

影院『不务正业』为何反而火了

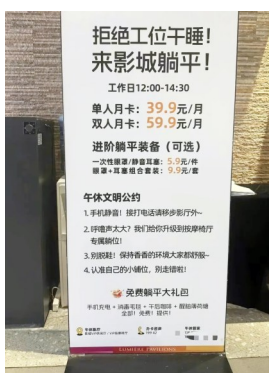
在电影院睡午觉、看球赛、办展览

如今人们走进电影院,可能并不仅仅是为看一场电影。

8月29日下午5点,乒乓球运动员樊振东代表杜塞尔多夫俱乐部出战德国杯1/8决赛,全国多家影院通过大屏直播赛事。上海、深圳、杭州、成都等城市影院观赛门票早早售罄,观众的参与热情远超预期。

体育赛事之外,影院玩法还在不断“破圈”。此前,有网友分享西安一家影城推出午休服务,不仅提供耳塞、眼罩,还能喝免费咖啡。也有影院解锁新场景,在影院大堂办展览、开市集。

大屏直播体育赛事、影厅变身打工仔午休驿站……当下的影院正在打破传统边界,告别“电影票+爆米花”的单一模式,从放映厅向承载多元需求的复合空间转型。



西安卢米埃影城推出午休服务的宣传海报。社交平台截图



8月29日,球迷在成都的太平洋影城(金沙店)看樊振东出战德国杯1/8决赛。繁星(化名)供图

全国56家影院直播观赛 成都多场次早早售罄

8月29日下午5点,全国56家影院开启大屏,同步直播樊振东代表杜塞尔多夫俱乐部出战德国杯1/8决赛,场次票价集中在50元至90元区间。

记者查询发现,上海、深圳、成都等城市相关观赛门票早早售罄。在成都,保利万和国际影城(奥园广场店)、太平洋影城(金沙店)、中影紫荆国际影城4K激光IMAX(环球中心店)三家影院开放观赛席位。

“影院大屏观赛的氛围感无可替代。”乒乓球爱好者郑先生称,和同好并肩观赛,还能交流讨论,跟在家看电视完全是两回事,“比赛完,还能一起约饭。”

体育赛事登上电影院银幕,并非新鲜事。2024年巴黎奥运会期间,全国800余家影院接收直播信号,可放映乒乓球、羽毛球、跳水、排球、篮球、足球等与观影时长匹配的项目比赛。美加墨世界杯赛事期间,多家电影院变身线下球迷聚集地。

北京交通大学赵艳明副教授此前接受媒体采访时说,如今,手机让资讯触手可及,影院院的卖点应该从内容本身拓展到“一群人同时在场的体验”,体育赛事恰好契合这一点。“几十上百个陌生人为同一粒进球欢呼,这种体验是小屏给不了的。”

电影院推出午休服务 盘活午间闲置存量引热议

近期,西安卢米埃影城推出的影院午休服务在社交平台刷屏,引来大量网友围观,不少人留言呼吁全国推广。

该影城的宣传海报显示,工作日中午12点至下午2点半可以来影城休息,设有单人月卡和双人月卡两种套餐,还可以选购一次性眼罩和静音耳塞。该影城还要求,午睡期间不允许接电话、脱鞋,若是打呼噜可以升级到其他影厅。

“我们把午睡的人安排在了影城的VIP厅和情侣厅,每个厅大概三四十个座位。”西安卢米埃影城工作人员称,推出该项服务的初衷是想为周边上班的人提供休息的地方,需办卡并在工作日的中午使用。此外,每个厅内都设有监控,午休的人一般都不会互相打扰。

有业内人士告诉记者,工

作日中午本就是影院传统客流低谷,大量影厅座位处于闲置状态,午休服务本质是盘活沉睡的场地资源。单靠午休月卡直接带来的营收有限,更大价值在于引流:高频次把写字楼上班族带入影院场景,让用户有到店习惯,午休结束后可带动零食饮品等即时消费,也有望把午间客流转化为晚间、周末的观影消费者。

业内人士提醒,影院午休服务并非简单可复制。成功落地需同时具备充足可调用的影厅资源、舒适适配的座椅硬件,以及周边高密度写字楼客群等条件。影院增值服务能否长久运营,最终仍取决于电影主业的内容底盘与创新服务之间的良性平衡,不能本末倒置。

国家电影局发文 支持影院业态创新

体育直播、午休服务……五花八门的跨界玩法背后,折射出电影行业正在发生的深层变化。近年来,能够撬动大众走进影院的重磅影片供给有限,新媒体平台持续分流用户时间,影院单纯依靠电影票房的盈利模式承压,行业正从“卖电影票”迈向“卖空间、卖场景”的新阶段。

今年7月,国家电影局、市场监管总局联合印发《关于促进电影院多样化经营 繁荣发展电影院文化的通知》,围绕繁荣发展电影院文化,提出三方面10条举措,推动电影院业态创新、模式创新、服务创新。通知明确提出,要将电影院打造成为集观影、社交、娱乐、消费于一体的综合性文化体验空间。

电影《阿嬷的情书》放映期间,影厅变身老物件主题展场地,泛黄侨批和老旧自行车前,年轻观众举着手机轮流拍照,不少观众感叹:“看完电影再看展,就像把故事又读了一遍。”《玩具总动员5》热映期间,有影院打造专属主题布景,卡通角色立牌、趣味打卡点位环绕四周,吸引大批影迷驻足。

“影院不仅要懂电影,更要懂人、懂空间、懂场景。”广州市社会科学院广州文化产业研究中心执行主任李明说,如果影院能根据内容风格重塑空间氛围、延伸消费体验,它就不再只是“放电影的地方”,而是能持续提升体验、产生认同、创造复购的文化空间。

华西都市报·封面新闻记者 杨金祝 罗田怡

在四川天府新区的伏季水果产业研究院天府水果创新基地里,一阵浓郁的果香扑面而来,葡萄藤上挂满的一串串晶莹剔透的粉红色葡萄,正是这几年火爆市场的“网红”新品种——“妮娜皇后”。8月28日,记者走访获悉,该基地通过智能大棚与科学管理,成功破解了高温条件下葡萄不易着色、品质下降等技术瓶颈,用硬核农业科技丰富着成都本地人的“果篮子”。

自带红酒玫瑰香 昔日200元一斤的网红葡萄 如何实现成都本土量产?

网红葡萄在成都“扎根”

“这就是这几年很火的新品种——‘妮娜皇后’。”国家葡萄产业技术体系成都综合试验站专家钟奇指着眼前的葡萄介绍,该品种从日本引进,特点是果肉呈诱人的粉红色,单粒重达20克以上,肉质脆嫩,且自带红酒与玫瑰的复合香气。

四川省农业科学院于2021年开始引进该品种。由于初期市场稀缺,其价格一度被炒至每斤200元。近年来,随着国内的四川西昌、云南、辽宁等主产区及成都周边种植面积扩大,价格逐渐下降。目前根据品质不同,市场零售价在每斤35元至100元之间。

据了解,该基地于2024年5月开始种植“妮娜皇后”。作为中晚熟品种,“妮娜皇后”在成都地区7月底开始成熟,采收期可一直延续至9月中旬,平均亩产在2000斤到2500斤左右;若进行精细化水肥管理,亩产最高可达3000斤。

硬核科技破解高温天着色难

“种葡萄是个‘技术活’,不仅对土壤有机质要求高,而且既怕涝又怕旱。”钟奇解释,葡萄病虫害多通过雨水传播,因此大棚避雨栽培是常态。但普通大棚在夏季极易产生“蒸笼效应”,当气温超过35℃时,高温会使葡萄果皮中的花青素加速分解,导致本该呈粉红色的“妮娜皇后”呈黄绿色,严重影响外观、香味和口感。

为了应对酷暑,基地为葡萄搭起了“避暑山庄”。基地配备了高4.5米的标准化大棚,并装上

了全自动“全景天窗”,利用热空气上升原理自然散热;棚外可覆盖遮阳网或喷洒降温剂,枝蔓修剪时还在果穗上方特意保留副梢叶片,为葡萄果实遮阳防晒。

极端高温下的水肥管理同样大有学问。“三伏天切忌在中午高温时大水漫灌,否则极易引发气灼。”钟奇说,基地采取“轻浇薄施、勤浇”的原则,严格安排在早晨或傍晚进行,同时通过全自动水肥一体化系统,精准喷施钙、镁、硼等营养肥与抗逆剂。这套智能调控系统不仅彻底改变了传统“靠天吃饭”的模式,还实现了节水节肥35%以上。

技术推广带动果农共富

天府水果创新基地占地共200亩,其中葡萄种植区达100亩,除了“妮娜皇后”,基地还保存着数百个葡萄品种,涵盖地方特色、野生种及国内外优良品种,为未来的新品种培育提供了宝贵的“基因库”。

针对成都平原“高温、高湿、寡日照”的特殊气候瓶颈,四川省农业科学院园艺所团队在基地集成了绿色防控、表土聚垄、重施有机肥等关键技术。如今,鲜食葡萄定植第一年亩产量即可达2100斤,商品果率高达95%,每亩可省工10人,节水节肥节约25%至40%。

目前,这些标准化的生产技术正源源不断地推广给周边果农。有了先进技术的背书,葡萄的品质和产量得到了双重提升,不仅丰富了市民的餐桌,更切实带动了当地农户增收致富。

华西都市报·封面新闻记者 杨博 摄影报道



钟奇正在查看网红葡萄“妮娜皇后”的生长情况。