

约16.5万人次参观 签约金额超12亿



长三角文博会昨落幕

本报讯 (记者 孙佳音)8.1万平方米展览面积,超过1300家参展单位,同步举办13场主题论坛,4场经贸对接,53场发布活动,吸引近300个专业观众团队……2024年11月22日至25日,第五届长三角国际文化产业博览会在国家会展中心(上海)成功举办。本届长三角文博会共吸引约16.5万人次参与,实现现场交易金额

5445万元,签约金额超12亿元。本届长三角文博会延续了上海与对口支援地区的文化产业合作,让中西部地区在更大规模上“接轨大上海,融入长三角”。四川展馆以“活力天府 文化四川”为主题,聚焦数字文化产业、文旅融合发展、非遗传承保护等,全方位宣传展示四川文化产业发展成效;云南展区以“以花传情 山海共

享——有一种叫云南的生活”为主题,充分展示云南文化产业成果和辐射东南亚的能量;内蒙古展区围绕“弘扬北疆文化 赓续中华文脉”主题,集中展现内蒙古独特的自然风光、厚重的文化底蕴和特色鲜明的文化产品。在本届展会上,“文创+科创”、“文旅+消费”成为从供给侧和消费侧“双向发力”的重点话题。以长

三角文博会为起点的首届ECA国际创意设计大赛,突出了“东方魅力、文化底蕴”的特色,弘扬了“创意中国,设计未来”的宗旨,成为聚焦中国文创产业设计的权威赛事。它将以此为起点,积极培育青年设计人才,推动优秀设计成果的市场化和产业化,通过持续举办而形成上海国际文创产品博览会等系列架构。

长三角文博会举办五届以来,作为国际权威展会和全国顶级文化产业博览会的溢出效应持续放大。来自海内外的文化产业企业和机构踊跃参展,本届展会共吸引到来自13个省的70个地级市参展,已成为全国规模最大的、内容最丰富的综合性文化产业博览会之一。

在上海街头遇见《好东西》

“上海出品”助力打造文旅商融合新场景

邵艺辉编剧、导演并担任剪辑指导的新作《好东西》正在热映。这部上海出品、上海题材、上海摄制的现实题材电影,延续了前作《爱情神话》先锋的风格与独特的腔调,讲述了两个性格迥异的女性,一个坚强,一个柔软,面对旧创伤与新挑战,彼此温暖慰藉共同成长的故事。电影自11月9日在上海影城开启点映路演后,网络热度与观众口碑持续上升,上映首日更是以28.8%的排片占比、41.6%的票房占比三倍于第二名的票房佳绩稳居日票房冠军。

火热的不仅是票房,也不仅在影院,《好东西》在上海的街头,随处可见。

昨天中午,记者来到南京西路,《好东西》移动酒车已经“停靠”在中信泰富的户外广场,金属质感的反光车身上涂着玫红色的“好东西”三字,好不醒目。领上一份“《好东西》电影说明书”,里面有一张“《好东西》上海打卡指南”(地图)和六张花花绿绿的“小传单”,满满的票根福利……据悉,在过去的一个月,作为《好东西》的重要出品方和联合发行方,上影集团旗下SFC EVENTS创意团队,成为《好东西》“电影+城市”的地面“沪动”推广小队。他们奔走于南京西路、淮海路、梧桐区和陆家嘴等街区,用创意广告和票根经济联动各方合作伙伴,助力《好东西》在上海的传播扩散,营造“电影之城”的氛围感。“我们希望用票根作为媒介,串联起商旅文体展多样资源,延伸‘电影+’消费链条,与观众共创在上海的‘好东西’。”团队负责人刘芸介绍说。

走在延安路上,涂装有“好爱上海”的71路“刷”一声驶过,叫人几乎来不及拿出手机与它合影。“没关系,共有15辆公交车、2艘苏州河游船涂装上了‘好东西’,上海交通卡也已经上线了‘好东西’宣传卡面,未来一个月你会经常遇到‘好东西’。”作为该片出品方之一,久事文传整合久事集团旗下城市公交、苏州河游船、外滩历史建筑、

久事·上海商城剧院等多种文、商、旅、交资源,为电影宣传提供了强有力的支持,“《好东西》取景覆盖上海25处地标,涉及市内51处小场景。我们鼓励大家绿色出行,跟着电影去旅游,在街道中感受城市的肌理,体验生活的美好。”

于是,我来到四行仓库码头,坐上全副武装上“好东西”的苏州河游船。河流潺潺,水波浮动,游船缓缓驶过这座城市的昨天与现在,一路驶向外白渡桥。“你们喜欢看电影吗?其实啊,中国最早的电影业是在上海拉开帷幕的。1897年一位名为哈利·韦尔比·库克的洋人携带着一台叫作animatoscope的新奇机器来到上海,入住礼查饭店,开启了首次收费的展览。”船舱内的语音介绍,竟与船舱外的建筑和历史,也与船身此刻的涂装达成了某种穿越时空的互动,“1913年,中国人自办的第一家电影公司‘新民公司’在上海成立,并拍出了中国第一部无声黑白短故事片《难夫难妻》。而后,在1924年到1926年之间,中国就开设了175家电影公司,其中141家全部都在上海,包括明星、联华、天一这三家公司。1949年,上海正式成立了国营电影制片机构——上海电影制片厂,并在1953年与上海联合电影制片厂合并,组成了全新的上海电影制片厂,陆续推出了《南征北战》《渡江侦察记》《鸡毛信》等众多电影。1957年,上海美术电影制片厂成立,创作了《大闹天宫》《黑猫警长》《葫芦兄弟》等500多部伴随了几代中国人成长的经典作品……”

本报记者 孙佳音



■ 多伦路上演《楚门的世界》
王凯 摄

根据电影《楚门的世界》改编的沉浸式戏剧《镜中戏》第一幕,上个周末在多伦多现代美术馆草坪前开演。作为“多伦多市集剧场”第一季第二集,演员们将沉浸式的表演融入市集,市民和游客走进“楚门的世界”,他们是观众也可以是演员是背景……就像电影里的故事一样,恍惚间分不清自己究竟是在现实中,还是在虚拟的戏里。据悉,多伦路计划未来在每个月最后一个周末,根据不同的戏剧主题,打造市集剧场,让大家身在多伦路,心在电影中。

可看可演可体验

“‘多伦多市集剧场’是一个打破传统市集和剧场空间的创新玩法,观众既是市集中的游客,同时也是剧中的游戏玩家。”“多伦多市集剧场”主人花青说,“在电影《楚门的世界》中,存在一个真实与虚构的世界。我们希望通过这样的沉浸式剧场,也让观众零距离地感受真实与虚拟、生活与戏剧之间的关系。”

活动现场,观众不仅可以看演员表演,也可以或主动或受邀体验影像、镜头与银幕所带来的真实与虚幻感受。此外,现场还根据戏剧主题,设置了很多体验项目。比如在第一幕戏中设置了苔藓微景观生态瓶DIY体验手工坊,用多种苔藓品种、迷你植物、彩色小石子、精致装饰物等,让大家亲手创造一个独一无二的“世界”——打造属于自己的微观生态系统。再如第二幕的主题,楚门要拼凑出自己心中的爱人的形象,于是主办方就联合艺术家BOBO潘的展览,让市民和游客使用各种回收边角料和身边无用的小配件,创作出一幅属于自己的拼贴画,就像艺术家一样,可以拼出网球冠军,也可以拼出自己心中著名的女性……

家住普陀区的李先生与好友们偶遇“市集剧场”。李先生说:“朋友周末从南京来上海玩,原先想带他们看看上海具有海派风情的街道,没想到正好遇上了活动,不仅看了场电影,还亲身参演了,让我们非常难忘。”

好吃好戏好东西

既然名为“市集剧场”,市集是重头,目前的表演主题都是结合市集来构思的。上个月的演出是根据《LA LA LAND | 爱乐之城》电影为灵感改编的《追梦旅人》,通过舞蹈、音乐和剧情快闪的形式,上演了包含歌舞剧、查尔斯顿舞蹈、手冲咖啡教学等在内的“五幕剧”,联动公益组织“梦工坊”、手工作坊“Testry.lab”等摊位,构建起全新视听玩体验。

市集上,上海老字号品牌《光明》携手多伦路推出联名新品——“胜利火炬”冰淇淋及“你是鲁迅的哪位客人”咖啡冰砖套餐,让消费者趣味性地了解鲁迅和他的朋友们,加深文化回忆链接。现场还集结文创刊物、影音周边、生活美食等超30+品牌,给予消费者更多DIY的可能。

“今天的多伦路文化名人街,既是剧场,也是市集。”负责打造“多伦多市集剧场”的上海长远文化(集团)有限公司相关负责人介绍,“多伦多市集剧场”打破传统市集与“镜框式剧场”的物理隔绝,以市集为主要形式,融入沉浸式剧场概念,在市集现场根据一部电影或剧目场景沉浸式造景、演出、互动,“让一条街上演一幕剧,联动一场市集”。本报记者 吴翔

漫步于百年马路上《楚门的世界》
——戏剧为多伦路打开新玩法