

电视剧《繁花》让昔日“十里洋场”重燃热度。

同程旅行数据显示,近日,上海和平饭店旅游搜索热度环比上涨415%,上海南京路步行街旅游搜索热度环比上涨73%,南京路步行街周边酒店搜索热度环比上涨19%。另据携程平台数据,随着《繁花》热播,上海私家团和跟团游产品的预订单量分别环比增长75%、30%。

剧版《繁花》何以带火上海旅游?如何让因此而复燃的文旅热度延续下去?

因人气剧集重燃热度 上海旅游“一路繁花”

■中国城市报记者 张亚欣

剧集重现上海昔日图景 怀旧之情引发游客共鸣

电视剧《繁花》聚焦上世纪90年代的上海,讲述了以阿宝为代表的青年才俊,抓住机遇、施展才华、改写命运、自我成长的故事。观众跟随王家卫的镜头回到了那时候充满勃勃生机的上海:烟火气弥漫的餐厅,独具特色的建筑 and 老弄堂,向人们展示着时代变迁。

追剧之余,更多游客尤其是年轻人想要前往当地,现场领略这些城市风光和特色风物。黄河路、和平饭店等剧中场景迎来了大批慕名前来拍照打卡的游客,排骨年糕、泡饭、油墩子等上海特色美食也被更多人熟知。

除和平饭店外,剧中出现的其他酒店搜索热度也有不同程度的上涨。据同程数据,上海国际饭店搜索热度环比上涨61%,上海花园饭店热度环比上涨55%。“上海南京路步行街一带也是此前年轻人喜爱的Citywalk(城市漫游)热门街区,这里集中了较多顶级酒店,也有不少游客喜欢住在附近,漫步欣赏黄浦江夜景。”同程研究院相关负责人介绍,电视剧的爆火给街区及周边酒店带来更多曝光度,让更多游客了解当地的旅游资源。

据悉,目前和平饭店标价18888元的“英国繁花套房”部分日期已被预订一空;作为剧中“至真园”饭店原型的黄河路苔圣园酒家迎来了众多打卡游客,该店也顺势推出了多个年夜饭预订套餐。

《繁花》收官次日,CCTV电视剧官方微博发布关于《繁花》的评论,称品味上海,最好在时代里,并认为“把上海及其有关元素都调动起来共襄盛事”是该剧的一大看点。从外围看,原著小说、拍摄过程等上海氛围浓郁;从内部来看,剧中美食、美景等,让观众感受到了上海风姿的非同凡响。

浙江城市学院文化创意研究所秘书长林先平在接受中国城市报记者采访时表示:“一方面,《繁花》是一部描绘上海生

活的大众文化产品,这是一场文化与美食的交融,它通过生动的场景和人物描绘,展现了上海的独特魅力,也通过真实的历史背景,成功再现了上海昔日的繁华。另一方面,该剧通过场景展现,让观众能够亲身体验到上海的美丽风光和独特文化,从而激发了他们的旅游欲望。而该剧的热播也带动了上海旅游业的宣传,进一步提升了上海的知名度和美誉度。”

消费者热衷于追求情绪价值,这对旅游发展而言日趋重要。世界研学旅游组织专家张德欣在接受中国城市报记者采访时坦言:“《繁花》真挚的情感、丰富的内容及怀旧之情让游客产生了共鸣,从而激发他们前往上海,循着剧中场景旅游的欲望和热情。”

用方言特色 凸显旅游亮点

文旅融合的概念已悄然在产业中生根。因一部电影、一部电视剧而让全国观众爱上一座城市、了解一个地方,并且愿意去走走看看,这恰恰是文旅融合的典范。

值得注意的是,电视剧《繁花》同时推出了普通话版和沪语版,两个版本的画面、剧情完全相同,但不同的语言却为观众带来了不同的观剧体验。无论是文学原著还是到影视改编作品,上海话表达是《繁花》的重要特色。因此,上海话也成为沪语版剧集《繁花》营造年代、城市氛围不可或缺的工具,部分观众对沪语台词进行的讨论甚至超过了导演、演员、剧情。

原著作者金宇澄曾说:“方言是一种味道,最能代表地域的一种滋味。”

每个地区的方言都有自己独特的韵味,是一个地区历史文化的生动体现。在剧中饰演阿宝的胡歌曾表示:“希望这部戏掀起的方言文化和方言的热潮,是让大家更愿意了解上海的历史和文化,而不是形成一道隔阂。喜欢说上海话,因为上海是你的故乡,方言让你想起很多空气中的气味,想起雨

落在梧桐树的声音,而不是因为有属于自己的方言就有优越感。我是土生土长的上海人,喜欢自己的家乡,喜欢自己的方言,会让更多人喜欢上自己的城市。”

在剧中饰演邮票李的陈冠甯也表示,虽然电视剧播映结束了,但是希望大家关注、支持上海文化的热情不要消散。

那么,如何利用这种文化特色驱动当地旅游业发展,吸引更多游客前来打卡?

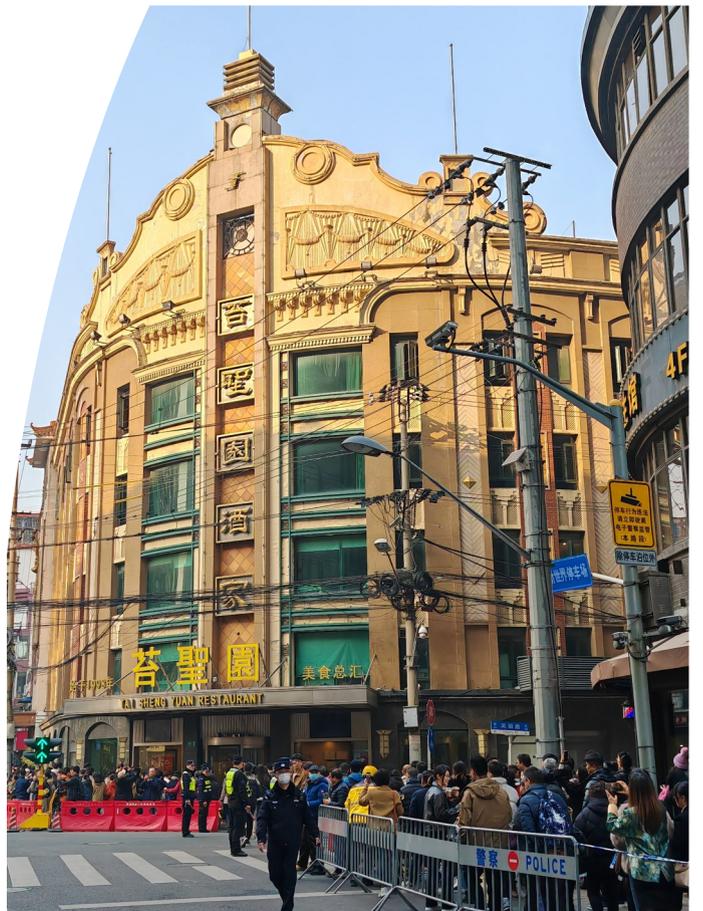
上海财经大学数字经济系教授、电子商务研究所执行所长崔丽丽在接受中国城市报记者采访时表示,可以开展沪语方言体验活动,让游客感受上海本地文化,并推出以沪语方言为主题的旅游线路,带领游客参观剧中取景地,体验上海风情;此外,还能制作沪语方言相关旅游纪念品,让游客在游玩的同时,也带走一份独特的回忆。

奥优国际董事长张玥在接受中国城市报记者采访时建议,可以制作沪语方言相关的旅游宣传材料,如宣传片、导览地图等,增加游客对上海的兴趣;举办沪语方言表演、讲座等活动,让游客更深入地了解 and 感受上海文化。

如何延续相关文旅热度

近年来,因影视剧而带火一座城的现象并非孤例。以刚刚过去的2023年为例,年初,由刘亦菲主演的《去有风的地方》热播,带火了云南大理同款车型旅游线路,在去哪儿平台上,2023年第一季度飞往大理的机票预订量超过疫情前的三成。同期开播的《狂飙》则带动了广东江门的旅游市场发展。根据同程旅行数据,《狂飙》开播后,江门的搜索热度月环比增长近130%,开平碉楼文化旅游区订单量较《狂飙》开播前增长了近5倍……

大理文旅曾发文称,作为《去有风的地方》取景地之一,本就是热门旅游地的云南大理又火了一把,成为2023开年热度最高、话题性最强的地区之一,实现了影视IP与文旅



近日,位于上海市黄河路的剧版《繁花》“至真园”原型苔圣园酒家前游人如织。
陈鹏程摄



上海市黄河路某排骨年糕门店前,近日聚满了游客、食客。
陈鹏程摄



上海市黄河路游人络绎不绝。
陈鹏程摄

“双向奔赴”。而《狂飙》的热度也从当年一路持续至年末。数据显示,2023年中秋国庆假期,江门市接待游客501.3万人次,旅游收入为28.81亿元,同比分别增长170.49%和156.77%。

因此,不难发现,影视剧的热度能够在一定程度上激发取景地及故事发生地旅游业的发展。如何抓住机遇,为相关地区带来持续热度,是眼下业内亟需总结的经验。

张德欣认为,要让《繁花》与上海文旅产生更高的关联度。这意味着要从《繁花》中抽离关键时空要素来重新规划及改造黄河路街区整体环境,架设电视剧的经典场景到线下空间。同时,以风物美食为基础,从旅游基础八要素“吃、住、行、游、购、娱、信息、公共服务”角度来拾遗补缺,完善《繁花》主题线下体验街区。此外,他称,还要重视年轻群体的引导与维护,可参考西安大唐不夜城与哈尔滨冰雪大世界的

发展路径。在崔丽丽看来,可以结合上海本地文化,开发更多特色旅游产品,满足游客的多样化需求;加强与旅行社、在线旅游平台等合作,推出更多上海旅游线路,提升旅游服务质量。通过这些措施,将《繁花》的热度转化为旅游产业的长期发展动能。

据了解,春秋旅游顺势推出了“繁花定制路线套餐”,导游会带领游客行走在中山路,聆听和平饭店的传奇过往、感受外滩27号的岁月余韵,重温东一美术馆里金宇澄笔下的《繁花》记忆。春秋旅游副总经理周卫红称,借《繁花》热度,对上海历史进行全方位再发掘,加强体验度,延伸导游讲解的深度,才能取得更理想的发展效果。

此外,林先平还提到,对于电视剧中出现的取景地,要加强街区的维护和管理,提升公共设施和环境卫生水平,为游客提供更好的参观体验。