



## 习近平向第37届非盟峰会致贺电

### 精心规划合作新蓝图,推动共筑高水平中非命运共同体

新华社北京2月17日电 国家主席习近平17日致电祝贺第37届非洲联盟峰会召开。

习近平指出,当今世界正值百年未有之大变局,以中国和非洲为代表的“全球南方”蓬勃发展,深刻影响世界历史进程。非盟团结非洲国家联合

自强,大力推进一体化和自贸区建设。非盟成功加入二十国集团,使非洲在全球治理中的代表性和话语权进一步提升。中方对此表示衷心祝贺。

习近平强调,过去一年里,中国和非洲关系持续深入发展,中非领导人对话会成功召开,双方决定相

互支持探索各自的现代化道路,共同为实现发展愿景创造良好环境。2024年将召开中非合作论坛新一届会议,我愿同非洲国家领导人一道,着眼造福双方人民,精心规划中非合作新蓝图,推动共筑高水平中非命运共同体。

国内统一连续出版物号 CN31-0002 国内邮发代号 3-3 国外发行代号 D123 文汇报网:www.whb.cn 微信公众号:文汇报(ID:wenhuidaily) 微博:@文汇报 客户端:文汇

# 1675.95万人次 申城龙年文旅市场开门红

## 《繁花》长尾效应显著,“全城寻龙”年味十足

■本报记者 张天弛

这个春节假期,被电视剧《繁花》带火的黄河路一跃成为沪上新晋“顶流”打卡地:每家卖排骨年糕的店门前都排起长龙;正对圣圆的马路上挤满了拍照的游客;和平饭店的套房和套餐更是一度直接售罄。

《繁花》效应正是上海红红火火的春节文旅市场的缩影。记者昨天从市文化和旅游局获悉,春节假期8天,据上海旅游大数据监测,本市共接待游客1675.95万人次,同比增长50%;据上海银联统计测算,上海地区含吃、住、行、购、娱等全要素旅游消费交易总金额为191.22亿元;本市星级酒店平均客房出租率为53%,同比增长15%。

### 《繁花》一部剧带火一座城

龙年春节,市文化和旅游局聚焦“乐游上

海过大年——一路繁花 全城寻龙”主题,围绕观文博、看美展、赏好剧、听歌会、来海考、享美育、逛景区、品美食8个板块,策划推出200余项春节假日文旅臻选活动。

记者注意到,以“文化味”为主线的一系列对市民游客的“胃口”,拉满喜庆过大年的浓浓氛围感。

其中,“繁花”绽放得更盛了:因《繁花》热播而备受关注的和平饭店,龙年春节假期客房入住率超八成,餐厅及宴会厅预订爆满,整体营收同比增长10%;酒店还顺势推出繁花主题的“传奇之旅”导览活

动,深受游客欢迎。《繁花》重要的取景拍摄地——静安区张园,春节假期客流量同比增长96%,几乎翻了一倍。前往黄河路打卡拍照的市民游客依然络绎不绝,周边国际饭店蝴蝶酥、杏花楼爷叔同款“定胜糕”等海派糕点,以及黄河路上的排骨年糕、各色餐饮等都生意火爆。

市文化和旅游局相关负责人表示,电视剧《繁花》“一部剧带火一座城”,在上海龙年春节假期火热的文旅和消费市场中表现出明显的长尾效应,证明了优秀影视作品能有效促进城市吸引力和刺激文旅消费。接

下来,上海文旅部门还将借影视文化之“热”带动城市消费之“潮”,期待以更多方式不断“出圈”“破圈”,向海内外游客展现“魔都”的魅力。

另一方面,春节期间,全城开启新年寻龙记,吸引大量市民游客的积极参与。第二十九届“山海奇豫记”豫园灯会、上海古猗园“花灯初上,猜飞冲天”新春花灯会、上海欢乐谷“瑞兽龙门阵”灯会、闵行区莘庄灯会、青浦区甲辰新春灯会等让市民游客在参与传统文化活动中沉浸式体验春节年俗文化的乐趣; ▼下转第二版

## 上海线上线下消费金额569亿元

### 节日期间消费“热辣滚烫”,商圈客流消费双增长

▶刊第二版

### 文化视点

## 春节档票房80.2亿元、观影人次超1.6亿,均创档期史上最高纪录——

# “龙抬头”后中国影市还需攻克真命题

■本报记者 王彦

2024年中国电影春节档收官,八天长假为市场赢得更充分的释放空间。

灯塔专业版数据显示,截至2月17日,中国电影龙年春节档累计票房80.2亿元,观影人次超1.6亿,均为档期史上最高。考虑到今年春节档比往年多一天,以前7天74.99亿元计,该成绩历年春节档第三。其中,《热辣滚烫》与《飞驰人生2》步入单片20亿元俱乐部,假期结束时已分获27.13亿元和23.94亿元;《第二十条》和《熊出没·逆转时空》两片均已近14亿元,并有望凭口碑在假期后跑出长尾效应。

一边是档期总票房、总观影人次创春节档历史新高,一边是四部影片撤档、屏摄等观影礼仪引发争论——一年最重要的档期交出真成绩的同时也直面真命题。中国电影家协会副主席、中国电影评论家协会副主席尹鸿撰文:“龙年抬了头,但龙腾虎跃、生龙活虎依旧需要呼风唤雨、风云际会。”

### 契合年节情感需求,中等成本博出大效益

与过去几年“一超多强”的格局不尽相同,龙年的春节档没有超大投入,没有超级



今年春节档,《热辣滚烫》与《飞驰人生2》步入单片20亿元俱乐部,《第二十条》票房也已近14亿元,并有望凭口碑在假期后跑出长尾效应。 制图:冯晓瑜

IP,甚至没有高度工业化的头部电影。这样的档期成功博出大效益,创纪录的背后,市场上下游多个环节形成了合力。

尹鸿说:“春节档票房前四的电影犬牙交错,以女性、男性、成年、低幼和家庭的不同定位偏向,共同促成了电影市场繁荣。从国家电影局到北京、上海等地方管理机构提

供了累计过亿元的优惠补贴,也号召市场拉低票价,让更多观众走进影院。”

笼统地看,喜剧再成档期主流。大年初一,《热辣滚烫》《飞驰人生2》《第二十条》《熊出没·逆转时空》《红毯先生》《我们一起摇太阳》《黄貔:天降财神猫》《八戒之天蓬下界》等8部影片上映,其中前五部均属于“喜

剧+”的类型融合,前三部甚至都或多或少与“理想”勾连。

《热辣滚烫》改编自日本影片《百元之恋》,原片里“丧燃”的内核置于中国本土语境,藉由创作者本人的国民度与真实体验,找准了契合点。 ▼下转第三版

## 申城“商场+”新势力系列报道①

### 越来越多剧场入驻商场,为沪上文化消费多元发展注入更多活力

# 小剧场大商场共创流量“聚”场

有数据报告显示,截至2023年,上海3万平方米以上的购物中心总量超过400家。竞争高度白热化的商场,不断孕育着新品牌、新业态、新模式,在新商机中寻找发展新动能。

聚沙成塔,一些业态逐渐成为中城商场的中流砥柱。比如,商场的一楼主力店从过去的快消品换成了现在的造车新势力,规模已达500家;小剧

场加速嵌入大商场,带来文化消费新选择;书店从街边搬到商场里,搭建起文化交流新场域……这些新势力的出现,不仅推动着商场业态更加丰富、内容供给更加多元,还会与其他业态碰撞出新的火花。

本报今起推出“中城‘商场+’新势力”系列报道,解读这座国际消费中心城市里充满生机的商业新样本。

记》,开心麻花喜剧《恋爱吧!人类》……这些有沉浸感、想象力,兼具文化意蕴的剧目,为消费者市场增添了年味新选项。

### 进商场“造梦”

2023年初,当邹卫东站在正大广场8楼按下直梯按钮,15分钟没能挤进电梯的时候,心里萌生了一个奇特的念头:陆家嘴的商场中午人来人往,客流量这么大,为何不能利用手中的IP资源,在这里开一个小剧场呢?

两个月后,乐童文化旗下的乐童剧场在正大广场开业,3月10日迎来第一场演出《小马宝莉》,意在打造一个有着沉浸式体验感的亲子观演场所。小剧场不大,只能容纳



左图:正大广场8楼的乐童剧场举行演出。(受访者供图)

■本报记者 徐晶卉

法国戏剧理论家萨赛说过:没有观众,就没有戏剧。

观众从何而来?越来越多戏剧瞄准了商场,“小剧场”应运而生。每个剧场可容纳30到200人不等的观众,演出剧目多元化,舞台与观众席之间随时能突破“第四面墙”……近年来,小剧场进大商场成了新潮流。无论是环人民广场区域的“演艺大世界”,还是散落在各大商场里的新型剧场,都成了商业与文化“双向奔赴”,共创流量“聚”场的一道风景线。

今年春节期间,大商场里的小剧场“春节档”同样不打烊:轻音乐剧《疯子与赞美诗》、音乐剧《阿尔托·梵高》、儿童剧《地心游

130人左右,正因为小,独特的环境突破了传统观演关系,孩子们可以与演员、舞美、道具和其他观众实现多方互动。这种演出体验让家长很快有了复购,亲子小剧场的口碑也渐渐叫响了。

回顾开业以来的运营状态,邹卫东表示基本满意:“这个小剧场是从无到有的创新,3月到6月是推广期,上座率逐步递增,6月起暑期档的小猪佩奇系列20多场演出,场

售罄,剧场逐渐步入正轨。”虽然演出只在周末进行,但他估算了一下,去年乐童剧场的商业演出场次近160场,观众达四五万人次。

过去几年,大量小剧场嵌入购物中心,为消费者提供了除了影院“标配”以外的文化消费选择。2020年8月,上海首家开心麻花剧场落子南翔印象城MEGA。三年过去,这里早已成为年轻人喜爱的喜剧演艺空间。 ▼下转第三版



■本报记者 王嘉楠

全国人大代表,上海社会科学院党委书记、研究员权衡心中有一张长三角地图。

张江科学城的创新策源优势、苏州工业园区的高端制造特长、杭州活跃的民营经济、合肥快速增长的国家高新技术企业……长三角重要节点城市的特色亮点于他而言不仅是数据,更是一个个可以摆在案头来回翻阅、咀嚼的鲜活案例。

履职一年间,他的调研足迹遍布长三角三省一市,更跨访至县级市的十余家民营企业。交流互动间常有火花四溅,经营主体的真实感受也让他深受启迪:社会科学研究不止于埋首案头,要从社会实践中寻问题、找答案。

每场调研,他都提前准备了一堆问题。但往往结合调研深入,又不断“做减法”,探究哪些问题是值得花功夫吃透的“真问题”。

作为在沪全国人大代表长三角一体化高质量发展专题调研的牵头人之一,他感到肩负的使命感职责之重。“要从海量调研信息中找准体制机制障碍、关键难点,将理论思考与现实问题紧密衔接,推动问题能真正解决。”

### 从一体化到一条心

产业园区、高新企业总部、智能制造工厂……近距离观察剖析长三角城市群的经济细胞,权衡感受到扑面而来的活力。

调研中邂逅的一家苏州企业负责人向其介绍绿色低碳转型实践。数年前,太湖蓝藻泛滥。为解决水环境污染,这家企业与上海科研单位联合研发清洁能源设备。短短数年,企业抢抓绿色低碳转型机遇,做大市场蛋糕,如今不只售卖设备,更顺利开发了配套服务和软件,向生产型服务业全面转型发展。

跨区域联合攻关、组建新型研发机构、抢抓新赛道,权衡从个体的鲜活实践中读出关键词。带着对这一问题的深思,他从上海市中心奔赴长三角生态绿色一体化发展示范区,期待从跨区域层面梳理总结市场一体化、产业一体化甚至管理、标准一体化方面的创新经验。

“创新风险共担、收益共享机制”——这是他从示范区调研中提炼到的关键信息。长三角生态绿色一体化发展示范区率先试水,建立风险共担、利益共享的资金配置和使用机制,在不改变行政区划的条件下如何激励各方发挥所长联合攻关,对创新收益和发展潜力形成预期。

“培育长三角科技创新协同发展的内生动力,从根本上解决‘抢跑’现象。”权衡从试点中看到了更广泛的意义和价值。在跑遍长三角19个企事业单位、听取各方意见后,课题组发现,部分新兴产业的发展,存在项目同质化、产业结构雷同等现象,甚至“一窝蜂”分散投入、重复建设。

“创新试点值得肯定,有利于加强创新体制机制协调,但还需综合考虑各地政策情况、考核机制、评价机制等,这对于区域合作创新、协同创新的内在动力至关重要。”对于写入调研报告的每条建议,他和调研组成员们反复斟酌、审慎推敲,确保建言更具针对性、实操性。 ▼下转第三版



全国人大代表权衡。

本报记者 袁婧摄

## “中国式风景”点燃 中华艺术宫新春火热人气

中华艺术宫(上海美术馆)精心策划推出8场展览和18场艺术活动,八天共接待参观游客约8.5万人,日均接待人数过万,参访量是去年同期的三倍

▶刊第二版

代表委员履职故事

# 一年走遍三省一市摸清长三角创新家底

## 全国人大代表权衡牵头“长三角一体化高质量发展专题调研”,助力决策科学化民主法治化