

「含滬量」極高的熱播電視劇《繁花》迎來大結局，但由《繁花》引發的對海派文化的關注、上世紀90年代情結的消費熱潮不退。黃河路人山人海，和平飯店預定爆滿，寶總同款西裝熱賣，就連泡飯、排骨年糕等上海本地小吃都讓商家接单接到手軟。這些由《繁花》引爆的海派衣食住行，成為上海今年開年銷量最好的消費項目。多個商家反應迅速，趁熱打鐵推出多種和電視劇《繁花》相關的產品，或大打復古風，接住了這波紅利帶來的潑天富貴。「繁花紅利」還帶火了懷舊風的周邊經濟，很多販賣老物件、老百貨的小店再次大熱，提供老上海實景換裝的自拍館也成為人們心中的寶藏店，甚至連本已湮沒在記憶裏的90年代品牌亦再次翻紅。

◆香港文匯報記者 孔雯瓊 上海報道



◆《繁花》引發90年代懷舊熱潮。



◆劇中數次出現的取景地上海和平飯店引來市民打卡。和平飯店更趁機推出《繁花》套餐、《繁花》套房，掀搶購潮。



◆《繁花》套房一晚18,888元人民幣

追憶十里洋場傳奇 鍾情上世紀90年代青春印記

《繁花》套房一宵值萬金

劇中數次出鏡的取景地上海和平飯店，目前已經在酒店內張貼上了《繁花》劇照，趁著熱度推出三款有懷舊菜式的「繁花」套餐，其中一款定製雙人餐價格為1,460元（人民幣，下同），並收取16.6%服務費，即總價約1,702元左右。套餐中出現多款老上海的菜品，諸如腐乳泡飯、排骨年糕、酸辣湯等，都是上一代人最為津津樂道的美食。該款套餐每天限量銷售，但往往在凌晨0點就被秒空，很多慕名來的消費者需要接連幾個凌晨守着0點掛手速才能搶到。

劇中酒店套房一晚 18888元

另外，和平飯店還有兩款「繁花」下午茶，分別售580元和980元，同樣銷量不俗。劇中寶總長期包間的套房，原為和平飯店的英國套房，目前已經改名為「英國繁花套房」，一晚的房價要18,888元，目前已經一房難求，據攜程酒店預訂系統顯示，該套房從1月10日至16日的一周內都是訂完狀態。

除了和平飯店，《繁花》劇中的畫面與台詞中還出現了國際飯店、錦江酒店、南京飯店、花園飯店等，同樣成為人們爭相前往的打卡地。因這些酒店多為錦江集團旗下，錦江連續幾天製作「錦江繁花地圖」，給消費者推薦消費目的地，並也順勢推出油條泡飯、醋溜魚片等寶總吃過的老上海美食。

年輕人讚老牌酒店感覺有趣

《繁花》中的至真園的原型是苔聖園，這家上海老牌酒店位於黃河路，原本屬於阿姨媽媽們喜歡的酒店，隨著電視劇的播出後名氣大噪，年輕人也開始湧來消費。剛去消費過的齊先生告訴香港文匯報記者，「這裏排隊取號是手寫號碼，叫號是一個老爺叔拿着喇叭叫，餐具也都是90年代的款式，自己找位置坐下，感覺很有趣，一股濃濃的復古的感覺。」除了苔聖園，黃河路上的半島酒樓、粵味館、悅來酒家等裝修老派、環境復古的餐廳也人滿為患，不少晚餐包間的預定已經排到了2月初。

另外一些原本銷量平平的上海小吃也因為《繁花》熱銷，據餓了麼的數據顯示，截至1月5日排骨年糕已成為外賣平台搜索頂流，搜索量暴漲670%，外賣訂單量環比上週大漲237%，寶總最愛的菜泡飯外賣訂單量漲了110%。

「寶總同款」定製西裝排到3月

劇中的阿寶因為寧波紅幫裁縫轉型成為了寶總，這還讓上海消費者對商務西裝的消費風向轉到了裁縫定製。根據消費點評類App大眾點評顯示，目前關於「繁花西裝」的搜索顯示結果已經超過8萬個。有一家在黃浦區開西裝定製店的老闆在社交媒體上表示，「原先定製西裝的多為婚禮所需，但《繁花》播出後很多人指定要寶總同款，特別是要法蘭絨、豎條紋的。目前一套定製西服價格在4,000至5,000元，製作周期半個月左右，單子已經排到了3月份。」

在劇中出現了短短幾分鐘的90年代走紅品牌夢特嬌也意外翻紅。據悉，上海唯一一家夢特嬌的專櫃原本傳出消息即將關店，隨著《繁花》夢特嬌持續登上熱搜，該品牌企劃部回應稱，夢特嬌上海唯一的門店位於上海第六百貨，店面只是隨商場一起改造，換新升級之後會保持正常經營。

《繁花》也帶動其他上海的復古消費，截至1月10日，大眾點評上的「上海懷舊復古特輯」瀏覽次數達1,592萬次，其中賣節約領（90年代用來代替襯衫的服飾）的小店生意爆火，天天有人排隊購買，還有還原八九十年代場景的自拍館也再次成為網紅地，一些販賣老舊傢俱、復古雜貨甚至懷舊零食舖子也相繼翻紅，不少人稱一部熱劇引發他們消失在記憶裏的東西，想再去打卡消費一遍。



◆黃河路上標誌性菜館之一苔聖園據說是劇中至真園的原型，一眾遊客在苔聖園酒家外打卡。



◆和平飯店門廳內設置的《繁花》置景供留影。



◆從城市街道到影視基地，連日引來沉浸式「打卡」，圖為上海影視樂園（車墩影視基地）《繁花》實景。



◆由《繁花》帶熱的船王炒飯。



◆「寶總同款」定製西裝的訂單已經排到3月。



◆懷舊零食舖子相繼翻紅，黃河路上的老字號點心店杏花樓，市民在選購劇中的同款點心定勝糕。

繁花Citywalk受捧 私家團增75%

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報道）近期國內遊相繼開掛，先有淄博燒烤，再有哈爾濱冰雪遊。今年，在《繁花》加持下，這股火熱度蔓延到上海，上海「小籠包」在奔赴東北的時候，東北「大凍梨」也在奔赴上海。另外，「繁花Citywalk」也成為上海旅遊中的熱門項目，不少導遊提供滬語和普通話的「雙語講解」，很多人對此興趣濃烈。

《繁花》劇中海派風情光影流轉，其中多處地標性建築和景點不但喚醒了老一代上海人們的時代回憶，也讓許多劇迷、書迷嚮往來到上海吹一吹黃浦江的晚風，感受這座城市的蝶變風華。

根據攜程平台數據，截至1月5日，電視劇《繁花》開播以來，上海在平台上的搜索熱度環比增長超20%，上海私家團、跟團遊產品預訂單量分別環比增長75%、30%。目前攜程也已上線多條跟團遊、私家團、一日遊產品，旅客可以跟著線路Citywalk，重溫90年代摩登又充滿煙火氣的海派。例如，在上海3日晚私家團產品中，上海本地人導遊會帶著旅客一起打卡外灘萬國建築群、思南公館、聖尼古拉斯教堂、復興公園、黃河路、茂名南路等上海地標，還能住進百年歷史的

和平飯店，品嚐黃河路上的本幫美食，尋找地道的上海味道。

提供滬語和普通話講解

另外在小紅書上顯示，不少上海「繁花Citywalk」的導遊還提供滬語和普通話講解，在帶領遊客領略上海城市風光的同時，也幫他們重溫一些《繁花》的經典上海話台詞，順帶進行滬語片段小練習，不少遊客表示非常喜歡這樣接上海地氣的旅遊項目，就算價格高一點也都可以接受。

六成遊客為80後及90後

有趣的是，近期南方「小土豆」到東北玩得轟轟烈烈，東北的旅客們也反向出遊，到南方來了一場雙向奔赴。攜程數據顯示，截至目前，預訂1月份到上海旅遊的訂單中，東北三省的遊客訂單同比增長123%，佔比也較去年有所提升。其中，來自瀋陽、大連、長春、哈爾濱和大慶的遊客訂單量最多，哈爾濱遊客遊上海的訂單量則同比增長85%。截至1月9日，預訂前往上海的主力人群為90後、80後、00後，佔比分別為31%、30%和20%。近兩周上海在平台搜索熱度比前兩周增長近兩成，黃河路附近的人民廣場的搜索量比前兩周升近三成。

城市文化可轉化為經濟價值

專家解構

分析人士在接受香港文匯報記者訪問時指出，近日海派文化的走熱，除了可以展示上海城市形象之外，更能轉化為經濟價值。上海的商家和政府部門也可以順勢而為，抓住機遇推動城市經濟發展。

盤古智庫高級研究員江瀚認為，《繁花》帶火的海派文化，對商家是一個不可多得的機會。上海作為一個歷史與現代交織的城市，有著豐富的文化和旅遊資源。商家可以借此機會推出與《繁花》相關的旅遊產品和體驗，例如主題餐廳、特色商品、沉浸式演出等，讓遊客更加深入地了解和感受上海的文化魅力。同時，利用互聯網和社交媒體的力量，進行精準營銷和口碑傳播，可以進一步擴大影響力和吸引更多消費者。

多部門合作 商家政府互利

對於機構和政府部門來說，這是一個推動城市經濟發展的好時機。通過與文化部門、旅遊部門和媒體的合作，可以共同打造與《繁花》相關的文化活動，例如，舉辦主題展覽、文化節慶、旅遊推介會等，吸引更多的遊客來到上海，促進城市的消費和經濟發展。同時，也可以借此機會提升城市的形象和知名度，進一步增強城市的競爭力。

力和吸引力。「文化不僅僅是一個城市的靈魂，更是一種可以轉化為經濟價值的資源。通過深入挖掘文化內涵，創新消費模式和體驗方式，可以有效地刺激消費者的購買慾望和消費行為。」江瀚強調。

財經作家、財富書坊創始人周錫冰指出，《繁花》的出圈是自身城市商業文化的衍射。上海作為商業中心，具有很好的故事底蘊，其涵蓋十里洋場、夜上海的霓虹燈文化，以及作為遠東的中國經濟龍頭。這都是能夠出圈的故事要素，同時也是上海這座城市的自身定位。他認為上海豐富的資源催生了相對較多的原創、改編和IP研發人才，使得「文旅+商業」深入聯動。

文化現象可推動經濟發展

同時，這波熱度也給消費市場和商業帶來了許多啟示。江瀚表示，要善於抓住機遇並創新發展。無論是《繁花》還是其他文化事件或現象，都可以成為推動經濟發展的重要力量。應該時刻關注市場動態和消費者需求的變化，及時調整和創新發展策略。周錫冰認為，地方的典型文化應該得到有效保護，比如《繁花》中大量具有特色的上海建築群，成為城市的宣傳，尤其是為文旅商業的落地打下堅實的基礎。



◆周錫冰



◆江瀚