



城市相册

槐香里的晨练

5月的滨城弥漫着槐花的芬芳。被绿树环抱的劳动公园网球场上,挥拍晨练的人们,尽情浸润在阵阵花香中……

挑水
作品



城讯 本栏组稿:军辉

“东北超”
沈阳 激活辽宁文旅市场

随着2026“东北超”的战鼓即将敲响,沈阳作为揭幕战主场之一,正迎来一场前所未有的“足球+文旅”双重热潮。记者从同程旅行等多家旅行平台获悉,自“东北超”沈阳赛区门票预约通道开启以来,球迷热情高涨,沈阳的搜索热度、机票预订量、酒店入住率等数据均呈现爆发式增长。截至5月14日,同程旅行平台上“沈阳”相关搜索量环比上涨158%,外地游客“为一场球赛奔赴沈阳”的趋势愈发明显。同程研究院相关负责人分析指出,预计整个赛季将为沈阳乃至辽宁省带来可观的异地游客增量,有效激活东北文旅市场。数据显示,赛事举办前后,沈阳桃仙国际机场进港机票预订热度环比上月增长超过40%,赛事前后入住的沈阳酒店预订热度环比增长52%。观赛之外,不少观众选择留出一天时间开启本地微度假,沈阳故宫、辽宁省博物馆、张学良旧居陈列馆等知名景区的搜索及关注度增长显著。 据《沈阳日报》

747个公园
杭州 让城市“推窗见绿”

近日,杭州市园林文物局正式公布《杭州市城市公园名录(2026年版)》,全市纳入名录的城市公园共计747个。星罗棋布的公园编织起城市的绿色肌理,让“公园城市”美好愿景融入市民的生活日常。名录将城市公园分为综合公园、社区公园、专类公园、游园等类别。“杭州城市公园追求三重‘境’:好看、很近、有情绪价值。”市园林文物局相关负责人表示,杭州的公园建设不仅追求颜值,更注重内涵。第一重“好看”,是生态之美、景观之美,让城市满眼皆绿、四季有景;第二重“很近”,是布局之优、可达之便,构建“20分钟公园生活圈”,让绿色服务覆盖每一个社区;第三重“情绪价值”,是提供精神之栖、心灵之慰,让公园成为城市的“绿色气口”,安放市民的疲惫,提升幸福感与归属感。未来,杭州将持续推进公园有机更新,计划“十五五”期间实现公园数量突破千个。 据《杭州日报》

《主角》带动
西安 秦地秦声走红

秦地秦声秦味。作为一部讲述普通人在时代变迁中争做人生主角的现实主义年代大剧,《主角》以真实笔触引发大众情感共鸣。伴随《主角》热播,剧中极具陕味特色的取景地迅速走红。西安市文化和旅游局顺势发布《打卡电视剧《主角》6处同款地标》。西安城墙与环城公园是胡三元及自乐班的演奏场地,古朴城垣交融市井烟火,尽显古城深厚底蕴;长安唐村·南堡古寨保留原始古寨风貌,夯土院墙、复古戏台、青石板街巷氛围感浓厚,还原忆秦娥早年学艺场景;白鹿原影视城复刻梨园百态,剧中戏台首秀、师徒授艺等名场面均在此拍摄……秦腔这门传统艺术也借剧集再度出圈。城墙下的民间自乐班、易俗社文化街区露天演出、西安各大剧院的秦腔专场剧目,均成为市民游客关注焦点。此外,不少年轻人前往易俗社文化街区体验戏曲妆造,描画油彩、身着戏服,拍摄“忆秦娥同款”戏曲写真。 据《西安日报》

历史人物穿越
南京 引领城市漫游

当“王羲之”放下笔墨,“曹雪芹”搁下书稿,“陶渊明”暂别南山,他们要去哪儿?答案是一一逛Gai(街)!近日,南京文博集团与玄武文旅集团共同推出“馆长,我要请假去逛Gai!”长江路文博漫游计划。长江路化身“行走的博物馆”,“王羲之”“曹雪芹”“陶渊明”“李白”“谢安”“林黛玉”“贾宝玉”等7位NPC(非玩家角色)走上街头,以“首席游览员”的身份,带领市民游客漫游1800米的长江路文博街区。记者看到,在江苏省美术馆门前,“谢安”与市民围坐闲谈六朝往事;江宁织造博物馆前,“林黛玉”与“贾宝玉”轻声吟诵红楼诗句……“以前只在课本里认识李白、林黛玉,没想到如今在家门口的街头就能近距离互动,历史一下子就活了!”带着10岁女儿笑笑前来打卡的市民刘女士说。此次活动打破博物馆围墙,让文脉走上街头、走进烟火,把整条街变成可漫步、可阅读、可共创的“行走的博物馆”。 据《南京日报》

婚恋服务提质
青岛 拉长消费链条

过去多年,青岛在婚恋市场的角色相对单一。大多数外地新人拍完婚纱照就走,消费链条短,对本地经济拉动有限。近年来,青岛不再满足于做婚纱照的“背景板”,而是明确提出打造“全球目的地婚礼城市”,让新人把婚礼、婚宴、蜜月甚至亲友接待都落在青岛。这一转变最直观的体现是特色婚姻巡回登记点的设立。安娜别墅、云上海天、即墨古城……这些原本只是游客打卡的地方,被赋予了婚姻登记的法定功能。新人在这里领证,不是几分钟的流程,而是一场有仪式感的体验——鲜花、摄影、亲友见证,甚至可以同步举办小型婚礼。作为全国首批婚姻登记“跨省通办”试点城市,青岛进一步受益于2025年5月10日起施行的新修订《婚姻登记条例》,全面取消户籍限制,实现“全国通办”。至2026年5月10日,青岛共办理婚姻登记52951对,同比增长28.5%。其中,外地新人来青结婚登记10366对,同比增长43.5%。 据《青岛日报》

城市在线

据猫眼专业版数据,截至5月21日14时11分,深圳原创出品电影《给阿嬷的情书》上映22日,累计票房达到7.33亿元。这部由深圳本土团队打造的小成本方言电影,凭借扎实的口碑走出了一条令业界瞩目的“逆袭曲线”,成为2026年中国影坛备受关注的文化现象之一。

从广东爆款到全国出圈
一封“情书”的逆袭之路

[文:刘莎莎 林靖 图:资料片]

深圳的包容滋养原创精品

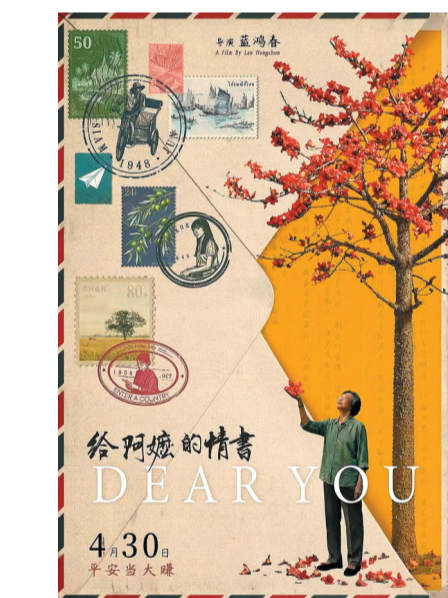
这是一部深圳原创出品电影。该片由深圳影视公司担纲第一出品,深圳本土导演蓝鸿春及其团队历时三年打磨完成,超过七成的投资来自深圳企业。

“是深圳让我遇见了一群志同道合的创作伙伴,给了我创作这部电影的土壤与机会。”蓝鸿春如是说。2016年,他辞去电视台的工作,在深圳创办影视公司。团队成员背景多元:有曾从事餐饮行业的编剧,有曾担任公司会计的小说改编者,有通过豆瓣私信加入的年轻人……“在深圳,能遇到这样一群伙伴实在难得。这座城市的包容性太强了,大家很容易在这里找到归属感。”

据悉,深圳市宣传文化发展专项资金(产业方向)对蓝鸿春

的前两部作品都给予了扶持。蓝鸿春表示,深圳的影视扶持政策“真金白银”,“不需要找人,直接按流程在网上填报、申请即可。”这些扶持为《给阿嬷的情书》的筹备奠定了基础。

比起有形的奖励,蓝鸿春认为,更重要的是深圳这片创业沃土对他的“耳濡目染”——想到了就去干,但绝不是盲目地干。他承认,自己有“产品思维”。“在深圳,我认识许多科创行业的朋友,他们经常跟我说,做一个产品设计了什么,卖点又是什么。电影也是产品,我会反问自己:为什么观众要消费它?核心受众是谁?而我们愿意去赌一把——赌观众还愿意相信真诚,赌这个时代还渴望温柔。”



家国情怀
引发全国观众共鸣

《给阿嬷的情书》由深圳本土导演蓝鸿春执导,是其“潮汕三部曲”的收官之作。

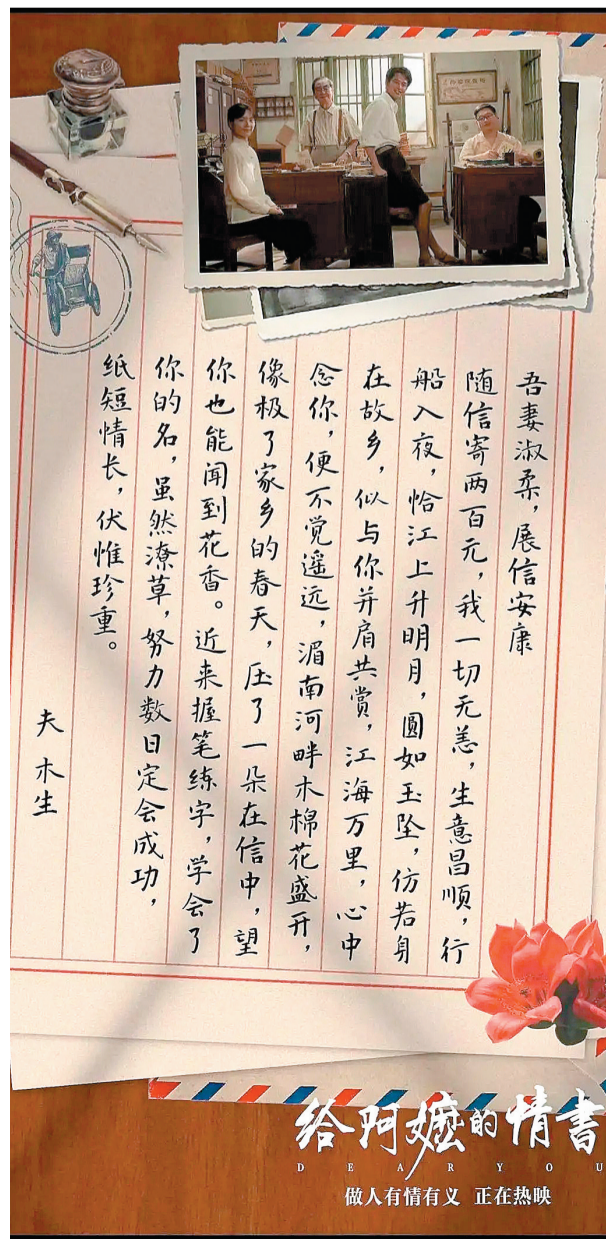
影片以“侨批”为叙事核心,讲述阿嬷叶淑柔留守故土,操持家庭、守望爱人的故事,揭开一段关于“陌生女性谢南枝代笔数十年”的动人秘密。全片以地道潮汕方言对白,细腻刻画“下南洋”历史背景下普通人的情感厚度与岁月重量。

上映初期,该片观众以广东本地居民为主,尤其是潮汕籍观众“拖家带口”走进影院。如今,越来越多的广东省外观众受口碑相传的力量感召,纷纷购票观影。

在社交媒体上,来自北京、上海、成都、武汉等地的观众分享着自己的观影感受:“明明是潮汕人,甚至听不懂潮汕话,却哭得稀里哗啦”“两位阿嬷的故事让我想起了自己的外婆”“后劲太大,观影一周后仍在回味”。不少外地观众表示,尽管存在方言与地域差异,但影片中对亲情的守望、对家国的眷恋,是中国人共有的情感。正是这种跨越地域的心灵共鸣,使越来越多的外地观众主动加入“自来水”行列,成为影片口碑裂变的重要推动力量。

数据显示,该片的观众结构正在发生显著变化——非广东地区观众的占比持续攀升,从上映初期以广东本地观众为主体,到如今在全国范围内引发观影热潮,这部潮汕方言电影真正实现了从“广东爆款”到“全国出圈”的跨越。

值得关注的是,该片的创作路径与电影工业的惯常模式截然不同。导演蓝鸿春及其团队始终坚守“剧本为一剧之本”的创作理念,历时多年潜心打磨剧本,影片中90%以上的情节与细节,均有真实的史实或人物原型作为依据。从侨批的传递流程到阿嬷的生活习惯,从“下南洋”的艰辛历程到留守家庭的日常点滴,每一个细节都经得起推敲。



导演蓝鸿春

潮汕地区
迎来“影旅融合”

据悉,《给阿嬷的情书》跨越汕头、潮州、揭阳等多地拍摄。随着电影的热映,潮汕地区迎来“影旅融合”效应,多个取景地成为观众争相打卡的目的地。据媒体报道,当地顺势推出各种特色主题游玩活动,比如揭阳聚焦揭阳古城西马路、登岗镇洋淇村、揭西县棉湖解放路等区域,开展“跟着电影游古城”现场打卡、场景还原等活动,让游客漫步古街老巷,感受侨乡烟火与历史文脉;汕头则推出“跟着阿嬷游汕头”主题线路,串联影片取景地与本土特色景点,上线后迅速成为热门选择。

近年来,热播影视剧对旅游业的带动显著。于去年4月由中国作协社会联络部和中国传媒大学中国故事研究院携手编写的《2024年文学改编影视作品蓝皮书》提到,一部剧的播出带动地方旅游热已经逐渐成为成熟的文化产业联动模式,为文旅产业的融合发展注入新活力。上述蓝皮书称,以《繁花》为例,该剧的播出激活了上海黄河路的文旅消费;《我的阿勒泰》则带动哈萨克草原旅游收入同比增长93.19%;《春色寄情人》更是推动泉州文化遗产曝光量同比增长153%;《去有风的地方》成为大理“最好的旅游宣传片”……

《给阿嬷的情书》尚未止步,它的能量不可限量。

据《深圳特区报》《第一财经》