

# 《繁花》熱潮 上海老店變招迎商機

## 專家倡加強影視合作 發掘本土文化特色

點，所在的黃河路更是人來人往。



上海掀起《繁花》熱潮，和平飯店設置了《繁花》打卡點。



### 經濟透視

劇集《繁花》雖完結，但線下「繁花熱」依然持續。上海外灘、黃河路等劇中知名景點，遊客打卡熱度高漲，周邊消費暢旺，不僅老字號前大排長龍，連一些本來被「遺忘」的美食店也再度翻紅。杏花樓黃河路店店長孔海明說：「因為這部劇的播出，黃河路成為遊客追尋老上海記憶的熱門地點。」專家認為，在旅遊消費領域，影視IP影響力不容忽視。文旅部門可加強與影視產業合作，深入挖掘本地文化內涵和特色，加強市場宣傳推度，延續吸引旅客能力。

大公報記者 倪夢瑋(文、圖)

「本來我們一家人想趁着周末出來團聚一下，沒想到這兩周這裏包間一間也沒有，在樓下和員工問了好久，實在是沒有空位，沒辦法只能在黃河路逛逛，去別的飯店訂位了。」李阿姨在看完《繁花》後，也想和家人湊一回熱鬧，來到《繁花》中「至真園」原型苔聖園吃飯，沒想到生意火爆。據了解，苔聖園包間早已預訂至半個月以後，年夜饭更早早訂滿，即使如此，每日依然有新老顧客前來，希望在此回顧舊時上海的美味。



▲杏花樓黃河路店店長孔海明稱，在吸引新顧客的同時，更要取得好口碑。

方本身的吸引力和美譽度。盤古智庫高級研究員江瀚建議，文旅部門加強與影視產業的合作，爭取更多的影視作品在本地拍攝，提高本地的知名度和曝光率。同時，深入挖掘本地的文化內涵和特色，設計具有吸引力的旅遊線路和產品，以滿足遊客需求。最後，加強市場營銷和宣傳推廣，提高本地的知名度和美譽度，吸引更多遊客。

至於商戶方面，江瀚認為，商戶可以通過設置互動環節、組織活動等方式，吸引消費者的參與；根據消費者的需求和反饋，不斷改進產品和服務，提高質量和服務水平，以增加回頭客和提高消費額。

### 杏花樓研港式風味新菜品

「我們不是要做一時生意的，我們要抓住這個機會，吸引新老顧客的同時，打出更好的口碑。」孔海明表示，原本定勝糕並不是杏花樓主打產品，只作訂購，而且是放在糕點套餐，但劇集播出後便趕緊推出定勝糕零售，每天都供不應求。他續稱，劇中介紹的一道港式名菜「仙鶴神針」受到廣泛關注，杏花樓本是主打粵菜，所以正在研發和港式風味結合的新菜品，希望盡快推出市場，滿足影迷也能留住客人，並展示老字號的創新實力。

### 飯店客流倍增 小食受歡迎

《繁花》熱潮下，黃河路被打卡人潮擠得水洩不通。苔聖園對面的杏花樓，迎來了倍增的客流。孔海明表示：「每天大廳都要翻台，外賣業務也取得顯著增長。」至於在杏花樓排隊買定勝糕的朱阿姨說：「以前很少吃定勝糕這種糕點，但看到電視劇中出現了我們上海品牌，特別想回味小時候的味道，同時也給家人朋友代購一些，吃的是美食，也是情懷。」

黃河路上以蝴蝶酥最為聞名的國際飯店，購買排隊人龍從黃河路「轉彎」至南京路上。國際飯店市場營銷部負責人孫曉棟透露，在《繁花》熱播後，飯店大堂內打造一新的「懷舊角」，已成為客人駐足留影的最受歡迎打卡點之一。他透露，客流大增100%，營收多近30%。

景鑿智庫創始人周鳴岐認為，影視IP不僅帶動當地旅遊消費，而且讓人留下深刻的記憶和情感色彩。不過他直言，這種影響力的持續度取決於多種因素，例如景點本身的規模和品質、良好的營運能力、持續的迭代提升等。而為了保持流量和熱度，更需要注重市場環境的維護，以及提升地



▲消費者在《繁花》至真園飯店原型苔聖園圍看美食套餐。

### 電視劇電影拍攝地成打卡熱點

《消失的地》	海南陵水的清水灣海灘、自由燈塔、遊艇會
《去有風的地方》	雲南大理沙溪古鎮和鳳陽邑村的有風小院
《偷偷藏不住》	廈門誠毅科技探索中心
《狂飆》	江門長堤歷史文化街區、梅家大院
《你好，李煥英》	湖北襄陽國營衛東機械廠、603文創園

### 《繁花》帶旺周邊消費

餐廳	● 國際飯店推出6人「繁花套餐」 ● 和平飯店推出「百味繁花」定製雙人餐，售價1406元，並加收16.6%服務費，總價1702元，每天限量20套 ● 苔聖園酒家《繁花》同款套餐，價格一度達1680元
住宿	● 和平飯店「英國繁花套房」，入住一晚16888元
美食	● 排骨年糕一客15元，日銷售額超過15萬元，創下歷史峰值 ● 定勝糕訂購轉零售，每盒16元，每天供不應求

註：貨幣單位為人民幣



▲杏花樓推出《繁花》中出現的定勝糕，大受歡迎。

## 國際飯店邀網紅宣傳 推主題套餐

### 文化感受

地處南京西路，近黃河路的國際飯店，是上海歷史最悠久的飯店之一。該飯店負責人表示：「我們擁抱了互聯網，在《繁花》上映後，主動邀請很多探店博主等，在抖音、小紅書等平台開始歷史文化宣傳，借由《繁花》中阿寶在陽台眺望的國際飯店為引子，介紹飯店的前世今生，以提升知名度和美譽度。」

在20世紀30年代，國際飯店有「遠東第一高樓」之稱，其

樓頂的中心旗杆為「上海城市坐標原點」，後被評為全國重點文物保護單位。



▲國際飯店西餅屋外大排長龍。

《繁花》熱播，國際飯店餐飲部乘勢推出6人「繁花套餐」，吸引不少客人選購；另結合飯店歷史與上海文化，還將上線「1901民國主題風套房」。

《繁花》以上海為背景，講述了上世紀60至90年代的社會變遷與人物命運。飯店負責人說：「《繁花》已經大結局，但上海的文化發展還在持續，我們會繼續做好這個主題，讓更多消費者能夠感受更多的上海文化。」

## 美術館受惠 周末人流增3倍

### 輻射效應

《繁花》的熱度也延伸至藝術文化領域。坐落於外灘27號的久事美術館，原址是上海市外貿局的辦公大樓，也是劇中主角之一的汪小姐工作所在地。久事美術館相關負責人介紹，來大樓打卡的遊客愈來愈多，尤其是周末，看展量是平日2至3倍。

久事美術館目前正推出與海派文化有關的展覽。負責人希望，展覽與《繁花》中講述的海派文化結合，讓更多人了解海派文化。

另外，上海東一美術館正舉行《繁花》原著作者金宇澄最大規模

展覽「繁花——金宇澄繪畫展」。該館執行館長謝定偉指出，相較於國際大展，個人展的流量一般不會很大，但隨着電視劇帶來的火爆效應，美術館的客流量逐漸多了起來，周客流量環比提升了約60%。

### 老舊項目升級 打造新場景

在謝定偉看來，上海的文旅資源非常豐富，通過《繁花》的契機，讓更多人願意走進美術館，了解本土藝術文化，也讓更多美術館找到未來可以嘗試的新亮點，這對於文藝市場的發展有正向作用。他表示，美術館會推出更多更好的展

覽，也希望產業鏈上下游能夠齊心發力，例如政府能夠給出更多的推廣政策等等，共同打造更好健康的文旅市場。

此外，景鑿智庫創始人周鳴岐表示：「《繁花》除了帶動傳統的旅遊景點和酒店，還有特色街區、主題樂園和文化藝術館等周邊業態。這些地方也需要快速應對市場變化，例如以文旅商融合的思路加速城市更新，對一些老舊項目升級改造，把特色文化與互動體驗相結合，增加主題文化展覽和活動，不僅要吸引和留住客流，更要打造多元化場景，提升消費力。」

## 經典港樂再火熱 原著小說速爆紅

### 帶動商品

「為了聽正版音樂，我已經充值了平台會員，這樣就可以無障礙收聽《繁花》音樂了。」劇迷小胡在收看《繁花》後，在網易雲音樂開通了年卡會員，「因為有一些音樂是VIP才可以聽完整版，而且有些音效可以更好地讓我聽喜歡的歌曲，所以花了88元人民幣辦了年卡，為了喜歡的東西花費，我覺得很正常。」

### 30集播放逾50首金曲

在30集的劇目中，《繁花》導演王家衛採用了50+首金曲。記者從網易雲音樂了解到，該平台在劇集播出後，推出了劇目中配樂

和插曲歌單，截至記者發稿，歌單播放量突破180萬，收藏量近5萬。其中，張學友《偷心》、王菲《執迷不悔》、Beyond《不再猶豫》等多首插曲在劇目播出後，在網易雲音樂平台熱度飆升，多次登上各項



▲《繁花》原著經典版熱賣。

榜單，尤其是張學友的《偷心》，紅心（收藏）增幅超過33萬個，歌曲分享增幅突破22萬個，評論增幅逾6000個。經統計，自2023年12月27日劇集播出至2024年1月9日收官為止，歌單內劇目中出現的配樂和插曲有效播放次數突破300萬。

除了音樂之外，《繁花》小說線上旺銷，根據當當網圖書暢銷榜顯示，《繁花》原著經典版與《繁花》（批註本）分別位列總榜的第三與第五名，該書介紹中也加入了「王家衛導演、胡歌主演同名劇集原著小說。」不少書迷也在評論中留下與影視劇有關感受，還有不少網友表示，在看完電視劇集後，已有計劃購買書籍。