

清晨七点,闹钟唤醒于小姐。她迅速点开手机,下单某咖啡品牌与上影节的联名“光影橙花拿铁”。身为影迷,她只为那只附赠的联名杯。此前预告显示,双方将限量推出5万只。八点洗漱完毕,她想再下一单赠送朋友,却发现周边所有门店早已被抢断货了。

于小姐的抢单经历只是一个缩影——作为上海最具国际影响力的文化盛事之一,上海国际电影节的影响范围早就不再局限于电影本身。哪怕是一张小小的电影票根,也正撬动文旅商体展的深度融合,为上海城市经济注入升腾的烟火气与跃动的活力脉动。



当电影节不止于电影：小小票根撬动城市经济脉搏

【文/青年报记者 陈宏 图/青年报记者 常鑫(除署名外)】

观影:听一听票房的“轰鸣”

上海国际电影节最直接的“经济引擎”,毫无疑问,当属票房。暑期档来临前的6月原本是电影市场的淡季,但上海的城市票房,永远以数十万的体量一骑绝尘遥遥领先,今年也同样不例外。

作为本届上影节开幕片的《酱园弄·悬案》,由陈可辛导演、章子怡等演员主演,本身就具有强大的号召力。该片将于6月21日正式全国上映,但在上海,影迷观众可以提前一周先睹为快。6月14日晚的上海国际电影节金爵盛典后,该片进行了世界首映,并在上海

百余家影院开展特别放映。作为特别场次,上海影城SHO把《酱园弄·悬案》的首礼安排在了“千人厅”杜比剧场,票价分499元和699元两档,远超一般影片的价格,但上线一分钟就售罄。最终,单这一个厅,它就拿下了57万元的超高票房。

尽管并非所有的影片都会有这样的“疯狂”,但不得不承认的是,秒杀席卷的确是上影节很多大热门片的常态。6月5日开票当天仅8个小时,上影节一共售出43万张电影票,全部售罄的影片共119部,占总放映场次近一半。

《穆赫兰道(4K)》《罪人(IMAX/4K)》《新世纪福音战

士剧场版:DEATH(TRUE)2/Air/真心为你》《新世纪福音战士新剧场版:终》《夏日沙上》《新世纪福音战士新剧场版:序 破 晓》《音乐剧<悲惨世界>十周年纪念版音乐会(伦敦皇家阿尔伯特音乐厅)》《七武士(4K)》《遗传厄运(IMAX/4K)》《捏造》成为观众最想看的前十名影片,体现了上海影迷的多样观影口味。随后,6月11日开始,上影节陆续推出热门加场信息,每一条都受到影迷高度关注。

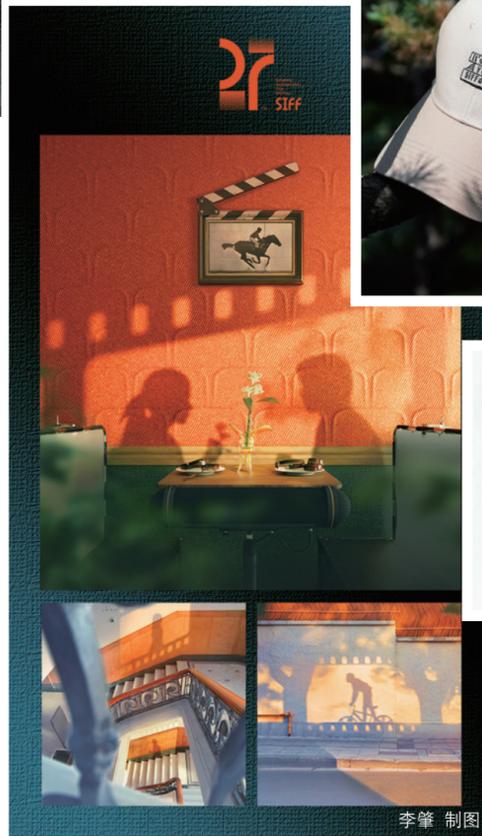
社会力量也在积极推动更多的人参与观影。比如,银联、浦发银行与上影节合作开展票补活动,预计惠及观众超10万人次;静安区也在推动静安文旅消费券在上影节静安展映影院的使用。这一系列举措都得到了良好的反馈,并带动了更多的关联消费。

文创:票根的魔力延展

光影盛宴,岂止于银幕?

今年电影节在大麦和淘票票双平台开票,除了买票,影迷还可以同时购买上影节的文创产品。为此,上影节创新了文创玩法:内容上呼应策展,推出多个“致敬大师”系列专题产品;品类数量翻倍,“美丽废物”、潮流单品等多种条线联动开发;联名款、盲盒款、组合套装等玩法同步推出。线上和线下影院同步销售,让影迷感受到了便利。

除了官方的文创受到欢迎,通过票根兑换礼品,如今已被沪上众多影院采纳。在6月5日开票当天,就有不少影迷赶到了茂名南路的兰心大戏院。取票之余,他们还赶着兑换影院特别设计的周边产品——今年兰心和艺海联名推出的票夹、徽章盲盒等福利。这些电影票夹和展映影片一一对应,还起了一个对影迷来说满满好彩头的名字:“拿下电影”。“Action! 洗碗中”“Cut! 别徘徊”“Roll! 启程吧”3款透明电影票夹上,印着影迷一眼就能辨认出的标志性电影元素,而票



上影节周边产品。

受访者供图

美食:当味蕾遇见光影

都说吃饭是件大事,但是,往年那些忙着赶场的影迷,却常常因为时间紧凑顾不上吃饭。如今,餐饮也不再是问题,甚至还成为了拉动消费的利器。

记者在美团和大众点评携手上影节推出的“看电影,恰上海”页面上看到,平台不仅准备了总价值约1500万元的美食红包,还首次为上影节影迷推出“赶场套餐”:5.5折的提拉米苏风味大福闪电充饥,3.5折的鹌鹑蛋米线套餐随时补给,6.2折的传统牛肉面高效满足——单人、便捷、实惠,充分考虑了影迷赶场的痛点和实际需求。

更有创意的是,结合上影节六大展映单元的名称,即“银幕意蕴”“艺述英国”“聚焦德国”“聚焦西班牙”“日本电影周”“聚焦土耳其”,平台还颇有创意地推出了“SIFF看世界,味蕾遍异国”的口号,为影迷推荐展映影院附近的各国美食,贴心联动可谓暖胃暖心。

这样的大活动,也带动了商圈影院纷纷与所处商业体内餐饮商户联动。如大光明电影院、和平影都推出特调或联名饮品;百美汇嘉里中心店等影院与周边餐饮商户联合推出限定菜品;SFC上影影院、商城剧院、曹杨影城等则与周边餐饮商户一同推出凭票票享

夹上的文案巧妙呼应影片主题及观影行为,受到了影迷的欢迎。

SFC上影影城、百丽宫影城、曹杨影城等单体影院设置票根兑换、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;和平影都联合香氛品牌提供礼品,提升消费附加值;CMG融媒影城等影院推出电影票+卖品部任意消费领取上影节纪念票根等。

小小的票根,还串联起展览空间。电影节期间,影迷可在大光明电影观影的同时参观“中国电影120周年暨郎达克密码特展”;黄浦剧场的购票观众可免费参观《唱响前进的号角》——纪念《义勇军进行曲》唱响90周年联展;在曹杨影城,影迷则可参观“寻找记忆中八九十年代”手绘电影海报展。

这些附加的小小福利,成本不高,巧思很足,有效地带动了影院的售票。从更深远的意义上来说,它还



折扣的优惠活动;九棵树、嘉定影剧院等引入本地特色美食打造美食集市,或推出周边传统美食套餐等。

不仅如此,不少社交媒体也在有意识地引导影迷分享自己的美食地图,既方便了影迷,也让上影节在氤氲的烟火气中,渗入城市经济的毛细血管。

生活:串起文艺生活圈

电影是文艺生活方式之一,“电影+”的概念在本届上影节无所不在。通过联动其他文艺生活方式,小小的票根,为市民和影迷串联起了一个鲜活的“文艺生活圈”。

嘉定影剧院内,观影之余可步入绿幕特效体验区,感受从绿幕拍摄到最后成片的趣味;同期举办的“非遗市集”上,徐行草编、嘉定竹刻书签、非遗技艺体验包等嘉定非遗文创静待观众探索。逛、购、体验三位一体,独具特色。

为了营造出节日的气氛,展映影院也纷纷打造以电影为主题的线下互动体验活动;SFC上影影院的电影文创市集,SFC啦啦宝都店的电影文化讲座、文化体验工作坊,SFC丁香路店的露天电影派对,九棵树户外森林剧场的宠物友好露天电影放映,虹桥艺术中心的“光影星河:电影节影迷狂欢”“电影+美服”、创意海报设计赛……这些活动既吸引了人流,又为市民观众提供了文艺好去处。

即便是专业性极强的“国际影视市场”,今年在将电影市场和电视市场合并后,也首次引入了市集概念,在公共展区设立与影视产业相关的文化创意市集、影视场景打卡点、签售和见面会等互动区域,并向公众开放。“一带一路”电影周也在浦东比斯特购物村举办“一带一路”生活市集,今年将聚焦东南亚风情。

旅游:光影揽客,走读申城

当各地都在频出花样吸引游客的同时,上海旅游却常以深厚的底蕴于不动声色间领跑。丰富的文旅资源供给,功不可没。

“被誉为‘远东第一影院’的大光明电影院坐落在南京西路216号,当时由京剧大师梅兰芳亲自为其开张剪彩,轰动全城。2008年斥资1.2亿元人民币对影院进行修复,被列为近代优秀建筑,它如同一位风韵犹存的老贵族,承载着千万上海人的美好回忆。”旅游平台携程以“帧映上海携影同游”为主题,在与上影节合作的文案中这样描述。笔锋轻转,旅游项目的推荐显得顺其自然:“大光明影院的周边,有国际饭店蝴蝶酥、福州路书店一条街、新天地北里、四行仓库、老麦理发馆、Candor、上海中环广场,可以在这些宝藏逛吃地,感受市井雅韵,品味舌尖上的上海。”

它不仅推电影,也推城市文化,更推酒店、景点与电影票的联动产品,并为上影节嘉定定制上海包车深度游线路,从入境旅游推介上海魅力,帮助上海打造“入境游第一站”。

不仅仅是合作伙伴会推介,展映影院也同样在旅游产品的联动上下功夫。除了传统的为提着拉杆箱来到上影节的外地影迷提供行李寄存服务外,如嘉定影剧院、虹桥艺术中心还策划“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。

这样的融合观念,已经成为了上影节所有参与者的共识。今年的上影节还升级来宾服务体系,为电影节邀请的来宾提供更多福利权益。以“来宾证件”为媒介,推出凭证享优惠举措,辐射上海多个文旅场馆及五星酒店餐厅,让来宾深度感受这座“电影之城”的魅力所在。比如凭证可以免费参观上海电影博物馆、上海影视乐园,或以低折扣去参观各类艺术博物馆,到各家合作餐馆享受美食。