

9.30

上午首发

和上博一起『冲上云霄』

近百名旅客体验『上博号』首个主题航班

本报讯(记者 乐梦融)乘东航飞万里,随上博览千年。以中国古代艺术为主题的东航宽体彩绘飞机——“上博号”日前启航,成为首个飞越全球的“空中博物馆”。今天上午9时15分,这架飞机从上海飞往成都,近百名旅客在万米高空体验了首次主题航班活动。记者也一起参与了这次不同凡响的空中博物馆之旅。

两位身穿古埃及服装的工作人员在舷梯口迎接旅客(见图①),机身上大克鼎和飞机相连冲向蓝天,寓意“上博号”会将中华文化带去五湖四海。机舱内部则化身万米高空的“博物馆”,30余件上博馆藏青铜器的图案,按中国古代青铜器的发展时序,呈现在行李架、小桌板、座椅头垫等位置。

登机后,旅客们眼前一亮,上博在座位上为每名旅客奉上礼包,里面包括了定制徽章、行李箱带、行李牌以及东航与上博联名的青绿色手提袋(见图②)。

丰富的现场互动小游戏也引发旅客的浓厚兴趣,大家通过现场抽奖和有奖问答赢取上博的礼品。

在长达3小时的沪蓉航旅中,还有诸多彩蛋。在飞机座位前的屏幕上,融入了上博场景,旅客可以点播上博独家导览的视频和纪录片。此外,还有中英双语杂志《飞阅上博:上海博物馆的27个关键词》供取阅。

上海博物馆馆长褚晓波通过机上广播致辞:“很高兴能和大家一起乘坐‘上博号’彩绘大飞机,开启这段艺术之旅。‘上博号’不仅是文化传播的载体,更是一座年度焕新的空中博物馆。在今天的旅程中,我们将文物以另一种形式在飞机上展出。希望大家今天都能玩得开心,飞得舒心,一起享受这段空中博物馆之旅。”

图①

图②



西安话剧院带来的是改编自马伯庸畅销小说的《长安的荔枝》;话剧《北上》由杭州话剧艺术中心根据徐则臣茅奖作品改编;来自香港地区的中英剧团带来的话剧《血色双城记》改编自狄更斯的《双城记》,曾经制作了该剧英文版的英国班底受邀制作了中文版;安徽省黄梅戏剧院的《红楼梦》,由两位已故戏剧大师——编剧陈西汀、导演马科排演,这个首演于1991年的版本已成当代黄梅戏的经典。

发布会当日,中国音乐剧演员、制作人阿云嘎正式担任长三角城市戏剧节首席品牌推广大使。他在致辞中表示:“期待通过自己的力量,吸引更多年轻人关注戏剧、走进剧场。希望通过长三角城市戏剧节,让戏剧艺术火起来!”

淮海路、豫园三大商圈百家商户,形成文影商旅展联动促消费格局,让文旅消费“有形有效,可感可及可统计”。

依托黄浦文旅集团管理的1个会馆——商船会馆,2个艺术中心——拉法耶艺术中心、当代艺术馆,6家自营影院——大光明、和平、国泰等,7家剧场——大上海、中国大戏院、黄浦剧场等和25个新空间——大世界等,打造多元文旅消费场景:拉法耶文化艺术中心打造“精绝七日:新疆尼雅遗址数字大展”,让观众仿佛亲临尼雅遗址考古现场,沉浸式领略古代西域文化魅力;大世界打造惊悚喜剧《开关 SWITCH》,运用多模态情绪交互技术,依据观众微表情、心跳实时调整剧情;商船会馆将量身定制光影技术和京昆传统文化结合的沉浸式作品《蜚戏生》,感受沙船时代的风云际会和爱情纠葛;大光明 MIDNITE 光影餐厅将升级演艺夜市,激活夜间消费……

本报记者 朱光

呈现人生百态

这个汇聚的初衷与过程,就是本届戏剧节的主题“融”。因而,自第四届长三角城市戏剧节起,将更注重“城市文化”的概念,汇聚于长三角具有代表性的城市上海,展现“资源共享、信息共通、品牌共创、效益共赢”四大理念,通过剧目展演、演艺管理高级研修班升级、文旅商体展联动等,推动地域融汇、文化融合与产业融通,让文化为区域经济高质量发展赋能。

此番有八台大戏在“演艺大世界”上演,门类包括话剧、舞剧、黄梅戏等。明星版悬疑剧《看不见的客人》由张维伊、金靖、张嘉元担纲主演;舞剧《主角》由北京歌剧舞剧院创排;

辐射票根经济

第四届长三角城市戏剧节将继续书写“以文化人,以文惠民,以文润城,以文兴业”的生动篇章。为响应“惠民生、促消费、增后劲”行动,戏剧节期间将推出戏票、影票、购物票——三票联动促消费活动,观众凭票根可在合作商圈、景区享受餐饮折扣及购票返券,消费满额可兑换演出票优惠,形成“戏票影票购物票,票里票外都是戏”的文旅商消费闭环。

黄浦文旅集团总经理夏锋介绍,活动并不仅仅停留在折扣优惠,而是将以优质供给激发消费活力,以场景创新提升消费体验,以跨界融合拓展消费边界,以环境营造增强消费获得感为着力点,全力打造黄浦文旅消费新产品、新场景、新名片。黄浦文旅集团将依托三大子公司平台大光明、大世界、大上海,携手三大协会上海中华老字号协会、上海餐饮烹饪行业协会、旅游业协会,联动南京路、

第四届长三角城市戏剧节 让戏剧和消费“融”起来 戏票影票购物票 票里票外都是戏

新消费
申活力

走进剧场,看演出;走出剧场,周边消费从票根开始辐射到衍生产品、餐饮、住宿、购物乃至旅游……第四届长三角城市戏剧节暨2025黄浦文旅“促消费”活动启动仪式昨天下午在中国大戏院举行。本届戏剧节将于5月至7月举办,在立足长三角的基础上,拓展到北京、西安乃至香港地区。本届戏剧节首次凸显文旅产业成为支柱产业趋势,探索文化赋能城市消费的新路径。



“电影之城”点亮消费新场景

策划精品影展

在五一档全国7.47亿元的票房大盘中,上影联和院线以全国票房第四的成绩,吸引超140万人次观众。SFC全国51家直营影院票房813.31万元,其中上海影城SHO以77.3万元的营收,登顶上海地区票房榜首,更凭借较去年同比31.5%的票房增幅冲入全国前十,成为上海唯一上榜影院,位列全国票房第五。影展及影城自创衍生品、餐饮卖品销售额更是较去年同比激增321%。能取得如此佳绩,缘于“精耕细作”的精品影展——“缪斯的多重曝光:德菲因·塞里格逝世35周年纪念影展”吸引了万名影迷参与。此外,上海电影博物馆推出15场主题活动,成为丰富市民假期生活、创造电影文化体验的好去处。

丰富观演体验

票房之外,沉浸式体验成为文旅消费新的增长引擎。上海影视乐园非门票业务收入同比增长23.1%,成为拓展影视效应边

刚刚过去的假期,1650.06万人次游客奔赴申城,而上海电影市场也再次领跑全国,显示出“电影之城”的消费热力。假期里,上影集团以“电影+”助推文旅商旅体展新融合,为上海城市文化IP建设注入澎湃动力。

界的重要阵地。沉浸式戏剧《新世界·破晓之宴》连演5天场场爆满,观演人次超去年同期两倍,收入翻番。外地游客占比超60%,他们中不少人从机场或高铁站拖着行李箱直奔乐园,将“新世界”作为长三角之行的首站。乐园还进一步拓展新兴业态,房车营地等合作商户数据同比增长6%。

此外,位于安福路322号的永乐汇园区,这个假期成为潮流人士的聚集地,人流量近5万人次,同比增长20%;银星皇冠假日酒店凭借充满“电影元素”的特色风格,“五一”假期客房出租率达75.9%,同比增

长9.7%,房费收入提升8.5%;上海思特奇酒店则聚焦沉浸式影视体验的优势,“五一”假期营收较去年增长37.84%,平均入住率超85%,同比提升25%。

上演梦幻联动

“五一”假期,上影元携《大闹天宫》的孙悟空、《浪浪山小妖怪》的小猪妖,以及黑猫警长等一众动画明星,上演“梦幻联动”。“小猪妖”在上海国际咖啡文化节迎线下首秀,4天累计见证近50万客流,IP巨型气模装置整体曝光超10万人次,与东方明珠等同框成为打卡热点。5月3日,小猪妖等IP还走出上海,亮相北京2025微博游戏动漫展。而大圣的火眼金睛、花果山水帘洞、天宫遨游、大圣与二郎神对决等名场面,也成为2025上海邮轮文化旅游节开幕式中璀璨的视觉盛宴。由上影元携手吴淞口文旅集团打造的“吴淞口空中剧场×大闹天宫”无人机烟花大秀日前在上海国际邮轮旅游度假区上演,让城市天空变身奇幻天宫。

本报记者 孙佳音

