

沉浸式戏剧《不眠之夜》上海版 8 月底收官

倒计时活动陪伴观众告别“麦金侬酒店”

由上海文广演艺集团(SMG Live)与英国戏剧先锋 Punchdrunk 制作出品的《不眠之夜》上海版,将于今年8月30日献出沪上最后一场演出。这部开创剧场先河的作品在“麦金侬酒店”里完成第2670场演出之后,暂与75万位走进剧场的观众告别,于2027年由原班人马打造沉浸式戏剧《不眠之夜》深圳版。

在最后的收官季,官方释出了剧场三大限定主题活动、“拾梦画廊”十年影像展、麦金侬绝版藏品抽奖等重磅活动企划;独属于上海版的本土化剧情《白蛇传》也将在8月30日后永久封存。驻演静安尚演谷近十年,《不眠之夜》在上海交出了一份超高含金量答卷,为剧场内容创新与文旅融合融合发展提供了鲜活的样本。

诞生于10年前
《不眠之夜》为国内观众
打开了沉浸式戏剧的大门

将时间轴拉回2016年,回望冒险旅程的开端。上海文广演艺集团经过和Punchdrunk两年多的沟通和努力,将《不眠之夜》上海改编版权收入囊中。

兴奋之余,整个团队面临多重未知挑战:国内观众从未接触过“沉浸式演出”,能否接受从椅子上站起来追着演员走的观演方式;剧场改建需要从内部拆光静安区中心的6层大楼,布置上百个房间并购买数万件道具,接近亿元的初期投入,可否收回成本;上海作为文旅大都市,能否持续输入游客,助力“麦金侬酒店”成为国内首部以长期驻演形态存在的戏剧……一切都是未知数。

当年7月,《不眠之夜》上海版正式发布演出讯息,1万张预售票在4天内售罄,如平地惊雷,叩响戏剧新时代的大门。中国观众真的准备好“跑着看戏”了。

电影级别的舞美,极富张力的表演,交织视觉、听觉、气味、温度,观众在全开放的5层楼剧场里,探知属于自己的独有剧情……此后十年,《不眠之夜》上座率长期稳定在83%以上,《不眠之夜》词条在演出类话题中热度超过220万,位居榜首,成为上海的一个现象级文化IP。

十年,《不眠之夜》让“沉浸式”从小众概念走进大众视野,带动了国内沉浸式戏剧、实景娱乐、交互文旅体验等领域的蓬勃发展。

此外,上海版白蛇支线的落地为国际头部IP本土化改编树立成熟范本:不照搬海外成品,立足本土文化内核做二次原创。

据行业统计,在《不眠之夜》之后,国内沉浸式演出数量呈几何级增长,从个位数暴涨到3万个以上,以长三角、京津冀、川渝、珠三角四大城市群为核心,覆盖演艺、旅游、博物馆、商业等多领域。

截至2023年底统计,国内沉浸式体验项目年票房突破数十亿元,消费市场规模突破927亿元,创造就业岗位92.8万个(数据来源:中国旅游演出行业协会《2023中国沉浸式产业发展报告》),项目数量与市场规模均居全球首位。

复刷近500场
《不眠之夜》为何
吸引观众次次奔赴

对很多拜访过“麦金侬酒店”的观众而言,



《不眠之夜》的不可替代性,源于多年来的回忆沉淀。截至上周末已经复刷近490场的忠实观众董先生分享了从2016年预演开始看戏的故事。

最初,他是被“打破第四面墙”的推广宣传吸引,抱着尝鲜目的来看看,却在观演过程中迷上了沉浸式戏剧自由探索、惊喜发现与深度共情融合的体验,一遍又一遍反复回到“麦金侬酒店”,将这里当成了第二个精神家园。十年间,他刷剧数百次,哪怕工作远调浦东,也会在下班后乘地铁赴北京西路,重温一场旧梦。

据统计,超过65.3%的外省市及海外观众因《不眠之夜》来到上海。“为一部戏,赴一座城”不是宣传语,而是每个周末发生在静安尚演谷的事。这足以证明,真正好的内容,不仅能让观众走进剧场,更能让他们走进上海、记住上海、反复回到上海。

比邻麦金侬的亚朵戏剧主题酒店 THE

DRAMA 为例,前运营负责人郭琪分享道:“全年有超过50%的住客,会看《不眠之夜》。他们来自天南海北全世界,但相同的是,每晚他们都会带着剧场里的白色面具,形色激动地返回酒店休息,甚至与工作人员探讨剧情。”

关于夜上海的美梦并未随演出散场钟声落幕。在这一共生共荣的演艺经济生态系统中,票根不是消费的终点,而是消费的起点。观众从“看一场戏”出发,自然延伸到“住一晚、吃一顿、逛一圈、再带走一份记忆”的全链条体验。

演出前后,剧场内的观众自觉转化为上海城市夜经济的参与者,他们预订酒店、寻味餐厅、探索周边商圈。看似零散的消费行为,汇聚成1:6.8的经济乘数——每一元票款,撬起周边6.8元相关产业收入。据测算,《不眠之夜》累计带动上海的文旅、商业地产等产业价值,已超100亿元。

一张售价数百元的演出票,能撬起自身价值近七倍的周边消费。一部戏的体量,能带动文旅、商业、城市更新等多维度的持续增长。刻度虽小,却足以丈量《不眠之夜》沉甸甸的价值。

收官倒计时50夜
多项活动完成盛大告别

在《不眠之夜》收官倒计时50夜的启动会现场,官方完整释出为期两月的全系列纪念企划。三大主题限定专场轮番返场“最后的夏夜”“最后的爱人”“最后的狂欢”主题活动依次上线。嘉年华小摊、限定返场、特邀惊喜嘉宾悉数回归,复刻十年来最受观众喜爱的经典体验。午夜特别场次、两场专属十年告别派对惊喜呈现。

面向自5月26日起购买收官阶段任意场次演出票的观众,剧场更推出“麦金侬绝版藏品”抽奖游戏活动。搜罗了剧场十年演出绝版稀有的道具10件,以及百余件墙纸碎片、场景沙土等极具纪念意义的藏品,辅以它们独一无二的设定与故事,为观众带来惊喜福利放送。

此外,自7月15日起剧场为收官季专属打造“拾梦画廊”十年记忆影像展正式开放,直至收官期间免费对外开放。其间收纳十年间上百张台前幕后剧照、精美主题海报、IP发展历程、实体道具等,全方位定格一部作品与上海共生十载的珍贵故事,为观众们呈现一场跨越十年的梦旅回忆、营造打卡留念的最后机会。

上海版8月收官后,上海文广演艺集团联手Punchdrunk在其原有基础上延伸,孕育出全新的形态。主创团队原班人马将前赴深圳开启紧锣密鼓的筹备,《不眠之夜》深圳版坐落在深圳万象湾商圈,预计于2027年正式亮相。

除此之外,上海文广演艺集团还在探索沉浸式板块的升级计划。据透露,集团正接洽《剧院魅影》衍生而来的沉浸式体验,项目落地上海后,势必能为沉浸式演出再添一位重磅成员。

未来,上海文广演艺集团还将持续推出更多元的沉浸式体验,开拓从线下到线上、从剧场到公共空间的广阔图景,迈入“内容创新、业态融合、模式输出”新阶段,以打造“全球唯一”沉浸式消费地标为支点,构建具有全球吸引力的文化磁场。

