

# 新民环球

## 不仅是艺术盛宴还是魅力名片 电影节给城市「造梦」

文 / 弦子

电影是造梦的艺术,对某些城市而言,电影的魔力又不止于银幕之上、影院之内。从法国蔚蓝海岸边的戛纳,到意大利水城威尼斯,再到德国首都柏林,这些城市每年因为一场电影节的到来,而焕发出不一样的生机与光彩。电影节对一座城市而言,不仅是一场艺术的盛宴,更是一台强大的经济引擎,一张增加城市魅力的名片。

▶ 戛纳电影节官署悬挂巨幅电影节海报



### 法国戛纳 海滨小镇成“电影之都”

地处南法的戛纳,以宜人的气候、旖旎的风光闻名于世。1946年,首届戛纳电影节的举行让这座滨海小城与电影结缘。经过数十年的发展,电影赋予了戛纳浓厚的艺术氛围,也成为了独特的城市符号。

戛纳电影节通常于每年5月中旬举行,为期12天左右。每逢这一时节,国际电影界名流就会聚集在戛纳的海滨大道,成为媒体镜头捕捉的焦点。

电影节期间,戛纳的人流会比平时翻一至两番,自然也带来了不可小觑的经济效益。对这里的餐厅服务员、酒吧调酒师和酒店服务人员而言,电影节几乎是他们赖以生存的“经济命脉”。

公开资料显示,戛纳电影节每年吸引至少6万名电影界专业人士和20万名游客,极大地推动了当地的餐饮、住宿、交通等行业的发展。电影节短暂的12天里,戛纳的经济收入超过全年GDP的10%,酒店客房收入达到当地酒店全年收入的约15%。这些收益不仅为当地民众提供了更多就业岗位,也为城市建设提供了资金支持。

值得注意的是,戛纳电影节不仅是一场星光熠熠的电影展映会和颁奖礼,更是一个重要的全球电影交易市场。1959年戛纳电影节创立了电影市场,目前拥有30多个展厅,是世界上最大的电影交易市场之一。

这意味着戛纳不仅是一个“看明星的地方”,更是一个“做生意的中心”。从剧本创投、融资、拍摄、后期制作到全球发行,电影产业链的每一个环节都在这里交汇。围绕这一市场,戛纳出现了大量的专业服务企业,包括翻译、法律、会计、保险、物流等,形成了完整的电影产业服务生态。

更重要的是,戛纳还以电影节为支点,带动了城市高端服务业的发展以及向“会展经济”转型的步伐。电影节的举办使戛纳修建了现代化的影节宫、国际标准的会议中心以及高端酒店集群,这些基础设施反过来又吸引了其他高端活动。在电影节之外,戛纳国际创意节、游艇展等一系列高端商业活动相继举办,使得这座小城实现了“节日带动、全年活跃”的产业格局。戛纳市长办公室估计,游客在戛纳参加各种会议和展览会的消费约占戛纳年收入的85%。

除了拉动城市经济,戛纳电影节还塑造了一套全球辨识度极高的城市符号。

影节宫前的红毯台阶、棕榈树、十字大道、游艇码头……这些景象通过每年媒体铺天盖地的报道,已深深烙印在全球影迷心中。事实上,戛纳每一个角落都有电影的痕迹,街头巷尾随处可见的壁画都与电影有关,整座城市就像一个巨大的电影博物馆。

如今,即便不在电影节期间,“戛纳”二字依然代表着独特的美学与时尚符号,而且这种品牌价值是可量化的。每年数以百万计游客慕名而来,只为在影节宫前拍张照,或在明星走过的红毯上走一走。电影节的溢出效应滋养着整座城市。



INTERNAZIONALE D'ARTE CINEMATOGRAFICA

▲ 威尼斯电影节的水上影院  
▲ 影迷聚集在威尼斯电影官外



### 意大利威尼斯 古老与先锋奇妙交融

提到威尼斯,人们往往首先想到古老的运河、斑驳的墙面和静谧的黄昏。但每年8月底至9月初,这座千年水城会因为一场电影盛会的到来而变得喧嚣。贡多拉船夫载着的不仅有观光客,还有从世界各地涌来的电影工作者和影迷。

威尼斯电影节创办于1932年,是世界上历史最悠久的电影节。它的独特魅力在于,尽管历经漫长岁月且身处沧桑古城,却始终关注着兼具先锋气质与人文深度的艺术表达。这种古老与前卫交融的张力,为威尼斯增添了迷人的光环。

与此同时,威尼斯电影节还巧妙地在城市体量与发展需求中找到了平衡。威尼斯主岛面积不足8平方公里,常住人口只有5万左右,每年的游客洪流远超承载力。正是考虑到这一点,主办方将电影节主阵地放在与主岛隔海相望的丽都岛。在安静的丽都岛上,人们可以在沙滩边散步,在露天咖啡馆聊天,从酒店到电影宫不过几步路的距离,这种空间布局形成了难得的松弛感。

更重要的是,这种选址还产生了自然而然的分流效应。日常游客和为电影节而来的人们各得其所互不干扰,既保证了电影节的专业氛围,又避免了对主岛日常秩序的过度冲击,使电影节真正成为城市的节日而非负担。

在经济层面,威尼斯电影节带来的效益具体而可感。统计数据显示,2025年第82届威尼斯电影节的经济效益约为7.12亿欧元。其中超过6400万欧元为直接收益:丽都岛和威尼斯的酒店、短租公寓预订一空,仅住宿一项就产生约3500万欧元收入;餐馆、酒吧营业额超过1600万欧元;门票与注册费接近900万欧元。

此外,电影节还催生了超过3900万欧元的产业链价值。影视制作、内容开发等项目在电影节期间集中活跃,威尼斯不再是单纯的展映终点,而成为产业合作与创意孵化的起点。投资人在酒吧里谈下合拍协议,剪辑师在酒店套房里完成后期补录,导演们在露天阳台上碰撞出新剧本……这些看不见的交易,才是电影节驱动城市文化经济的隐秘方式。

当然,威尼斯电影节最重要的价值之一,是对城市品牌的重塑。研究报告预测,威尼斯电影节带来的无形资产高达5.68亿欧元。当古老的砖石与最新的电影相遇,当一座城市的记忆与一个时代的表达彼此照亮,电影节给威尼斯带来的不只是一阵热闹,还有一个持续讲述自己故事的方式。

因为电影节,威尼斯的形象不再停留于“浪漫水城”的标签,而是与创造力、先锋性、国际视野联系在一起。

### 德国柏林 让光影属于每一个人

2月的柏林寒气袭人,波茨坦广场售票中心外却排起了长龙。退休老人、大学生、推着婴儿车的父母……他们裹着厚厚的外套,一边跺脚取暖,一边热烈地讨论着排片表。这一幕诉说着柏林人对电影的热爱,

也展现了柏林电影节与普通民众的距离——在柏林,光影属于每一个人。每年向民众售出超过30万张电影票,票价维持在9到15欧元之间,柏林电影节的核心特色之一,就是极高的公众参与度和“平民化”定位。电影节期间,柏林电影院几乎场场爆满,市民像过节一样穿梭于各个影院。

柏林退休教师英格丽德每年在电影节期间都会买上一张通票,看上二十来部电影。她说:“把2月留给电影,这就像等待老朋友到来一样自然。”

将影片送进社区影院,是柏林电影节“全民参与”的另一个侧面。每年的“电影节进社区”项目会在全市选择7家社区影院,把来自世界各地的电影带到平日只有周边居民光顾的小影院里放映,这些社区影院也因此迎来了多元的观众群体。一场电影落幕,小小的空间里交汇着德语、西班牙语、土耳其语等多国语言,让电影回归了最本质的交流。

这种全民参与的模式也为城市带来了实实在在的经济动能。据统计,2025年第75届柏林电影节售出33.6万张电影票,创历史新高。产业分析师估算,柏林电影节每年为柏林带来的总经济收益超过1.5亿欧元,涵盖酒店、餐饮、交通、零售等多个行业。

在产业层面,柏林电影节每年吸引超过1.25万名专业人士。电影节成为德国电影走向世界的重要跳板,本土创作注入了持续活力,多国买家和投资者也在这里寻找合作机会。

一名曾在柏林求学的影迷回忆参加柏林电影节的经历时写道:“我们都是异乡人,但电影中那些熟悉的语言和旋律,让我想到了自己的家乡。同时,电影也给了我们生活的勇气与希望。”

或许,这正是柏林电影节带给普通人最珍贵的资产。它不只是一场电影盛会,更是一段与这座城市、与身边的人、与电影共同度过的时光。

当银幕上的故事落幕,电影节留给城市的是实打实的收入、升级的设施、多元的产业格局,以及被世界看见、被时间记住的方式。正是这种艺术与城市相互成就的化学反应,让电影的魅力不止于造梦,更点亮了每一座与之相遇的城市。



▲ 柏林街头的电影节海报

本版图片  
IC