

市集、音乐、江风、光影,勾勒出不夜的申城。9月19日,第二届上海国际光影节在徐汇西岸开幕,并于上周末全面启动光影秀公众预约、互动展演、光影市集等活动。记者探访主会场和各大分会场发现,光影节对会场周边的夜经济促进作用明显,徐汇西岸梦中心和黄浦新天地商圈的营业额增长均在30%左右,梦中心商圈的瞬时客流更是创了开业以来最高纪录。

光影节带动多个商圈营业额增长约三成

「追光客」点亮夜经济



■ 第二届上海国际光影节浦东分会场
八万吨筒仓艺术中心区域点亮灯光
本报记者 徐程 摄

茶饮销售火爆

晚上8时,徐汇西岸的“光影市集”迎来了客流高峰。记者看到,市集上不仅有乌苏烧烤、爷爷不泡茶等网红餐饮,更有久事公交、黄岩市等带来的周边文创产品。啤酒、美食、茶饮,黄岩水果毛绒玩具、限定款71路冰箱贴、光影节大头贴……各种“小确幸”与流光溢彩的光影秀互相衬托,在凉风习习的黄浦江畔营造出夏夜的别样精彩。

“我们就住在附近,下班特地带女儿来逛一圈,看看光影秀。小朋友特别喜欢集章,在集市里拿着光影护照做任务到处打卡,还换到了一张黄岩石窟景区的门票!”来自徐汇区的蒋女士告诉记者。

来看光影秀的客流激增,令“爷爷不泡茶”摊位有些措手不及。工作人员韩林君说,从9月19日市集开张到9月21日,短短三天内,这个9㎡的摊位已销售了406杯茶饮。相比之下,一家30㎡单店的日均单量约在200杯。“市集的茶饮全部由传媒港店供货,第一天卖了100杯,不是因为人少,而是因为来不及做,后两天日均单量都增加到了150杯。”他说。

据介绍,市集共招商20个摊位,其中7家有产品销售,其余均为展示。9月19日至21日,7家的营业额共约10万元,连光影节定制大头贴的机器都拍了近400套。“这次市集对品牌方的号召力和感知度更强,客群也更年轻化。不少商户都表示愿意继续参加明年第三届光影节的互动市集。”相关人士表示,集市将持续至9月28日,平日营业时间为13时-23时,周末为10时-23时。

商场尝到“甜头”

从上周末起,光影节各区分会场也陆续开幕,吸引了不少市民。9月22日晚,静安公园1号门东侧的一幢“神秘建筑”亮起了灯,宛若敦煌莫高窟“空降”闹市。走进店内,各种以莫高窟元素为灵感设计的文创产品琳琅满目——咖啡杯、蜡烛、冰箱贴、笔记本、盲盒……原创IP“石敦敦”玩偶更是令消费者充满期待。

更令人期待的是,9月29日至10月8日期间,这里还将以墙面为画布举办《丝路光影》投影秀,呈现飞天仙子的曼妙,用光影流转打开一扇“数字敦煌”的时空之门。

据介绍,这是上海国际光影节静安分会场的点位之一《洞见 220》沉浸式敦煌光影文化街区(敦煌奇境嘉年华),希望将千年敦煌文化“搬”进核心商圈,通过光影节的人气集聚效应促进周边商圈的夜间消费增长。

事实上,位于该点位对面的久光百货,已经尝到了“甜头”。“我们与光影节结缘多年,光影节对客流的拉动效果非常明显。上周末,客流相比去年同期增长10%。”久光百货营业部经理许晓表示,商场还将与光影节进行一系列联动,不仅将在国庆期间推出“福袋”,游客在《洞见 220》拍照打卡再到久光注册会员,还有好礼相送。

明显拉动消费

据市绿化市容局相关负责人介绍,光影节开幕以来对文旅商体展的带动作用明显。据不完全统计,9月19日光影节开幕当天,徐汇西岸梦中心地区总客流达7.6万人次,夜间客流达4.6万人次。其中,20时29分的瞬间客流达2.66万人次,创造了梦中心开业以来的历史新高。

大量“追光客”纷至沓来,集聚的人气为周边商圈的餐饮和购物带来明显的增长。据透露,光影节开幕三天,徐汇商圈营业额达4555万元,同比增长4.2%。西岸梦中心营业额分别为380万元、580万元、580万元,比9月12日至14日分别增长22%、29%、34%。黄浦分会场开幕两天,淮海中路商圈营业额达1193万元,同比增长10%。新天地商圈营业额达1869万元,同比增长35.3%。

光影节的联动效应也辐射到了郊区,带动了美丽乡村建设。上周日晚,青浦分会场在崧泽村开幕,当天有三家餐饮商户集体开业,全天营业额共达42万元。同时,青浦分会场也首次打破了地域界限向长三角延伸,邀请318国道沿线的多个城市加入,吸引外地游客观展。

本报记者 金旻矣

百年淮海中路变身“光影长廊”

本报讯(记者 姚丽萍)昨晚,淮海中路亮灯仪式举行,百年淮海中路宛若一条熠熠生辉的“光影长廊”。

本次亮灯覆盖淮海中路西段(陕西南路-重庆南路),并延伸至新天地区域主要支马路,与今年4月已完成亮化的淮海中路东段(西藏南路-重庆南路)及龙门路路灯连成一体,实现淮海中路全路段路灯点亮,形成连贯而丰富的夜间视觉廊道。亮化工程运用“满天星”“花絮”等灯光手法,突出树木自然形态,以“尊重自然、疏密有致”的光影布局,为市民游客营造沉浸式夜间游览与消费体验。

以亮灯仪式为起点,淮海中路商圈围绕国庆、中秋双节推出一系列主题营销活动,涵盖时尚消费、互动娱乐、艺术展览与文化体验等,全面展现淮海中路“高雅时尚”的街区魅力。



■ 淮海中路全路段路灯点亮,形成连贯而丰富的夜间视觉廊道
本报记者 周馨 摄

长宁打造“一核两轴三圈”

本报讯(记者 赵菊玲 实习生 胡非凡)昨晚,第二届上海国际光影节长宁分会场活动拉开帷幕,将光影艺术、文旅消费、体育竞技等多重元素深度融合,构建起“文商旅体展绿”全域联动的光影景观体系,活动将持续至10月2日。

作为核心展演区,上海荟聚依托“一核两轴三圈”的整体光影布局,集中呈现8组兼具艺术性与思想性的光影作品。

除了核心展区,长宁区还打造了苏州河与延安高架两条光影轴线,以及中山公园商圈、虹桥—古北商圈等三大光影圈层,通过建筑投影、夜市集市、夜骑活动等形式,营造出兼具文化底蕴与烟火气的夜间体验。



■ 昨晚的活动现场
本报记者 刘歆 摄

冰箱贴藏着千年爱情密码

上海伴手礼“上新”,金榜产品揭晓

上海人最爱的醉虾和蟹黄酱,可以玩又能表达爱的文物冰箱贴,采用榫卯结构包装的天然精油……上海伴手礼,又上新了!昨天,2025上海伴手礼评测举行了最终轮评选,30件“金榜伴手礼”和50件“上海伴手礼”从334件琳琅满目的产品中脱颖而出,成为新晋“顶流”。

评比现场,不少品牌已是多次参与的“老朋友”。今年第二次参加评选的“蟹状元”,带来了蟹黄酱和熟醉虾两款产品,双双登上“金榜”。

将文物做成冰箱贴已不稀奇,不过,你见过藏着千年爱情密码的

冰箱贴吗?从2018年起每年都参评的上海博物馆,带来了一款“子仲姜盘”冰箱贴,上面的7个小动物都可以旋转,极为有趣。上博还将“子仲姜盘”的1比1复制品豪迈地“扛”到了现场,盘内的鱼、水鸟、青蛙等11只小动物也能旋转,引来很多观众驻足观赏。

上海博物馆文化创意有限公司营业部主管李颖介绍,“子仲姜盘”是春秋晋国时期的文物,内刻铭文祝妻子长寿,因此可以推断是为妻子制作的礼物。当时,上博的工作人员为文物拍X光片,发现每只小

动物下面都有轴承,这才揭开了大师的巧思——若用水注入盘中,小动物们就会旋转,灵动的设计足以体现丈夫对妻子的爱。“冰箱贴巧妙复刻了这个创意,很适合当作礼物送给女性,520前夕这款就在电商平台上卖得很好。”李颖说。

不仅有“老面孔”,还有“新朋友”。首次参加评选的上海有薇品牌管理有限公司,带来了一款“燃玫语晚香眼部抗皱精华油”。特别的是,外包装采用了传统榫卯结构,不仅更环保,也是对中式美学的诠释。

本报记者 金旻矣



■ 上海博物馆子仲姜盘冰箱贴