

上影节昨进行“票务系统全流程测试”

今年电影节 票子好抢吗?



6月3日,第27届上海国际电影节就将公布排片表,6月5日中午12时,本届上影节就将在大麦、淘票票两大平台开始售票。

新增大麦平台,今年的影票会更好抢吗?或许热门场次还是很不好抢,但昨天记者到上海阿里巴巴徐汇滨江园区探营本届上影节“票务系统全流程测试”,提前体验选片、下单、支付、打票,过程相当丝滑,“系统模拟了每秒2万人次的流量,是去年电影节开票后接近1万人每秒的实际最高峰值的两倍。”大麦娱乐CTO噶啸介绍道。

抢票很丝滑 还有周边卖

据介绍,为保证今年上影节购票顺利进行,阿里的内部测试从4月初就已启动,大部分前期准备工作在4月底完成。今年除首次支持大麦、淘票票双平台购票,还增加了鸿蒙端适配,对交互体验也做了优化,在更清晰美观的界面下,抢票体验也更加丝滑、流畅。点击进入测试链接,在第27届上海国际电影节主题页面上能看到展映影片列表,可提前添加到日程,开售后点击“抢票”,就可跳转进入选座、支付。在电影节主题页面上,与过往类似,还有抢票攻略、影院地图、片单推荐等等,帮助影迷更从容作出选片决策。

在压力测试环节,技术团队按照2024年上影节抢票峰值的2倍做压测准备,现场以艺海剧场的某部热门电影演示,约20秒后,几百个座位就全部标红。噶啸介绍说,上影节的流量压力相当于春节档流量的20—30倍,与演唱会类似:“从经验来看,热门影片会在一分钟内全部抢完,对票务系统的承载能力提出了一定的考

验。不过与更加紧俏的热门演唱会相比,峰值压力仍有近百倍的差异。对影迷来说,提前做好规划,在开票后第一时间去抢自己真正心仪的场次,选好立即下单,抢到的概率还是比较高的。”

记者发现,今年购票平台不仅在支付环节增加了云闪付功能,还在页面上还增加了衍生品商城入口,可以方便购买上影节周边文创。打开淘票票首页,点击“电影周边”,再点击“上影节”图标,便可以看到“上海国际电影节官方文创”,不用到店,就能在线上站购齐本届上影节的各种周边,包括毛绒挂件、主题T恤、日常背包、冰箱贴套装等均已上线。“还会有很多上影节周边持续上线,会按照影迷购买时间陆续发货。”



■ 新款上影节电影票

大麦也方便 并且更多元

许多影迷关心,今年新增了大麦,会否比淘票票更方便更快捷?据记者切换双平台体验来看,在大麦购买电影票须先对淘

票进行授权,做好授权后,正式抢票时就不再进行额外操作,虽然页面显示风格不同,交互体验略有区别,但两个平台的抢票效率和效果并无区别。

大麦娱乐副总裁张莹介绍,阿里影业5月21日更名大麦娱乐后,他们对大麦App进行了产品



■ “票务系统全流程测试”页面

升级,新大麦客户端作为全品类一站式娱乐票务平台,已覆盖电影、演唱会、音乐节、话剧、脱口秀、展览、体育、演艺旅游等40+细分品类。“大麦平台如同文旅商体展‘大卖场’,将定位城市选在上海,就可以看到沪上展览、演出、旅游演艺、景点等推荐,外地游客可以更好掌握上海的文旅资源,提前对电影节期间行程做一站式规划。”张莹说。

上海国际影视节中心主任陈果补充说,去年上影节观影人次近50万,“有相当一部分观众来自上海以外,新增大麦平台,希望能给影迷提供更丰富的文娱选择。让喜欢电影的人,更好地来上海体验电影之城的魅力。”

本报记者 孙佳音



小票根 大惊喜

孙佳音

昨天在测试现场,从上影节专用取票机里,吐出了今年的新款上影节电影票。熟悉的排版之外,今年的影票不仅在手感上比去年、前年的要厚实一些,还将主海报的配色和主要图案浓缩于“眉眼”部分(以往这部分为单色,不渐变,也并无海报图案),还在票面的左上角印上了“电影之城”的标识,令人从心底油然而生一些自豪感。

更重要的是,这张小小的影票还藏着许多彩蛋。比如,以票根兑换礼品已是今年沪上影院吸引影迷最常见、高效的互动形式之一,SFC上影影城、百丽宫影城、曹杨影城等单体影院都设置有票根兑换、抽奖、联动集章等活动,凭票根可兑换电影节文创产品、影院自制印章、徽章、透卡等特色周边。比如,和平影都联合香氛品牌提供礼品,提升消费附加值。还比如,CMG融媒影城等影院推出电影票+卖品部任意消费换取上影节纪念票根等活动。

今年美团和大众点评也将结合展映影片推出“看电影·恰上海”美食地图,并首次为上影节影迷推出“赶场套餐”。除了可以“跟着电影赏美食”,还能在这座电影之城,足不出城,“跟着电影去旅行”。“一带一路”电影周将举办以展现东南亚风情为主题的生活市集;旅游平台携程以“馆藏上海携影同游”为主题,将推出酒店、景点与电影票的联动产品;多家展映影院策划“电影+旅游”相关服务,为购票观众提供合作酒店优惠、入住大礼包、合作景点折扣等权益,另外多数影院均为提着拉杆箱来到上影节的外地影迷提供行李寄存服务。

当你拥有了一张上影节的票根,你便拥有了打开这座“电影之城”的许多把新钥匙。当我们都手握上影节票根,城市消费也就有了新密钥。

上海世博会博物馆 在大阪扩大“朋友圈”



■ 大阪世博会的上海世博会博物馆展馆

正在日本举办的大阪世博会进程接近一半,作为国际展览局唯一官方博物馆和官方文献研究中心,总部位于上海的世博会博物馆在东亚扩圈交友,与博物馆界的国际同仁共探博物馆发展新路径。日前,一场别开生面的“博物馆的可持续

性:快速变化社会中的博物馆未来”活动,在日本大阪世博会主题周工作坊开展。本次活动由国际博物馆协会亚太区域联盟与上海世博会博物馆共同主办。

2025年大阪世博会的主题为“设计未来社会,让生命绽放光彩”,而2025年国际博物馆日的主题则是“快速变化社会中的博物馆未来”。这两个主题不约而同地关注未来与社会的可持续发展。

作为世博会场域唯一的博物馆参展主体,世博会博物馆主动当起“群主”,建起跨领域国际朋友圈。借力“主题周”这种始于2020年迪

拜世博会的特有活动模式,世博会博物馆充分发挥“世博+文博”双料专家的优势,首次推动在世博会现场开设博物馆专场。将世博会和博物馆不同领域的“好友”拉进群聊,共同探讨如何用文化力量推动可持续发展。

本次主题周活动由国际博协亚太地区联盟主席安来顺主持,上海世博会博物馆馆长刘文涛、澳大利亚维多利亚博物馆高级策展人黛博拉·托特·史密斯、国际博协柬埔寨委员会主席卡莉亚·周·孙、上海大学上海美术学院美术馆副馆长马琳、国际博协日本委员会副主席吉

田憲司、韩国铁器博物馆馆长张仁卿等嘉宾,分别从博物馆的社会功能与责任、文化多样性与包容性、数字化与可持续发展等多个维度,探讨不同文化背景下的博物馆在地性,聚焦博物馆在实现联合国可持续发展目标中的积极作用,为博物馆行业发展提供了不同文化环境下的创新思路。

上海世博会博物馆馆长刘文涛在演讲中介绍了中国的博物馆事业近年快速发展的情况,她认为这是可持续社会的重要文化推动力。截至2024年,中国已有6833家博物馆,每年有14亿人次观众走进博物

馆,公众表现出迫切的到公共文化场馆休闲的愿望,博物馆也以更加优质的服务和更多的文化产品响应了公众的需求。在大阪世博会主题展的论坛上,她告诉海外同仁,以中国长三角地区的博物馆为例,博物馆呈现数量类型双多、展览质量数量双高的特质,中国的博物馆也在促进知识共享、倡导社会公平、推进绿色发展上,有着具体的积极的作为。刘文涛表示:“未来将继续通过这类跨地域、跨领域的‘加好友’行动,和文博行业共建共享共成长。”

位于大阪世博会园区内的世博会博物馆展馆,在日本和全球的参观者眼中,正在扮演着历届世博会珍贵“收藏夹”这一重要角色。在展位上,世博会博物馆分享了国内博物馆可持续发展的创新举措,包括数字人文、无障碍运营、社区教育等内容,并热情洋溢地将“欢迎来上海”的邀请发送给数以万计的参观者。 本报记者 乐梦融