

为了一个镜头,奔赴一场旅行



近年来社交媒体上出现一个有趣的现象,如果当下有什么热播热映的影视作品,片中的取景地多会迅速走红,成为线上线下的流量高地。大到整座城市,小到一条街巷,甚至一家小店,“入戏”的年轻人规划旅行时,不再循规蹈矩地串联传统热门景点,反倒愿意为了一个特别的镜头,动身奔赴远方。

一场“入戏”的奔赴

“这次旅行出发前特意重温了《路边野餐》,就想找到电影里吹芦笙的苗人。”今年“五一”假期,在深圳工作的青年维佳专程奔赴贵州凯里,置身这座西南小城潮湿氤氲的旧街巷。她来到电影取景地后感慨:“仿佛走进了那个梦里。”

在北京读研的影迷小严,每到一座新城市,习惯先检索当地经典影视作品的取景地。在重庆寻找《少年的你》里的筒子楼,在青岛重走《硬汉》中主角跑过的海边栈道,在她看来,抵达目的地驻足回望的瞬间,熟悉的剧情、情绪会扑面而来,自己仿佛也化身故事中的人。

当下,越来越多青年旅行者像维佳、小严一样“跟着镜头去旅行”。社交平台上,相关话题浏览量破亿。半月谈记者在多地走访看到,年轻人“入戏”式旅行已蔚然成风。

在上海,《爱情神话》《菜肉馄饨》《拼桌》等沪语电影吸引年轻人“跟着电影荡马路”,延庆路、永嘉路等市井街区也值得逛半天。风潮之下,电影博主南肆文整理出一份“上海电影旅行路线图”。在他看来,“Filmwalk”(电影漫步)正成为年轻人逛上海的新选择。

在浙江,电视剧《大江大河》系列带火宁波镇海炼化、前湾新区老厂区等地。年轻人走进“赛博朋克”的工业场景,在机器轰鸣声中感受时代变迁。历史剧《太平年》出圈后,许多青年游客不再扎堆热门景区,转而奔赴钱王祠、六和塔、保俶塔等小众人文古迹,循着剧情溯源吴越历史文脉。

在云南,电视剧《去有风的地方》播出后,昔日“空心村”大理凤阳邑变为日均流量近万的网红打卡地;电影《翠湖》上映后,昆明翠湖公园走红,镜头场景中的观鱼楼、海心亭热闹起来。“看完《翠湖》,我特意来实地走一圈,尝一尝电影中那碗配着烧饵块的小锅米线,感受最地道的昆明味道。”游客郑先生说。



寻找“旅行的意义”

年轻人不远千里为了一个镜头奔赴,真正追寻的是什么?

“无论是观影还是出行,当代青年都在追求高质量的深度体验。”南肆文观察发现,审美日渐成熟的年轻人,不会看完喜欢的剧集后就“甘愿”作罢,他们会顺着剧情脉络细细品读、心生向往,盼望亲身感受镜头里的街巷与风物。

追寻过往时光的印记,寻求自我心灵的休憩,感受别样生活的味道,南京师范大学新闻与传播学院

教授刘永昶认为这些现象背后,有着年轻人的多重情感诉求。

去《人世间》中的“光字片”棚户区、《狂飙》中的岭南骑楼,是在年代场景中打捞集体记忆、追寻时代印记;走进《去有风的地方》中的大理小院、《我的阿勒泰》中的草原湖畔,是逃离都市压力,在慢节奏中寻求心灵疗愈;跟着《繁花》逛上海黄河路、跟着《长安十二时辰》穿汉服游西安,是跳出日常轨迹,体验陌生化的生活滋味……

青年逐光而行的背后,既有对影视剧所描绘的人文风情和生活气质的由衷认同,也有对市井街巷和人间日常的热爱与眷恋。“当代青年已不满足于单向观影,而是通过实地打卡延伸观影体验,寻找情感归属与精神依托。”中央文化和旅游管理干部学院研究员孙佳山说,影视作品成为连接观众与历史、传统文化和地方烟火的桥梁,让小众景观、历史场景在互动中获得新的文化生命力。

被年轻人选中之后

青年的追光之旅,悄然间形成独特的传播效应。从线上追剧观影到线下实地寻访,再回归社交平台产出图文视频,从层层扩散的传播中可以看出,无数青年自发成为各地的“文旅宣传员”。可触摸的场景、可共鸣的情感、可融入的日常,当代青年真诚坦率地展示对生活本真的热爱与向往。小众街巷、冷门风物由此走出屏幕,进入大众视野,为各地积累了可观的潜在客流与口碑基础。

但热度能否沉淀为长效动能,流量能否转化为真实增量,考验着每一座被年轻人选中的城市。“影视剧终会收官,IP热度也会降温,只有将艺术作品中呈现出的城市气质融入日常、把镜头中的城市肌

理嵌入街巷生活,才能穿越周期、留住人心。”南肆文说。

顺势而为、主动施策,不少城市已不再被动承接短期客流,而是依托本土影视资源,将镜头场景真正融入城市日常风貌。2025年10月,上海首个电影街区“梧桐影巷”——徐汇区武安电影街区启幕。它由武康路、安福路、乌鲁木齐中路、淮海中路4条历史名街交会而成,“电影+书店”“电影+餐饮”“电影+展览”等跨界消费业态落地,银幕内外的生活实现无缝衔接。

在浙江,台州临海推出打卡钱氏遗迹的路线,让游客在游览的过程中读懂《太平年》背后的历史;杭州市文化广电旅游局则推出多条

吴越文化主题线路,串联吴越文化博物馆、钱王祠、六和塔、清河坊等六大核心地标,打造“跟着《太平年》游杭州”的线路。云南昆明持续挖掘翠湖公园、文林街等取景地的文化内涵,引导年轻人感受春城别样的城市韵味。

因影视作品出圈而备受年轻人青睐的街巷街区,其核心魅力仍在于原汁原味的生活质感。受访业内专家认为,地方文旅部门不能被动等待客流,而要主动整合资源、服务青年、积淀人气,让城市魅力跨越影视周期;同时要把控尺度,切忌过度包装、过度商业化,守护既有建筑格局、本土生活方式和城市气质,收获更广泛、更长久的价值认同。

(新华社)