

## 热播剧导航

## Z世代“文旅日历”又添新目的地

刚过去的周末,位于江西路上的三和里弄堂小小出圈了一把。都市剧《承欢记》当导航,不少Z世代观众的“文旅日历”又增添了新目的地。

上海出品电视剧《承欢记》正在央视八套热播,该剧通过麦承欢一家祖孙三代的生活图景,管窥上海的都市风貌和人文景观。从满满烟火气的海派弄堂,到承载百年风华的“一江一河”滨水风景线,剧中女主角麦承欢的生活与工作轨迹不经意间同这座都市里Z世代的奋斗脚步合辙,自剧集开播起便不断有观众在社交平台发帖“电视剧照进现实”。

十集过后,剧情渐入佳境。趁着春和景明好时节,在上海市文旅局等多方支持下,剧方联合多个实景拍摄地,开辟多个剧情相关打卡点,将三和里、乍浦路桥、淮海公馆漫心府等上海城市文旅地标、特色公共空间串珠成线。当剧情与春日美景同步更新,这条“和承欢记一起乐游上海”的Citywalk路线,俨然也是一条文化传承、资源共享、代际融合的“最上海”的影视文旅路线。

## 影视文旅热, 热点是年轻人的情感与需求共振

弄堂里巷的吴依软语,时代发展的风云际会,海派文化的开放包容,让上海常年位于全国文旅的热榜之上。作为长年观察上海文商旅消费数据的学者,上海社会科学院应用经济研究所研究员曹祎遐从年轻一代的消费心理上探寻影视文旅热的起点,“年轻人会把消费看作探索人生、探寻自己生活追求的必经过程,因此,谁能与年轻人的情感特点和内心需求共振,谁就可能抓住当下这批年轻人的行为习惯”。

《承欢记》以上海姑娘麦承欢的爱与惑为切入点,勾勒出一个家庭三代人在城市发展中被潜移默化塑造的价值理念,也由点及面,描摹了不同个性、家庭背景的青年群像。剧中,麦承欢在家庭生活中遭遇的代际隔阂、在社会环境里经历的价

值观与爱情观差异,被融入城市高速发展的节拍,悄然触动不少荧屏前的同龄人。“在生活上依赖别人,又想得到别人的尊重,这怎么可能?”一如这句台词,被网友称作“阻挡年轻人实现独立的‘真相’,十足清醒”;也如麦承欢等不同年轻人所流露出的相似的自信又进取的性格底色,与现实形成互文;还如剧中麦承欢和妈妈之间让人五味杂陈的情感关系,戳中了互联网时代不少观众的情感堵点……

张扬的个性表达、正能量的汲取、强烈的社交或情感陪伴需求等,正是契合了Z世代人普遍的消费燃点,《承欢记》引入“承欢游”概念,有了可行的起点,并进而推动剧情想要张扬的亲情暖流从戏中流淌到剧外。

## 接好溢出效应的流量, 在于供需两端提前铺垫

热门影视剧带动拍摄地旅游热度的上涨早已不是新鲜事。2023年以来,《去有风的地方》《狂飙》《繁花》等爆款影视剧先后制造了文旅市场的“泼天的富贵”。

北京第二外国语学院首都文化

和旅游发展研究院执行院长厉新建认为,用影视热播来带动地方旅游发展已经成为各地高度重视的发展模式,接好影视溢出效应的流量,关键在于供需两端提前铺垫。他提出三重要素:“将影视剧热播的关



观众跟随《承欢记》打卡上海,参与Citywalk周边活动。(受访者供图)

注和目的地的要素建立关联,让人们有从影视剧中走到影视剧外的冲动;将影视剧流量导向线下目的地后,要有同款再现,从而带动观众向游客消费的有效转化;围绕核心吸引物形成多样化玩法,形成主题性消费。”

在他看来,上海多年来通过“建筑可阅读”“一江一河”等系列工程对文化旅游产品进行系统性创新,应该说,早就为一系列“上海出品”电视剧的影视溢出效应,做好了承接流量的准备。譬如从《请叫我总监》到《好事成双》再到《承欢记》,剧中的上海,都不约而同定格了弄堂里的温馨时刻,刻画了黄浦江、苏州河畔的优雅风景。

上海大学上海电影学院副院长张斌则从需求端对创作提出更高期待:“如今走马观花式的旅游已不被游客所接受,游客更加注重旅游的体验

性,他们追求跟随故事去目的地,或者到一个地方去挖掘它的风土人情,然后获得不同的体验。因此,影视作品本身能否对城市文化内涵进行深入挖掘和高品质呈现,显得尤为重要。”剧中,奶奶最爱的国际饭店蝴蝶酥,麦承欢和辛家亮漫步的外白渡桥等,无不是“最上海”的城市文化意象和符号体系,汇集着几代人的邻里回忆。镜头一转,麦承欢工作的宝丽嘉酒店、和父母散步的北外滩世界会客厅又焕发着新时代的朝气。

如今的年轻人打卡影视取景地,不仅仅停留在走马观花,而是希望与城市文脉撞个满怀——正是供需两端做好了提前布局,这条“和承欢记一起乐游上海”的Citywalk路线、即将上路的观光专线“承欢bus”,有望将剧集流量转化为城市文旅的消费增量。

来源:文汇报

## 长影10部经典老电影制成“声音大片”陆续上线

近日,由长影集团译制片制作有限责任公司打造的“长影百部红色经典电影广播剧”首批10部作品制作完成,每集广播剧都在10分钟左右。目前,首部作品《保密局的枪声》已上线播出。

“配得真好,不愧是声音艺术家”“制作精良,用老电影资源制作,传承经典电影作品”……不少听众听了《保密局的枪声》后纷纷留下“听后感”。

“广播剧以声音的张力代替了原本影片中动感的视觉画面,这种艺术上的留白能给听众留出更多的遐想空间,往往更能打动人心。”长影集团译制片制作有限责任公司配音演员孟令辉说,他在《保密局的枪声》中为代号“老三”的地下党配音。

今年是长春电影制片厂建厂80周年,长影集团进一步盘活丰厚的红色资源,利用长影译制

片配音人才的团队优势,借助“声音的艺术”为电影艺术传播另辟蹊径,打造了“长影百部红色经典电影广播剧”项目。

据了解,继《保密局的枪声》之后,《党的女儿》《董存瑞》《红孩子》《黄河少年》《甲午风云》《两个小八路》《战火中的青春》《祖国的花朵》《钢铁战士》9部经典电影广播剧也将陆续上线。

据新华网