

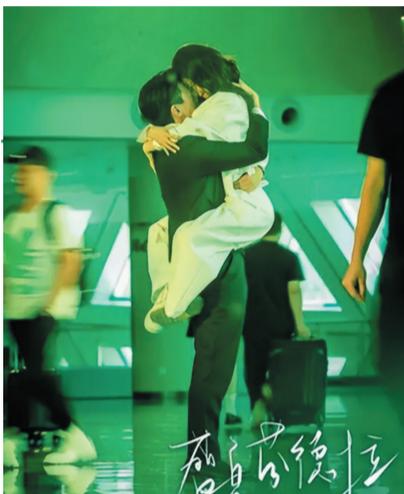
爆款短剧带火多个浙江取景地

冷落古村如今门庭若市

近期,微短剧《盛夏芬德拉》成为现象级爆款。自9月下旬开始,该剧连续21天霸榜热榜第一,仅用18天便实现全网播放量破30亿。

而更亮眼的是,这部短剧直接激活了浙江多个取景地的文旅潜力——从金华磐安的“蓝色隧道”,到东阳的古村落,各地打卡者络绎不绝。

这也给城市文旅提出了新的思路:能否借助短剧热潮“出圈”?



短剧《盛夏芬德拉》剧照



蓝色隧道 短剧《盛夏芬德拉》截图



浙江多地景点借“短剧风”出圈

近年来,“跟着微短剧去旅行”逐渐成为行业热点。浙产短剧《盛夏芬德拉》虽非典型的文旅微短剧,却为“微短剧+文旅”探索出一条值得借鉴的路径。

2024年1月,国家广电总局发布《关于开展“跟着微短剧去旅行”创作计划的通知》,要求各地推动一批实体取景地跟随微短剧的热播“出圈”。截至目前,浙江已有49部微短剧入选该创作计划推荐剧目,数量位居全国第一。

在浙江,“因为一部剧,到访一座城”正成为一种潮流:

杭州市临平区的“五杭老街”曾是沉寂的上世纪80年代建筑群,却因微短剧《赵小姐的日记》成为网红景点,游客量较去年同期增长300%,老街商户的日均营业额提升近2倍;

金华市武义县参与制作的微短剧《带你去个好地方》在热播后放大了武义旅游景点的IP价值,剧中的取景地游客接待量在2024年国庆假期实现显著增长,如花田美地接待游客30万人次,旅游收入达2500万元;

在丽水取景的《恋恋茶园》全网曝光近4亿次,带动丽水市古堰画乡、九龙湿地、云和梯田、大木山茶园等景点频频“出圈”;

在浙江海盐丰义村取景的《爱在炊烟袅袅时》播出后,带动嘉兴海盐县相关景区旅游人数和收入同比分别增长25.53%、29.10%。

中国传媒大学戏剧影视学院教授、博士生导师杨洪涛曾发文表示,与长视频相比,微短剧是名副其实的“文旅轻骑兵”,能以较低的成本实现高效的推广效果,提升目的地的吸引力,满足观众需求。

最近,杭州网红导游诸鸣也参演了地方文旅短剧。他说,这是城市文旅发展的一种尝试,也是一种方向,“这种具有生命力的新方式,年轻人的接受度会更高一些。”

尽管前景广阔,但“微短剧+文旅”模式仍面临诸多挑战。郭宇飞表示,未来,城市、景点如何将短暂的“爆火”转化为可持续的“长红”才是关键。

多项行业调查亦指出,当前微短剧存在同质化严重、内容低质的问题。

杨洪涛认为,要从创作和管理层面持续推动文旅微短剧良性发展。“视听工作者应进一步摸索微短剧创作规律,增强故事情节与旅游目的地的关联性和融入感,避免短剧急于上马,短剧变广告。相关部门也要针对文旅微短剧的类型、风格、故事和价值引领等,做出政策引导和谋划布局,加大资金扶持和评奖力度,提供行业样板。”

据《钱江晚报》



剧迷前来蹲守蓝色隧道“名场面”

在《盛夏芬德拉》中,男女主角有一场令人上头的吻戏,发生在一条被蓝光浸染的隧道里,这一场景也成了极具电影感的标志性名场面之一。

这个隧道在短剧中先后出现3次,从最初的暖黄色调,到接吻时的波光粼粼,再到后期两人嬉笑打闹的海洋蓝色,光线和色彩之变具象化了人物内心的起伏变迁。

这份细腻的背后,是导演张大马“花费最长时间拍摄”,是编剧宇航“最多次修改”的结果。宇航认为:

“我讲的故事很简单,但所有的情绪都很真诚。”

相比多数短剧5~6天拍完80集的节奏,《盛夏芬德拉》足足拍摄了11天。资深短剧导演郭飞宇表示,这样的拍摄周期在短剧中已属较长,“毕竟全是文戏,剧组用更多的时间去磨机位、走调度、设计灯光、做美术。”

郭飞宇评价:“短剧制作精良,能火是在意料之中,火成现象级则有点出乎意料,而这份匠心成就的‘短剧细糠’,定会为电影感的取景地带来意想不到的流量。”

的流量。”

剧集爆火后,“盛夏芬德拉的蓝色隧道在浙江磐安”等相关话题、相关网络阅读量超过18亿。位于花溪风景区的这条“水光隧道”,不是剧组搭的景,而是景区用灯光和投影精心打造的。

男女主在蓝色隧道的情感拉扯,亦将越来越多观众“吸入”隧道里:有人连夜驱车300公里,就为拍一张“同款背影”;有人蹲在隧道口等夜幕降临,说:“我不是来旅游的,我是来还愿的。”



“连村里的菜市场都在拍戏”

如果说“蓝色隧道”是浪漫的符号,那么金华东阳李宅村的大宗祠,则承载了剧中庄重的情感转折。

在祠堂内,女主角白清枚跪地认错,男主角周晟安转身寻来,一个回眸一眼万年。这座始建于明代、拥有600多年历史的古村落,因这一幕彻底“出圈”。

剧中的祠堂位于金华市东阳市李宅村古建筑群,是由南宋抗金名将李诚之后裔聚居形成的传统村落建筑群,2007年2月26日被浙江省人民

政府列为省级文物保护单位。现存大台门、李氏宗祠、集庆堂等十座建筑构成纵轴线核心,此外还保留了较为完整的上世纪80、90年代民居等特色老房子。

2023年,本地90后青年李牧开始从事短剧行业,返乡创业,主动将导演和剧组引进家乡。他说,国庆期间,李宅村游客量突破1万人次,远超往年同期数百人的冷清景象。来自上海、杭州、义乌等地的粉丝纷至沓来,只为走进那座承载深

情的祠堂。

“《盛夏芬德拉》爆火以后,连李宅的菜市场都在拍戏。”李牧说,真正让李宅成为“短剧取景热土”的,是2024年6月起农村题材、年代题材短剧的兴起。如今,村里平均每天有三四个剧组同时拍摄,高峰期甚至超过十个。原本闲置的老房子焕发出新生机,更是直接带动了村民收益,“当地政府已启动规划,拟加大投资与人才引进,打造‘短剧小村’品牌。”