

怎么让“电影院”不仅仅是“电影院” ——沪上电影院产业生态深度调查

走进上海影城 SHO,许多影迷正与从天板延伸到地面的巨大 LED 屏合影留念;踏入带着时光印记的大光明电影院,2025 年度特展《百年大光明》——电影和建筑的时空对话与海派都市的现代性进程”引人驻足;而在万达影城,F1 赛事轰鸣声未散,文创潮玩又在大堂里吸引着年轻人的目光……这些看似寻常的场景,实际指向一个共同的答案:我们熟悉的电影院,也可以不仅仅是“电影院”。

2025 年春节档,中国电影市场迎来了令人瞩目的“开门红”,上海更以 3.23 亿元实现领跑。在这座票房数、银幕数等 6 项指标均位居全国城市第一的都市里,三百多家影院如何踏上转型之路,以更多元的消费体验留住影迷?在重新定义电影院的现在与未来时,这些影院遇到了怎样的挑战,又是如何应对?

带着这些问题,本报·随申 Hi 记者分头走访了沪上多家不同类型的影院,既有独立建筑体内的单体影院,也有在不同商圈内引领潮流的连锁影院。在过去的这些年间,它们有的遭遇过老城厢居民迁出带来的“熟客减少”,有的曾面临深厚历史与影迷知晓度不匹配的难题,但在探索的路上,从业者们深信,这座电影之城会为三百多家电影院找到新的坐标:不仅仅是让观众停留 90-120 分钟的“放映盒子”,也可以是让观众驻足欣赏展览、淘淘文艺小件、探索不同消费体验的“会客厅”。

晨报记者 陆乙尔 曾索狄 王琛

影院大堂变形记:从爆米花角落到文化消费新空间

曾几何时,走进电影院、掠过冷清的大堂直奔影厅,已然成为观众的常态。线上购票的普及,让昔日人头攒动的大堂仿佛被按下了静音键,宽阔的空间一度陷入沉寂。然而,这看似被遗忘的角落正在重新经历一场华丽蜕变。

一走进上海影城 SHO,你的目光瞬间就会被头顶的庞然大物俘获——一块长 29 米、宽 6 米的巨型定制 LED 天幕横贯大堂顶,裸眼 3D 视效与沉浸式立体声效交织,赋予这个空间一个充满未来感的名字:“0 号厅”。它不再只是过道,而是影城的“点睛之笔”,一个充满无限可能的数字化电影艺术空间,每当有电影展映、首映礼等活动,这个放映海报、预告的天幕就成了最亮眼存在。

上海影城 SHO 大堂硬件的升级,为“电影首映礼”这个独具营销意义的活动赋予了新的能量。《机动战士高达:跨时之战》首映礼举行时,“0 号厅”能量爆发,一楼大堂被精心打造成全景式“机库”,全新高达模型如钢铁巨人般矗立,衍生品展览琳琅满目,现场秒变大型主题乐园:粉丝们兴奋地与自己珍藏的模型在场景中合影,在装置前打卡留念,让每位观众仿佛置身于高达的激战宇宙。而在《名侦探柯南:迷宫的十字路口》上海樱花雨首映礼上,大堂里柯南周边原画展上樱花树置景下纷纷扬扬飘落的樱花,如同电影中所描绘的浪漫场景一般,粉丝们沉浸式打卡合影,感受那份纯粹与浪漫。

情怀同样在大堂间流淌。张国荣电影特别放映期间,上海影城 SHO 一楼大堂空间联动流熊唱片,摇身一变成为充满怀旧气息的“黑胶市集”;“4K 修复版《神女》现场交响乐配乐特别献映”活动中,二楼 1 号厅旁还现场搭建了《神女》主题微展览,电影周边文创产品销售展台等,除了本身买了票的观众还有喜欢收藏周边的影迷特地赶来,在现场购买这些设计精美、种类丰富的文创产品,如包袋、亚克力票根、明信片、纪念币等。

事实上,在文化衍生品上深挖创收可能,唤醒大堂经济,正是目前许多影院正在探索的方向。万达电影此前提出,要打造集娱乐、消费、社交于一体的“超级娱乐空间”,让影院成为更多年轻人的“快乐老家”。记者在万达影城上海五角场万达广场店看到,大堂设置了休憩的座位、领票取票柜台,还提供了新款的热门影片周边,比如春节档《哪吒之魔童闹海》大爆,影片相关周边成为了比爆米花更热卖的产品。

在影院从业者眼中,大堂的衍生品消费是一条“不那么受限制”的赛道——只要手握正版版权,丰富的衍生品、主题展览、互动活动便能在此自由生长。去年,万达电影旗下“时光里”潮玩商店率先在北京 CBD、上海、晋江三家万达影城的大堂落地,万达影城上海五角场万达广场店正是其中之一。在这里,影迷可以买到众多艺术家的版画、原画及衍生品,演员潘粤明的熊猫系列作品就在此展示。

更值得一提的是,万达影城上海五角场万达广场店去年还与热门游戏《原神》合作,在《原神》上线四周年之际,推出了原神周年庆主题 IMAX 影厅。相关工作人员透露,从全国数据来看,万达电影携手《原神》推出的联名活动商品交易总额超 6000 万元,票房转化超 1000 万元;而五角场万达广场店的主题套餐和周边产品的预售首日销量就超过了当日票房收入,



位列全国 706 家万达影城首位,证明了衍生开发反哺影院票房的可能。

当然,聊到大堂经济,最常见的爆米花、可乐等食品售卖依然不容小觑。历史悠久的大光明电影院对品质的坚守可谓别具“温度”。记者在探访中意外发现,许多影迷都觉得这家电影院的爆米花特别好吃,原来,大光明爆米花坚持当天现爆,不计成本选用优质严选原料。

当影院大堂从爆米花角落进化为融合科技艺术、粉丝文化、历史情怀的“超级秀场”,其意义远超增收。电影未开场,它重新定义了观众踏入影院的第一体验,将等待化为期待,让空间本身成为消费的目的地。



丰富跨界想象力:电影院也可以听讲座、看赛事

影院大堂可以是新空间,影院消费可能有新路径,那么影院带来的差异化体验、沉浸式享受,更是多姿多彩。记者在走访中发现,考虑到院线影院在影片供应方面趋同性较高,许多影院都通过精心策划的“独家定制”,激发观众的观影热情。

以扩充艺术视野的精品为例,近年上海影城 SHO 举办影展的频率连年升高,比如泰国都市电影周、英国电影大师展、中外经典影片展都颇受欢迎。据上海影城 SHO 工作人员透露,近一年来影展每月至少会举办一场,且票房成绩可喜。以今年 2 月在影城千人杜比剧场举办的丹麦电影大师展为例,售票率可达九成以上。而随着不同的影展举办,上海影城 SHO 设计制作相应周边提供免费领取或售卖。5 月底 6 月初举办的比利时电影展就为购票观众准备了影展纪念票根、场刊明信片并提供盖章服务。为了服务非观影群体,全套纪念票根还在影展期间以 98 元的价格同步售卖。

同样,UME 影城上海新天地店在 5 月刚刚承办有着“户外奥斯卡”之称的班夫户外运动影展,放映 8 场户外纪录电影,开票后几乎全部售罄。5 月 16 日至 6 月 8 日,首届上海影迷节活动展映《香港经典影片》4K 修复大展在上海大光明电影院举行,为观众带来了《胭脂扣》《警察故事》等诸多经典港片。

与此同时,申城电影院也逐步开始探索更多的内

探索“电影+”新可能:小小票根带动“链式消费”

去一趟电影院,获得远超一次观影之外的体验,甚至开启更具想象力的“消费链”——在大堂的空间全面焕新之后,许多申城影院也有了新的探索方向。从配合热门影片策划活动,到与商圈展开深度联动,影院正在用自己的方式,为一张小小电影票赋予新的可能。

以大光明电影院为例,今年频频探索“观影+展览”“电影+美食”甚至是“票根消费”的可能性。仅今年上半年,配合《孤独的美食家剧场版》推出美食套餐,与新世界城餐饮品牌合作开展“光影同行,票根启新”活动,在“珍藏风华香港经典影片 4K 修复大展”推出特调饮品……别出心裁的策划,让更多影迷大呼惊喜。

记者在采访中注意到,作为独立建筑体内的影院,大光明电影院在“电影+美食”“电影+文旅”甚至“电影+消费”方面有着得天独厚的优势。

一来,悠久的历史、独特的文化定位,让大光明电影院成为很多特色影展的“必选影院”,加上影院自主策划的精品影展,它们都吸引着上海乃至长三角的影迷前来参与。从年初的联动 F1 中国大奖赛的“上海赛车电影周”,到如今首届“上海影迷节”的系列策划,以及为纪念中国电影 120 周年而精心策划举办的“《百年大光明》——电影和建筑的时空对话与海派都市的现代性进程”特展,大光明电影院独特的建筑空间与海量的精品影展,正吸引着四面八方的来客。

二来,影院顶楼露台开设了大光明文化集团自有的全球首家以电影为主题的光影艺术餐厅“夜半 MIDNITE”。餐厅不仅有将南京路夜景尽收眼底的唯美露台、新鲜感十足的光影包厢,还能定期配合上档新片推出特别套餐、特调饮品。比如今年上海国际咖啡文化节期间,“电影+咖啡”的消费场景还能影迷提供一张限量版纪念票根。

三来,得益于人民广场-南京路商圈的丰富的商

业资源,大光明电影院能不定期地与上海新世界城的商户联动开展品牌活动。在 5 月下旬举办的“光影同行,票根启新”中,凭当日大光明电影院的观影票根就可在十余家新世界城餐饮品牌堂食时免费领取 1 份饮料或甜品;而凭借当日在新世界城的任意消费小票,则可以在大光明电影院观影时领取小桶爆米花。

“我们是有意识在做联动,希望观众能有不同的体验,从美食到消费、打卡,而不单单是看一场电影那么简单。”据大光明电影院的工作人员介绍,第 27 届上海国际电影节期间,影院还与邻近的国际饭店达成合作,将为全国各地来沪参加电影节的影迷提供订房优惠。“我们希望能够做精,要数量更要质量,让观众感受到稀缺性,保持他们的观影和消费的热情。”与此同时,更多处于商圈或是商场之中的电影院,也有自己的联动策划。UME 影城上海新天地店的工作人员告诉记者,影院最早是从凭电影票根享受免费停车体会到“票根经济”的意义的,“开车方便、费用减免,对观众来说是有吸引力的”。而在今年的实践中,影院也联动了新天地商场的市集、餐饮门店等周边配套,“我们会联动附近三公里以内的一些商户,彼此提供互动福利和宣传展示机会,也常有观众在商户看到影院的展示后来影院问询的情况”。

值得一提的是,在本届上海国际电影节期间,越来越多影院尝试以“票根”展开跨界探索:上海影城 SHO、百丽宫影城、曹杨影城等单体影院将设置票根兑换、抽奖、联动集章等活动;和平影都联合香氛品牌提供礼品;CMG 融媒影城等影院推出“电影票+卖品部任意消费”领取上映纪念票根的活动等。而在与餐饮商户联动方面,百美汇嘉里中心店等影院与周边餐饮商户联合推出限定菜品,上海影城 SHO、商城剧院、曹杨影城等则与周边餐饮商户一同推出凭电影票享折扣的优惠活动;九棵树、嘉定影剧院等引入本地特色美食打造美食集市,保证让影迷“眼福”“口福”两不误。

内容呈现可能。2024 年巴黎奥运会授权国内部分影院进行赛事实时转播,“莎头组合”的乒乓球混双决赛备受瞩目,当晚上海和平影都 400 人的影厅上座率高达 90%以上,人气可见一斑;6 月初,2025 年 F1 西班牙大奖赛首次独家落地中国万达 IMAX 影院,在主场上海静安大融城寰映影城 IMAX 激光厅,观众不仅能观看赛事直播,更能在影院里欣赏到全球限量冠军签字卡以及车手落场赛车服、头盔等珍贵藏品。

当然,还有不少影院将主题策划和影院品牌传统结合在了一起。去年首次成为上海国际电影节展映影院的兰心大戏院,目前保持着长久以来作为剧场的文化传统。剧场充分发挥发挥中国万达 IMAX 影院,策划如探寻历史建筑、非遗文化赏析等社会大美育活动;创立线下品牌活动“艺术电影”,邀请专家学者,通过讲述、对谈等形式,从电影作品出发,延展到文学、音乐、绘画、建筑等相关艺术领域,畅聊电影背后的文化与艺术故事。今年,兰心大戏院陆续举办了关于巴斯蒂·基顿、简·奥斯汀、阿涅斯·瓦尔达等大师的主题赏析讲座,而这些讲座恰好与本届上海国际电影节展映单元遥相呼应。

据透露,兰心大戏院今年还接替了艺海剧院,首次承办“检漏”选片指南分享会。6 月 10 日,在这个上海国际电影节已经开票又是放映前的时间节点,兰心大戏院邀请了作家和影评人为观众进行“观影预习”,解读本届电影节片单密码。“在热门影片被一抢而空之后,这个分享会恰好可以帮助观众解读那些尚有余票的冷门影片不为人知的魅力,以便大家查漏补缺,完善自己的观影清单。”负责运营“兰心”和“艺海”两家剧院的上海市演艺有限公司电影项目总监于佳告诉记者。

除了一系列文化活动之外,兰心大戏院在电影节期间也会根据放映影片的特点,进行一系列衍生产品的“福利发放”。去年在电影节的十天里,兰心大戏院每日独家推出一期限量版场刊《兰心十日谈》,刊登兰心大戏院历史旧闻与当日影讯,吸引不少影迷争相领取,舞台取景框形态的金属镂空徽章等也是影迷们在观影之余最热衷入手的“宝藏单品”。于佳告诉记者,这些衍生活动不仅为电影节积累了观众,也丰富了他们的文化体验,从而进一步激发他们不断走进剧场的热情,“这是一个循序渐进的累积过程。”

上海何以持续领跑全国城市电影票房?当我们向



很多影院从业者抛出这个问题时,他们首先会将感谢送给了影迷——在这座“电影之城”里,影迷总是不吝惜为好内容献上掌声,也总是满怀好奇心地迎接电影院给出的新鲜内容。

当然,在文旅商体展融合发展的背景下,主管部门的支持为申城三百多家电影院释放了更积极的探索信号:影院不再局限于“放电影”的单一属性,而是以文化为内核,以创新为画笔,在大堂空间、消费链路与跨界体验中勾勒出多元场景,让电影艺术真正融入了城市生活的肌理。从 LED 大屏下的沉浸式首映礼,到票根串联起的商圈联动,再到赛事实时转播的欢呼声、艺术讲座的娓娓道来,沪上影院正以“电影+”的无限可能,重新定义着观众与光影的连接方式。

我们相信,这些探索将为行业注入了抵御同质化竞争的“强心针”,让电影院成为承载城市文化记忆、激发消费活力的公共空间——在这里,观众既是光影故事的旁观者,也是文化体验的参与者。或许,随着技术迭代与消费需求的升级,我们未来将见证更多“电影+科技”“电影+文旅”的破圈尝试,但不变的,是人们对美好体验的永恒追寻。

银幕亮起时,故事正在发生,生活仍在延续——这就是电影院赋予城市的独特温度。