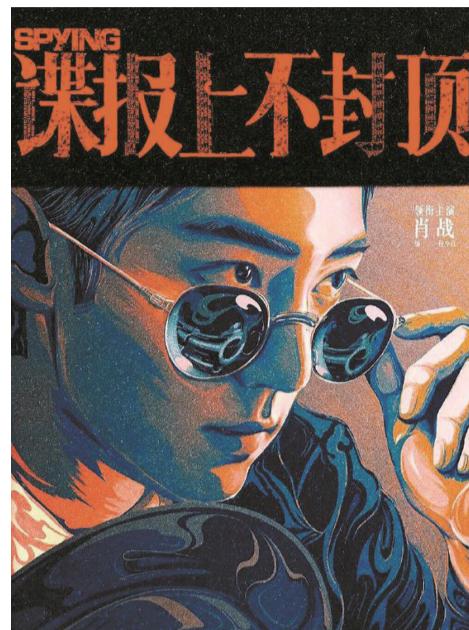


焖蹄出圈之后:

老字号与新表达的双向奔赴

本报综合消息 近日《谍报上不封顶》预告片里,主演肖战的一句台词——“给我打包一份德兴馆的焖猪蹄”,让这家百年老字号意外出圈。那一份黏齿留香的焖蹄,更像是上海人记忆中老底子的口味符号,惦想着,却已久未复习……就因这短短几秒,倏忽成了当下爆款。店内店外人潮汹涌,焖蹄销量从往常的日均200—300斤蹿升到1500斤,突如其来的“波天富贵”,可谓令这家百年老店焕发新机。



对城市的文化想象和情感联结。

上海在近年被影像作品重新书写,其实反映了一个城市如何在艺术介入中完成“自我再生产”。梧桐区并非官方的行政区划,而是一种文化隐喻。《爱情神话》里的中年男女,在咖啡馆、画室与老洋房之间过生活,他们的情感纠葛与马路斑驳旧影呼应,令这片街区自带暧昧与诗意。影片上映后,不少观众涌入衡山路、复兴路一带,探寻片中闪现过的小店或某个转角。梧桐叶阴影成了城市新的滤镜,现实街景因银幕的投射而“被观看”。

电视剧《繁花》中,王家卫以黄河路为核心,重建了上世纪九十年代的

市井气象。食物在剧中成为情感的载体,也在现实中被无数观众呼吁复制——商家立刻嗅到机遇,推出“繁花套餐”……于是,电视剧和现实生活形成了双向奔赴:重塑记忆,且更新消费。

影视作品带动城市文旅发展,经过数年已日渐成为新兴模式。此前大热的《蛮好的人生》剧组历时100余天,深入上海各区,选取了86个风格迥异的取景地,俱是对当下都市人细微处的描摹,亦将这个超级大都会的多元风貌尽数纳入片中,让观众在追剧的同时,也能深入“阅读”上海。

这些例子表明,影视作品与城市之间存在一种奇妙的消费循环:影像借助真实场域营造质感,促成文化现象,影响着公众的消费习惯与城市认同,而场域则因影像发生新的叙事。

无论是对应精致社交的咖啡与美酒,还是贴近寻常慰藉的馄饨与小炒;无论是焖蹄,还是泡饭……无一不是剧中人物情感纠葛的见证,是时代变迁的缩影。观众追随剧情,实际上都是在寻找一种与剧中人物的联结,重温情怀。

又如同南昌大楼、武康大楼等因在影视中的频繁出现,被赋予了某种象征意味,受到文艺青年的追访,成了上海最具代表性的打卡点,而前往观赏的人们大多只是为了“进入剧中的画面”。在重塑人们对于城市空间认知的同时,影视传达的城市生活美学,也被赋予了更多的文化内涵,对厚植城市精神、塑造城市品格大有裨益。

影视取景的地与物都变成了“网红”,对于那些日渐落寞的老店和历史街区来说,无疑注入了新的活力,带来了经济效益,也让年轻一代有机会重新认识和了解这些传统文化。

“打卡”行为看似浮浅,但确实是现代人建构认同的一种方式。而这种影视带红的现象,既是流量经济的逻辑,也是一种城市气质的投射。流量的力量,的确能在一夜之间让焖蹄热销,只是,这种热度往往转瞬即逝,最后能留下的,依旧是因此对城市的重新认识与阐释。

《爱情神话》赋予上海中年人的孤独与温情,《繁花》重现改开年代的欲望与荣光,《蛮好的人生》描绘寻常人家的小确幸,到今天《谍报上不封顶》令百年老字号的传统美食在当代再度出场……影视剧正在以一种前所未有的方式,改变着人们与城市的关系。它们让城市不再只是一个地理概念,而是一个充满细节、故事、情感和记忆的文化空间。

德兴馆的排队人潮,或许会随热度逐渐消散;梧桐区与黄河路的网红效应,未来也可能让位于下一个影视作品。但重要的是,影视让城市焕新——那些老建筑、老餐馆、老街区,被一代代观众记录、品尝、City Walk……人们或可在打卡和跟风后,明白一切都是这个城市的历史切片,是时代变迁的见证。真正理解了这些,才能让因影视剧而“出圈”的符号,成为我们共同的城市记忆。

而德兴馆并非孤例。近两年的上海影像创作,几乎一再验证“作品即场景”的规律:一个镜头就能重写一条街的热度,一句台词就能再生一个地标的叙事。在流量与传统之间、城市与影视之间,形成了奇特的联动和互为镜像的再创造。

《爱情神话》之后,都市男女言必称“梧桐区”;《繁花》之后,黄河路重新焕发烟火气,排骨年糕同样成为一时怀旧的热门……人们热衷于追随角色的足迹,把对上海的认知与观影体验重叠,仿佛一定要在同一张桌上尝过那口泡饭。影视成为现代人认知城市、记忆城市的重要媒介,构建了观众

咸安区烟草专卖局主要负责人

开展客户满意度帮扶工作

近日,咸安区烟草专卖局主要负责人带队扎实开展客户满意度调查帮扶工作。

走访过程中,咸安区烟草专卖局主要负责人围绕客户满意度调查涉及的重点问题,与零售客户开展面对面交流,详细了解并听取了客户对服务改进的具体意见和建

议。通过此次走访,进一步掌握市场实情和客户心声,旨在从细微处把握客户服务重点,在多方联动中优化服务体系,切实帮助客户解决经营难题、持续提升客户满意度和获得感,不断夯实咸宁烟草市场工作基础。

(通讯员 裴锦祎)

咸安区烟草专卖局

组织召开重点户专题会议

近日,咸安区烟草专卖局组织召开重点户专题会议,坚持以客户需求为导向,以问题解决为抓手,逐一询问零售户需求,现场答疑解惑,做好相关政策解释工作。下一步,该局将结合零售户反馈的问题及经

营实际,跟进提供针对性服务举措,不断细化零售户服务,推动零售户满意度持续提升,深化“让客户更满意 我们在行动”主题活动。

(通讯员 徐梦双 甘海珍)

嘉鱼县烟草专卖局主要负责人

带队推进客户满意度工作

9月19日,嘉鱼县烟草专卖局主要负责人带队深入辖区零售客户店内,开展客户满意度调查再拜访工作,以精准走访夯实服务基础。本次再拜访聚焦客我关系提升,将前期客户满意度调查中的C类客户作为重点对象,通过面对面深入沟通,围绕

政策宣传、货源投放、店铺盈利、客户服务等关键内容细致询问,深入了解客户的实际经营困难与内心真实期望,并针对客户提出的疑问,现场做好解答回应,为后续优化服务、提升客户满意度筑牢基础。

(通讯员 胡琴)

影视取景的地与物都变成了“网红”,对于那些日渐落寞的老店和历史街区来说,无疑注入了新的活力,带来了经济效益,也让年轻一代有机会重新认识和了解这些传统文化。

“打卡”行为看似浮浅,但确实是现代人建构认同的一种方式。而这种影视带红的现象,既是流量经济的逻辑,也是一种城市气质的投射。流量的力量,的确能在一夜之间让焖蹄热销,只是,这种热度往往转瞬即逝,最后能留下的,依旧是因此对城市的重新认识与阐释。

《爱情神话》赋予上海中年人的孤独与温情,《繁花》重现改开年代的欲望与荣光,《蛮好的人生》描绘寻常人家的小确幸,到今天《谍报上不封顶》令百年老字号的传统美食在当代再度出场……影视剧正在以一种前所未有的方式,改变着人们与城市的关系。它们让城市不再只是一个地理概念,而是一个充满细节、故事、情感和记忆的文化空间。

德兴馆的排队人潮,或许会随热度逐渐消散;梧桐区与黄河路的网红效应,未来也可能让位于下一个影视作品。但重要的是,影视让城市焕新——那些老建筑、老餐馆、老街区,被一代代观众记录、品尝、City Walk……人们或可在打卡和跟风后,明白一切都是这个城市的历史切片,是时代变迁的见证。真正理解了这些,才能让因影视剧而“出圈”的符号,成为我们共同的城市记忆。

全国福彩公益宣传月
湖北主会场系列活动启动

幸运双响炮!
同一天同一奖, 两种幸运邂逅

126亿彩票公益金
为“春天的事业”注入新动能

扫码阅读更多精彩

“湖北福彩”微信订阅号品牌栏目

快乐星球·山喜 丹丹玩转双色球 老李3D研讨会 每日开奖公告