

下周末,去松江车墩上海影视乐园

兜兜黄河路 看看繁花景

这个冬天,你有去过黄河路打卡吗?人潮汹涌中,有遗憾“至真园”原型荅圣园酒家之于电视剧《繁花》略显简陋吗?

这个夏天,下周末起,《繁花》拍摄地“黄河路”就将华丽亮相。霓虹闪烁间,你可以走进《繁花》片场,也走进上世纪末黄河路的岁月流转与时代风华。

至真园,终开放

在《繁花》摘得五朵“白玉兰”之际,在松江车墩的上海影视乐园正式向影迷和游客发出邀请——《繁花》拍摄地“黄河路”将于7月27日晚亮相,并在之后三个月每晚开启沉浸式体验之旅。

现实里,“荅圣园”门前的留念照曾一度火热社交媒体,但已然落寞的黄河路无法满足剧迷,那怕在荅圣园酒家点上一桌本帮菜,也仍觉不过瘾。现在,《繁花》拍摄地“黄河路”经过原班美术团队半年整修,将以饱满的状态迎接喜爱这部电视剧的观众和游客。虽然目前不少酒家内部仍在加班加点做最后的装修,但步入上海影视乐园“黄河路”,上世纪90年代黄河路沿线的多家饭店尽收眼底,目之所及皆为琳琅满目的饭店招牌,“金八仙大酒店”“天外天酒楼”“雅园酒家”“东南亚大酒店”等霓虹错落有致,每一家饭店都有自己的特色和故事。

作为“黄河路”甚至整部《繁花》的焦点,见证了时代风起云涌的“至真园”以最为引人注目的店面坐落于黄河路定兴路路口。步入刚刚修整一新的“至真园”,穿过金碧辉煌的大堂,走上铺着红毯的旋转扶梯,胡歌和辛芷蕾仿佛就在眼前。时代的梦想如华丽的水晶灯,也如窗外的霓虹闪烁。

仅夜场,须预约

霓虹灯是上世纪90年代上海最具有标志性的符号之一,乐园方面表示,为了更好地呈现当年黄河路的风采,开放参观时间仅限夜场,2024年7月27日至10月7日,夜场营业时间请关注影视乐园公告。



据了解,此次《繁花》黄河路拍摄地实行实名制预约参观,凭预约码通过核销后方可进入,“请您于预约时间段内于《繁花》黄河路拍摄地入口有序排队等候入园参观。您的实际入场时间可能与预约时间不一致。若区域已达游客最大承载力,上海影视乐园将现场摆放《限流通告》;或您错过当日的预约时间段,您的实际入场时间可能会被延后,请您于入口处有序排队等待进入黄河路拍摄地。”

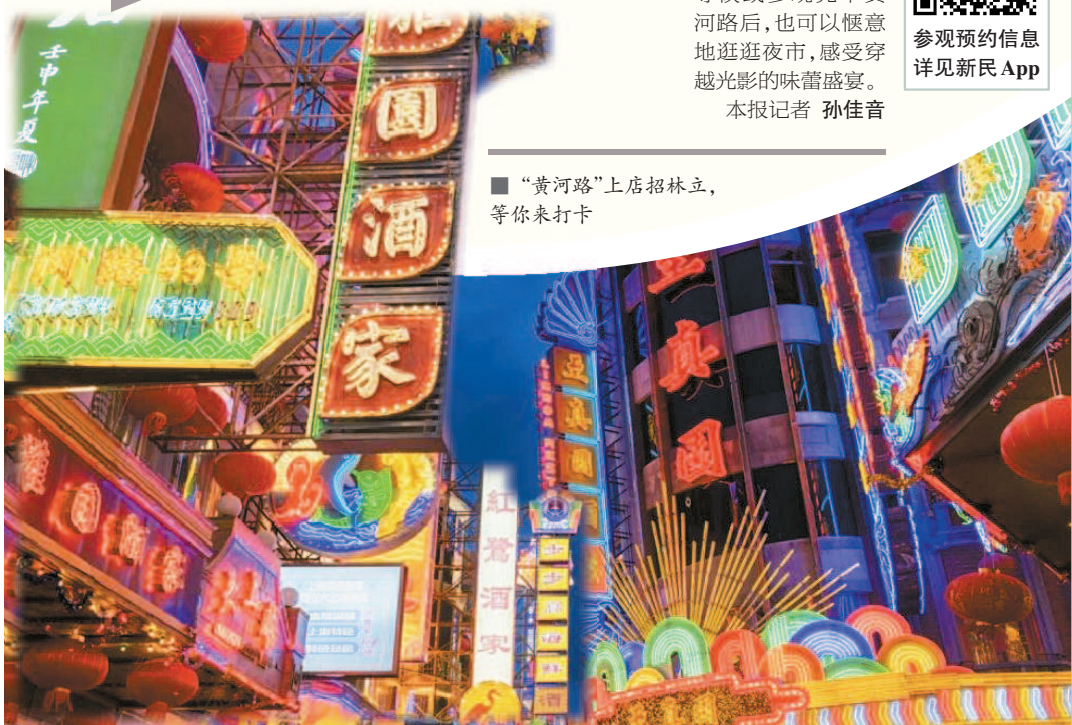
相关负责人表示,此次黄河路拍摄地开放,热诚欢迎影迷及游客,但为了保证沉浸式参观体验效果,建议游客每场参观时间不超过30分钟,并严禁携带滑冰鞋、滑板车、自行车、电动车、宠物、易燃易爆品及其他危险品进入,“严禁以直播带货、广告拍摄、影视剧拍摄、短剧、商用短视频拍摄、好物推荐等任何方式对场景及景区内元素进行商业化利用,现场工作人员如发现您有上述违规行为,有权对您进行劝告阻止、有权要求您删除上述内容。”另外,届时乐园将同步开启“喵星人狂欢夜”,在排队等候或参观完毕黄河路后,也可以惬意地逛逛夜市,感受穿越光影的味蕾盛宴。

本报记者 孙佳音



参观预约信息
详见新民App

“黄河路”上店招林立,等你来打卡



文化娱乐现象述评

有人说它是“按摩神器”,有人说它是视频化的爽文,网络微短剧因其短小、精练、节奏明快、易于消费的特点,迅速崛起并占领市场。但作为新兴的文化业态,网络微短剧在高速发展过程中,也出现了类型化、同质化、格调不高、发展受限等突出问题。如何助力微短剧突破发展瓶颈、抓住时代机遇、实现高质量发展,成了昨天在京闭幕的“网络文学+”大会上高度关注的议题。

新业态亟待新突围

曾几何时,搜索网络微短剧,常看到诸如“养子与后妈的虐恋”“腹黑太子爱上女杀手”“闪婚后才得知丈夫是首富”等博人眼球的营销词条。和当年的网络文学一样,网络微短剧去年以更快的速度经历了野蛮生长的阶段。

为什么微短剧去年突然井喷式发展?点众科技董事长陈瑞卿认为,经历了2022年的萌芽状态,网络文学为微短剧输送了大量人才,85%以上人才的储备来自于网络文学作者、编辑。另外,网络文学多年来沉淀了大量IP,在内容上提供了充足的改编支撑。

爱奇艺戏剧中心总经理李莉提供了一份微短剧用户画像的研究,发现网络文学与微短剧用户有着高度重合。首先是热门标签高度重合,比如说女频的甜宠、穿越、霸总,男频的逆袭、穿越、重生。另外,网络文学受众60%以上是Z世代,网络微短剧受众Z世代比例也高达65%。同时,网络微短剧跟网络文学都有探索海外市场的巨大潜力和可能性。

网络文学作家因而成为较早感知到微短剧“春江水暖”的一批人。网络文学作家廖娟分享起自己的经历,网文在以前都是被问“是不是要去配合影视剧的发展?”如今这个问题慢慢变成了“是不是可以去配合微短剧的发展?”

据统计,去年市面上各种类型的微短剧加起来大概在1万部,七成甚至更高来自于网络文学的改编。有相关人士称“2023年年初的时候,微短剧我们自己都不太看,觉得太‘下沉’了”。到去年底,尽管微短剧数量上集中爆发,内容上依然同质化严重。由此看来,当下微短剧行业正在努力的方向,是在爽的基础上把价值观摆正,以及从创作上进行一场“突围”。

高收益呼唤高质量

微短剧成本低、周期短、回报高,一个题材火了,立马引来大量剧组跟风拍摄。最早拿一部苹果手机,花5万元就可以制作一部微短剧,现在微短剧从30集到100集,成本也不断增加,现在行业已经有100万元以上成本的剧了。

即便是100万元的投入,放眼长剧集领域,只是杯水车薪,更不用说回报上的巨大反比。比如,一部闪婚题材的网文《我的老公是豪门》,付费小说去年的收益是3亿元左右,而改编成的微短剧票房已有2亿元左右。

以某音平台为例,该平台短剧负责人王晨透露,目前在平台上每天主动搜索短剧的用户数量翻了一倍,对短剧有付费意愿的用户提升了10倍,付费金额增长了5倍。

网络微短剧,成为口红经济现象的新型受益者。一次充值从几毛钱到数十元不等,观众便可以获得一定的情绪价值。“爽”,让亿万观众趋之若鹜;“赚”,让周星驰等一批有名的演员、导演纷纷下场;“+”,让文旅行业、众多品牌看到了微短剧的巨大能量,让微短剧从内容消费产品变成赋能工具,去促进文旅繁荣、行业发展、营销带货。

几乎所有的长视频平台都针对网络文学IP的改编做出了一些尝试,各平台也都推出了自己的扶持计划,发力精品微短剧。据悉,某音在今年暑期档以及后续的几个档期,在题材上做各种创新,包括家庭喜剧、年代剧、科幻剧、反诈剧、国安剧、消防剧和医护剧,在这些内容上突破原来的爽文、战神等题材,把更好品质的内容分享给用户。

阅文集团短剧负责人杜昊表示,高质量的内容创造离不开清晰的IP改编路径和平台的流量整合扶持,精品化和题材创新势在必行。身处创作至关重要的一环,作家、编剧锦沐认为,不管作品是哪一种类型,精品化是每一个创作者的根本诉求。精品化和市场化并不冲突,尊重创作者自由、独特的表达,就可以打破同质化这个僵局。

驻京记者 赵玥
(本报北京今日电)

除了爽,赚翻的网络微短剧能有些追求吗?

