

手游《恋与深空》在东方明珠塔下复刻游戏家园,沉浸式体验让年轻人感觉“回家”了 文化地标打破边界,年轻人纷纷为爱“奔沪”

焦点

本报记者 阮佳雯 见习记者 李昂

近来,不少上海市民关注到,东方明珠塔似乎隔一段时间就有“新花头”。刚刚步入2026年,城市广场再次“变身”,一座近6米高的白色别墅拔地而起。这是手游《恋与深空》为庆祝开服两周年,在东方明珠塔下复刻的游戏家园。

1月16日至20日,叠纸游戏旗下《恋与深空》两周年沉浸式主题展在东方明珠塔举办,将游戏中的“临空别墅”搬进上海城市地标。展览占地1000平方米,搭建面积超过400平方米,预计接待玩家达上万人次。“感觉真的回‘家’了。”一位玩家说。作为游戏中全新推出的“家园系统”的实体延伸,此次搭建的“外滩别墅”复刻了客厅、厨房、浴室、卧室、健身房、花园等场景。

一次次装饰更换与场景更替背后,体现了上海文化地标正主动打破边界,不再是单纯的“观赏属性”,而是通过高频次、多元化的IP内容植入,让空间转化为青年情感与社群文化的载体,同时也成为引擎,将瞬时流量输送至城市的不同角落,让“为爱奔赴”的人们在上海找到随处可见的落脚点。

线上累积,线下回响

“总有一场聚会我们都去过,总有一个地方我们都打过卡、买过谷,这是‘你走过、我走过’的缘分。”

从南京来的00后小王,刚刚结束与游戏角色“祁煜”真人Coser的互动,她告诉记者:“互动场的票很难抢。”玩家小邵感叹:“几乎一分钟就抢光了。”

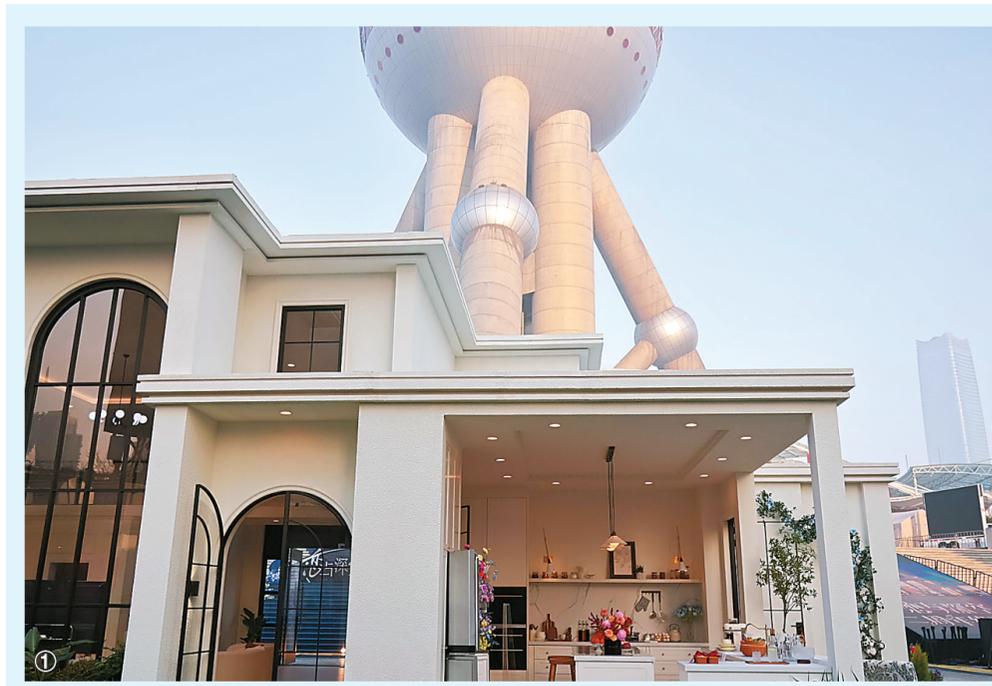
记者了解到,这次展览分为“打卡场”与“互动场”两种形式。成功预约的玩家可凭票在对应时段进入展区,其中“互动场”门票持有者可以在现场与真人扮演的“游戏男主”进行1分钟左右的互动。

展览仅面向游戏内达到60级及以上的玩家开放,玩家需提前认证资格,预约时绑定身份信息,1个账号只能预约1张入场券,且仅限年满18岁的女性玩家入场。小邵表示,此类游戏联动非常火爆,绑定游戏账号和实名认证是为了避免“黄牛倒卖”,“尽管如此,我也没抢到互动场的票,只有打卡场”。

“家园系统是一种比较开放的玩法,给予玩家更大的操作空间。”小邵说,别墅在线下复现,是“真实感”与“沉浸式”的进一步延伸。

许多没有抢到预约名额的玩家仍特意来打卡。社交平台上,更有本地玩家从开工搭建起就自动成为“监工”,每天汇报进度。1月15日,展览开幕前一天,东方明珠城市广场的各个点位已开始投放游戏男主的宣传大屏、海报,玩家们有的打扮成游戏中的“主控”(玩家操控的角色);有的背着自己DIY的“痛包”,装满周边;有的拿着代表角色的玩偶在海报前合影。

开幕当天,从其他城市特地赶来的玩家不在少数。来自宁波的小李,选择开车前来,“时间更自由,还能多带点‘谷子’(周边)回去”。她的行程规划是先打卡东方明珠塔主展区,再奔赴商场打卡大屏,如果有时间,还能去第一百货“捡漏”好价周边。从南京来的小狐,上午已经逛了一圈南京路,东方明珠塔的活动结束后,她还要去《恋与深空》的“产地”叠纸大楼看一看。小王和同行伙伴小赵感慨,“本来以为来



①《恋与深空》两周年沉浸式主题展“临空别墅”,在东方明珠塔下复刻游戏家园。资料图片

②上海博物馆人民广场馆“了不起的老祖宗——周同学的时空奇遇记”主题艺术秀,以周杰伦官方二次元IP形象“周同学”为叙事线索。本报记者 赖鑫琳 摄

③浦东美术馆“非常毕加索”儿童画展。资料图片



扫码看视频

“流量”“留量”,高效转化

上海拥有全国最活跃、最成体系的二次元线下生态。官方与粉丝“为爱发电”相辅相成

一次就够了!结果来了之后,还想再来”。她的行动力十足,已经买好第二天早上从南京到上海的高铁票。“因为没带行李,所以得回一趟南京,但明天上午我还会出现在上海。”小王解释说,1月17日至25日,“于思念深处重逢”等身雕塑艺术企划展览在政立路481号数字星球开放,“这个展我是一定要去看”。

许多玩家已经不是第一次为爱奔赴,BW、CCG、CP展、原神嘉年华等大型二次元“狂欢”集会,几乎全年不间断吸引年轻人来到上海。东方明珠塔下,玩家聚集,“复盘”互动体验,虽然她们在排队时才刚刚认识,却完全不缺共同话题。经常参与线下二次元聚会的琪琪说:“因为总有一场聚会我们都去过,总有一个地方我们都打过卡、买过谷,这是一种‘你走过,我走过的’缘分。”

这揭示了“奔赴上海”背后的理由。吸引年轻人的是IP所构建的情感宇宙,与上海能够盛大呈现这一宇宙的城市能力之间产生的独特化学反应。当游戏中的场景在线下转化为与东方明珠塔同框的特别体验,当密集的二次元活动让同好见面时的话题滔滔不绝,线上累积的情感在线下有了真实的回响。

东方明珠塔下的主展区如同心脏,遍布城市各处的二次元地标则像血管,将客流导向四面八方,实现从“流量”到“留量”的高效转化。

上海拥有全国最活跃、最成体系的二次元线下生态。官方活动与粉丝“为爱发电”相辅相成,许多商场开启“痛楼”企划,到处可见动漫或游戏角色的宣传大屏、海报和立牌等。为庆祝游戏开服两周年,《恋与深空》自2025年12月31日起,在上海、北京、成都、广州共13座城市的商场投放大屏,上海投放了8块,数量高居第一。此次投放范围还覆盖至郊区,百联南桥购物中心、百联临港生活中心均有长达1个月的大屏播放。

中美混血玩家吉哈娜娜在上海工作,是各类二次元线下活动的常客。游戏主题大屏放

头几天,她便赶到现场,肤色较白、五官立体的她cos成游戏男主“秦彻”,与其他4位男主的Coser一起在二次元主题商场拍视频。“玩这个游戏让我认识了很多有意思的人,我们经常约出来一起打卡。”

成熟的二次元网络,为玩家规划“上海攻略”提供了完美线路。百联ZX创趣场、百联ZX造趣场、静安大悦城等知名二次元商场,成为许多玩家的“下一站”。坐1站地铁到南京东路,再乘10号线直达叠纸大楼,步行去五角场吃个饭,已成为“经典路线”。开幕首日傍晚,记者就在第一百货商业中心的“奶惜 NICE GOODS”遇到刚从东方明珠塔回来的小王和小余。5楼餐饮区域,也有不少背着“痛包”、穿着cos服的玩家。

小红书上,甚至有人整理了1月上海《恋与深空》打卡地。从各家肯德基联名主题店、8家商场的两周年大屏、位于南方百联的舞会,再到玩家自发组织的各类活动,十分充实。上班族蒋女士是“万氪玩家”(充值超万元),她热衷于追逐每一次IP联动。“和肯德基的联名玩具,我第一天早上就蹲在柜台,发现好多同好。”从古茗、罗森到万达影城,各类联名活动将IP影响力渗透至日常场景。可以说,2026年开年,上海“痛度”更

上一层楼。

但上海不仅仅有二次元,当有人问,除了线下打卡,还能去上海哪些地方?多种多样的答案里,藏着这座城市文化密度与深度。评论区,几位网友不约而同推荐了浦东美术馆。“最近有卢浮宫和毕加索的画展,离东方明珠塔步行10分钟。”“如果天气好,可以去蹲蹲浦美的日落。”城市广场对面的迪士尼旗舰店也成为许多玩家“续摊”的首选。小庄一行四人,拍完男主“沈星回”之后,便打算去迪士尼商店消费一番。而从杭州来的小沈和小李,上午已在上海海洋水族馆玩了一圈。在上海停留时间较长的小赵,则准备去迪士尼看看玲娜贝儿、星黛露,以及最近风靡全球的尼克和朱迪。

敏锐洞察,真诚回应

文旅商体展的融合超越了业态的简单相加,进化成一种新的内容生产方式与情感连接模式

东方明珠塔下的“临空别墅”,是上海文化地标拥抱“年轻力”的一个典型切片。2026年,东方明珠以“潮前一步”为年度主题,明确提出深化文旅商体展融合,探索IP与地标场景的创新结合。此次合作,正是吸引年轻客群、打造沉浸式体验、推动潮流化转型的关键一步。

去年11月,东方明珠与相信音乐合作推出“MAYDAYLAND 上海东方明珠梦想博览会”,延续升级“演艺+文旅+消费”的融合模式,集沉浸式特展、黄浦江主题游船、限定周边于一体。许多佩戴“卜卜”胡萝卜头(五月天阿信IP衍生玩偶)的观众前来游览。此外,限定特展“梦想起点”亮相78米环动多媒体观光层,也是该空间首次场景焕新。置身其中,歌迷可通过巨型LED环幕,重温五月天的音乐旅程。

回顾一年多来,东方明珠塔作为上海的知名文化地标,致力于探索IP与场景融合,从哆啦A梦、小猪佩奇,到五月天、周杰伦,再到今年开年的《恋与深空》,涉猎领域广,联名活动各有特色,但内核是相通的,即拥抱“年轻力”,注入“趣味性”。

放眼上海,文化地标与IP经济双向奔赴已成风尚。去年夏天,豫园商城携手bilibili国创动画打造“豫园夏日奇幻夜——国创‘豫’宙漫游季”,化身二次元含量“超标”的限定“痛城”,《非人哉》联动快闪店上线;上海博物馆的“了不起的老祖宗——周同学的时空奇遇记”主题艺术秀将持续至3月8日,以周杰伦官方二次元IP“周同学”为叙事主线,激活千年文物;去年12月,西岸穹顶艺术中心成为大型沉浸式体验空间,《地下城与勇士》中的“阿拉德世界”被搬进现实……

由此可见,上海的文化地标不再只是静态陈列,它正主动拥抱鲜活的青年文化IP,为年轻人提供无数次的惊喜。每一次联动,都不是单纯场景叠加,而是不吝拿出“真功夫”,更敢于尝试“新手段”。这背后的推进力,是城市对青年情感需求的敏锐洞察与真诚回应:它懂得年轻人将热情与认同投射在IP角色与故事中,便为他们搭建起从虚拟走入现实的桥梁;它了解线上社群渴望线下相聚与分享,便以地标为圆心,织密覆盖全城的打卡网络;它深谙体验需要沉浸式叙事,便将简单的场景叠加升级为“家园”复刻。文旅商体展的融合,超越了业态的简单相加,进化成为一种新的内容生产方式与情感连接模式。

为什么总是上海?答案不言而喻。上海爱年轻人,所以他们创造表达自己的舞台;年轻人爱上海,因为在这里,他们的热爱总被看见,甚至被庆祝。这是由无数活动与无数次奔赴共同织就的长情告白。

用“笨办法”为近千名老人报平安

(上接第1版)

让农村老人被发现被重视

67岁的新桥村村民罗品芳是“四团阿姨”中服务年限最长的志愿者,每周至少2至3天,她都会带上自制的名册和便携血压计,骑电瓶车去老人家探访,每日最多安排20余家。至于每次上门服务需要多少时间和精力,罗品芳很难回答得具体。因为每个老人的情况与需求不同,原本单纯的探访照护服务总会从最基础的量血压,延伸到范畴之外,意想不到的方方面面。罗品芳说,“有些独居老人怕寂寞,看到有人来,就爱拉着我话家常,半小时、一小时就没了;农忙时节,上门服务很容易‘扑空’,有时要去田野菜园里找,所以不忍心看老人们太辛苦,我们还会主动帮忙干些农活。”

农村老人居住分散,又时常处于信息网络的末端,“四团阿姨”们风雨无阻地上门,还曾数次挽救老人于生死危急的紧要关头。55岁的“四团阿姨”陈鲜红记得,有好几次,她服务的老人出现血压极低的情况,第一时间通知村干部和子女后,结果往往分两种,一种是及时送医救回来了,另一种是分散在四处的子女们匆忙赶回家,见到长辈最后一面。但无论是哪种,“被发现、被重视,都比老人独自在家,来去悄无声息要好”。

值得一提的是,在团队“00后”志愿者代情组织的下,“四团阿姨”们最近还学会了用AI技术生成照片,为所服务的老人生成一张“年轻时的自己”,并在老人生日时作为礼物送给对方,给予他们陪伴之外的情绪价值。在很多高龄、独居老人眼中,“四团阿姨”早已是亲人般的存在。

机器无法替代面对面关怀

温情的故事,并没有到这里就戛然而止。谢文轶说,前些年,项目有来自社会的公益基金支持,在维持团队正常运转之外,志愿

者也能获得一定的劳动补贴。但最近由于资金来源缩减,给阿姨们购置保险后,很难再提供更多支持。“有些志愿者家属担心,志愿服务工作量不小,阿姨们年纪越来越大,风里来雨里去,既有路途的辛苦,也存在风险。”

但在很多“四团阿姨”本人看来,这种日复一日、年复一年的探访照护,让彼此建立起深厚的情感联结。时间久了,老人们也像自家长辈一样让她们牵挂,更不可能“说放手就放手”。志愿者唐林珠说,每逢高温、降雨时上门服务,老人们会心疼歉疚,嘱咐她少来、路上小心。但倘若自己一周没去,老人也会紧张地托人来问候。“其实上门服务只是件很小的事,但他们总一个劲儿地对我说感谢,仿佛我做了什么天大的好事。即便现在人工智能技术再发达,很多事情远程就能操作,但我觉得,这些面对面的交流与关怀始终是机器无法替代的。”

这种情绪上的正向反馈,成为“四团阿姨”们把这件无偿好事持续做下去的动力,而另外一重原因是她们坚信,自己在这份志愿工作中实现了能力提升与价值重塑。

唐林珠今年65岁,加入志愿团队之前,她是一个只会用老人机、更没碰过电脑的农村妇女。如今,她不仅在青年志愿者的指导下学会了操作数据平台,还学会用电脑制图、独立制作简易的PPT,用手机拍照、打网约车等。“我以前想都不敢想,有朝一日也能掌握这些技能。我觉得自己特别棒。”

57岁的“四团阿姨”朱永英是这样做家人思想工作的:在力所能及的范围内帮助别人,也是希望自己未来到了某刻,同样有人能这般惦记着、照料着。

谢文轶说,这些阿姨的心里,其实都揣着这样一份朴素的期许:她们肯用热心肠焐热一个个老人孤寂的晚年,不只是想为当下的高龄、独居老人们点亮生活的一束光,更盼着能唤起更多人对农村老人的关注与关怀,从而吸引更多加入这支志愿团队。

(上接第1版)深化战略性重组和专业化整合,打造具有行业引领作用的龙头企业。支持企业自主创新,聚焦三大先导产业、战略性新兴产业和未来产业,健全企业原始创新制度安排,支持国有企业加大颠覆性技术布局。强化国有资本投资运营,更好发挥战略

增强国企核心功能提升核心竞争力

引领作用。完善基金管理制度,规范基金运作,加强投后管理,跟进评估服务,把场景开放出来,把资源导入进去。提升国资监管水平,强化分类监管,依托数智赋能,健全“一业一策”“一企一策”考核评价体系,增强

外部监管质效。

陈吉宁强调,要推动全面从严治党政治责任层层压实,强化对国企“一把手”和领导班子监督,加强对国资委机关干部的从严管理,“一把手”要履行好第一责任人责任,班子



美景不止于方寸之间

回归自然生活·拥有健康人生