人一种“存在感”,销量远不及“大白兔”那些吃的。这也从一个侧面看到,中国的商业大片要想像国外的“爆米花经济”一样壮大周边,必须要找准发展角度,如今的线上销售模式,倒是给了中国电影人一点启示,未来不妨和国货走得近一点,再近一点。

本报记者 吴翔



上海收藏嘉年华首次上云



“收藏嘉年华”展品之一
本报记者 郭新洋摄

周治 虫草温锅

这样就能大体判断古玩的年代。这就是大家总爱说的‘看包浆’。”

两位专家随即又带着线上观众一起“云”逛福佑淘宝城。从五层的“藏宝阁”逛到地下二层的小地摊,从玉器看到瓷器再到木器,他们不时邂逅“宝贝”,展开一番精彩点评。“这个杯子的颜色是典型的柠檬黄。”蔡国声刚说完这句,抬起头看了看店家的衣服,便笑道:“你这件T恤就叫做葱花绿了。”店家听了,赶忙展示出了一款玉镯:“这个镯子是葱心绿的!”蔡国声会心一笑,点出用意:“收藏能让人感受到中华传统文化的博大精深。单论形容物件的颜色,就有许多形象又有趣的词汇。其中的精彩之处比比皆是,都等待着大家一一发觉。”

昨天下午,2020第七届上海淘宝(收藏)文化节在豫园畔的福佑淘宝城开幕。这场一年一度的“收藏嘉年华”不仅在上海各大古玩城里展开,更首次走到了凤凰云、文化云、抖音等线上平台。

开幕式上,央视《鉴宝》栏目的人气嘉宾、著名古玩鉴赏家蔡国声,上海收藏协会创始会长吴少华现身,与线上线下的藏友展开交流。“黄杨木的生长很缓慢,这样大小的得有100年才能长成。”蔡国声首先将一个清代早期的木质笔筒拿到镜头前,为大家仔细讲解。吴少华则以一款老寿星的摆件为例,给观众科普了看“包浆”的方法:“首先判断东西的材质,然后看它的风化程度、使用痕迹,

自2014年创办以来,上海淘宝(收藏)文化节影响力不断扩大。去年,参与机构就已经达到200余家,参与的收藏爱好者超过70万人。今年,文化节从线下拓展至线上。 本报记者 吴旭颖