

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”原型荟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，“荟圣园”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，哪怕在荟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》黄河路拍摄地入口处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

“黄河路”上店招林立，等你来打卡



参观预约信息
详见新民App

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、编剧普遍认为，不管作品是哪种类型，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？

