

当哪吒“闹”翻文旅的“海”

□ 本报记者 郝宁

“看了3遍电影都没发现那些隐藏细节”“电影经典台词句句直击内心”“电影票房不停刷新,哪吒的含金量还在上升”……凭借精良的制作、深刻的主题以及独特的艺术风格,2025年春节假期,《哪吒之魔童闹海》(以下简称《哪吒2》),彻底爆了——

2月13日,票房突破100亿元;2月17日,跻身全球票房榜前十;2月18日,登顶全球动画电影票房第一名……《哪吒2》在助力中国动画电影走向世界的同时,也“闹”翻了文旅的“海”。

掀起疯狂“抢娃大战”

“吒儿”到底是哪里的娃?随着《哪吒2》爆火,与之相关的热点频出,而最火热的要数对哪吒故里之争论。各地“抢吒儿”大战拉开序幕,天津、四川、安徽3个“主战场”也纷纷借势做起了文章。

《哪吒2》里陈塘关百姓说着流利的天津话,让网友细数起天津与哪吒的各种渊源。天津文旅抓住这一引客契机,除了天津市于2022年打造的哪吒小镇,在电影热映后有更多市民游客前来观光打卡,天津旅游集团也借势推出“哪吒带你逛天津”4条精品路线。天津旅游集团有关负责人介绍,集团将以“哪吒”IP为起点,探讨推出“天津国景点一卡通”、哪吒主题游船等可持续发展的文旅业态。

在四川宜宾市翠屏区,至今仍保存有哪吒洞、哪吒行宫等多处哪吒文化遗迹。自从《哪吒2》爆火之后,宜宾也迎来一拨拨跟着电影来旅游的游客。探店博主“2YY”看完电影后

专门前来哪吒行宫:“本地朋友说,每年哪吒过生日的时候还要给他举办生日会,怪不得我去的时候看到桌子上还有糖果,原来是给哪吒准备的生日礼物。”有关数据显示,2月上旬,四川宜宾搜索量环比增长225%,宜宾翠屏山景区凭借哪吒行宫、哪吒文化体验馆等主题景点,成为热门打卡地,日均游客人数显著增加。

在安徽固镇县刘集镇九湾,广泛流传着“哪吒闹海”的故事。为借助电影的影响力吸引游客,2月12日,以“哪吒邀您一起闹元宵”为主题的灯会活动在九湾举行。“我们组织开展了‘哪吒邀您看非遗’专场演出,举办哪吒角色NPC巡游和哪吒cosplay片段演出等活动。”固镇县文化旅游体育局局长张艳梅说。

对于各地争抢“哪吒故里”的動作,北京第二外国语学院教授吴丽云认为,这一现象的背后是想通过文化IP来提高地方的知名度,反映出各地对文化IP的重视,说明深挖文化资源,依托文化IP赋能旅游目的地城市的发展正成为旅游发展的重要趋势。

趁势开发“哪吒产品”

争夺故里之战还未结束,《哪吒2》的高票房和好评,就让这股“哪吒旋风”更深入地刮进了文旅领域,各地文旅部门和景区顺势而为,纷纷借力拓展资源,推出新品。

《哪吒2》中众多奇幻的仙侠元素,与湖南张家界国家森林公园的地貌有较高契合度。张家界国家森林公园对外发布景区优惠措施,凡观看过电影,且购买过一次张家界国家森林公园景区大门票的中外游客,可凭

购票信息及有效身份证件,在一年内免费无限次进入张家界国家森林公园游览。

张家界武陵源风景名胜区和国家森林公园管理局相关负责人介绍,此次推出的惠利政策,旨在融合影视文化与旅游资源,让观众亲身感受现实版“仙界”的震撼。目前,景区还推出哪吒仙境之旅专属游览线路。

四川绵阳江油市乾元山相传为太乙真人修炼洞府、哪吒太子成长之地。电影的热映,让此地的游客量得到增长。记者了解到,春节期间,乾元山的游客数量已由平日的不到百人次增至近2000人次。四川省文化和旅游厅也于近日在官方微信公众号发布“江油哪吒文化一日游”逛吃线路,游客可以品尝绵阳米粉,游玩翠屏山,爬爬太乙真人的“快乐老家”。

江油市文化广播电视和旅游局旅游发展中心主任黄俊华说:“我们将哪吒文化与李白文化梦幻联动,深度融合江油文旅产业,推出多条特色旅游线路,提供景区门票优惠措施,丰富游客在江油的旅游体验。”

吴丽云认为,各地文旅部门或景区借势哪吒开发文旅产品,充分体现了文化对旅游深度塑造赋能的强大

能力。但也要注意的,相关主体应立足本地,培育打造具有本地特色的文化IP和文化旅游产品,形成本地独特的旅游品牌。否则,就会容易形成同质化产品,对资源造成浪费。

文创产品一“吒”难求

随着《哪吒2》电影热度持续攀升,其周边文创产品也掀起消费热潮。文创爱好者家玉就遇到了一“吒”难求的情况。

“我在线上买到了预售的文创产品,但是一直没有发货。”家玉说,《哪吒2》的上映让她对这一IP爱不释手,但是这次买文创产品的过程却很艰难,“家附近的文创店已经全部断货了,在电影院也没有买到,我打算有空的时候再去其他地方找找看。”

影迷和文创爱好者们一“吒”难求,需求火爆,相关文创店的手办盲盒一经上线就引发抢购热潮。泡泡玛特推出的《哪吒之魔童闹海》天生羁绊系列“手办盲盒”短短8天内销售额突破千万元。目前,多个电商平台已显示“无货”或“预约”状态。记者咨询某平台客服了解到,目前盲盒已经售完无货,补货时间也不确定,也暂时没有收到后续的补货消息。

不少在电影院意犹未尽的观众,将热情延展到大银幕之外,这也让相关企业看到了商机。

“真好看,这个有人买到了吗?”网友吉乐在社交平台上分享了杭州朱炳仁铜艺股份有限公司与中国集邮联名推出的《一笔记乾坤》典藏礼盒。礼盒中除了有朱炳仁·铜的当家爆款“一笔记乾坤”,还有6枚珍藏版哪吒主题邮票,每一套哪吒邮票都有专属编号。

杭州朱炳仁铜艺股份有限公司副总裁廖润丹介绍,此次推出的礼盒灵感来源于经典国漫《哪吒闹海》,将哪吒“挥毫改命、重塑乾坤”的传奇精神凝铸于方寸之间。“礼盒于2月17日推出,在发售后24小时内,我们就售出了近万套。”

“影迷对电影周边的消费热,反映出好的电影能持久地与观众产生心理共鸣。”湖南师范大学旅游学院教授郑群明认为,周边文创的火热,说明这类文创产品能带给消费者持续的情绪价值。“文艺创作过程应该长远思考文化的持续影响力,让作品在时代变迁中始终传递人文精神与价值追求,成为连接过去与未来的桥梁。”

在襄水街,100多米长、3米多高的金庸武侠墙绘成了游客们争相打卡的热门景点。墙绘上,郭靖、黄蓉的形象栩栩如生,仿佛从金庸的小说中走出来一般。游客们纷纷驻足拍照,有的甚至模仿起电影中人物的经典动作,仿佛自己也成了武侠世界中的一员。

“我们一家人都是金庸迷,这次特意从上海赶来襄阳,就是为了实地感受一下电影中的场景。”上海游客张女士一边拍照一边说,襄阳的古建筑和电影中的场景非常契合,走在古城中,仿佛穿越到了金庸笔下的武侠世界。

除了襄阳古城,电影的拍摄地“襄阳影视城”也是游客的热门打卡地。影视城工作人员介绍,随着电影的上映,影视城内的游客数量大幅增长。宋洋洋建议,与其争夺哪吒的出生地,不如依托这样的文化资源和IP形成新的消费空间、新的体验场景、新的文化作品,甚至由此能够优化企业营商环境,带动一批相关企业围绕这样的IP形成产业集群,产生更多像《哪吒2》这样的电影或者是相关游戏,甚至更多不限限的相关数字形态产品,这才是真正有意义的。

“正如《哪吒2》导演五年磨一剑的创作态度,地方文旅也需练好深耕文化内涵基本功,方能在热潮退去后留住真正的价值。”宋洋洋说。

跟着电影游德州

□ 祁迪

今年春节档电影掀起一波观影热潮。影院之外,电影的拍摄地、取景地和故事发生地也吸引影迷、游客争相打卡体验。春节期间,电影《唐人街探案1900》(以下简称《唐探1900》)的拍摄地山东省德州市乐陵影视城开放“唐人街主题园区”吸引游客打卡,德州市也紧抓契机,提升旅游服务质量,吸引更多影迷游玩体验。

“上午在电影院看《唐探1900》,下午就在拍摄地拍照打卡发朋友圈了。”春节期间,山东省德州市德城区的王女士一家驱车前来乐陵影视城,实地寻找电影中的场景。

“随着电影的火热上映,影视城同步开展‘跟着电影去旅游 2025 跟唐探·贺岁游’活动,取景地‘唐人街主题园区’也借着电影的热度,在春节期间对外开放。”乐陵影视城负责人刘洋介绍,开放期间的游客总数超15万人次。

走进“唐人街主题园区”,感觉瞬间穿越回到1900年的美国旧金山。主题园区由3条主干道组成,分别为唐人街、欧洲街和三藩市大街,内部建筑风格各异,钟楼、大剧院、商铺等应有尽有。街道两旁的建筑融合中式与西式风格,石板路、店铺招牌、路灯等每一处细节都力求复刻出那个年代旧金山唐人街的独特风情。“之前在社交媒体上刷到过好几次乐陵影视城的短视频,感觉非常壮观,就一直想过来看看。”来自济南的游客彭斌没想到自己竟成为“唐人街主题园区”的首位游客。

据景区工作人员介绍,2023年,《唐探1900》主创团队选择在影视城取景拍摄。为了尽可能还原1900年的旧金山,剧组在影视城近20公顷土地上耗时7个月搭建了“旧金山城”。游客不仅可以在城内打卡剧中出现

的场景,还能观赏到NPC互动演绎、开城迎宾秀、唐探市集、无人机烟花秀等表演,同时,还可以逛古色古香的店铺,感受1900年旧金山的车水马龙,玩法众多,乐趣十足。

乐陵影视城的出圈看似始于电影《唐探1900》,实际上是始于更早就进行的影视与文旅的双向奔赴。

乐陵市文化和旅游局局长刘忠说,去年4月,乐陵影视城就因热播剧《国色芳华》的开拍而备受关注。同年8月份,乐陵影视城曾开放电视剧《国色芳华》中“西市”的拍摄地,一周便接待游客6.17万人次。“去年拍摄《唐探1900》的时候,演员王宝强、刘昊然录制了影视城的推介视频。演员周润发在影视城拍戏期间带领乐陵‘跑友’晨跑的短视频发布后,也引来众多粉丝到乐陵旅游,成功让‘流量’变为‘留量’。”

为了用好《唐探1900》这一影视“IP”,抓住春节期间影视带动文旅的契机,为游客提供更好的服务,乐陵市上线“乐小旅e+”微信小程序,集纳吃、住、行、游、购、娱全地图,景区、选美食均实现一键预约,还引入汉服服拍商户,为游客提供换装打卡的便利。另外,德州市还同步推出“跟着电影去旅游——走进德州”系列活动,做好德州精品旅游线路宣传推广,通过打造影视特色街区、推出影视文化主题美食、体验枣林氧吧跑道、开展影视研学游等活动,拓展文旅消费新场景。

德州市委宣传部相关负责人介绍,今后,德州将在硬件和软件上持续发力,吸引更多影视作品到德州拍摄,让影视IP助推城市品牌建设,激发观众实地体验和感受祖国大好山河、品味历史人文、观赏人间烟火的强烈愿望。

襄阳再起武侠风

□ 丁婕

今年春节,由著名导演徐克执导的武侠电影《射雕英雄传:侠之大者》在全国热映,影片中郭靖、黄蓉守卫襄阳的经典情节,不仅让观众重温了金庸笔下的侠义精神,更让襄阳这座古城成了旅游热门目的地。

“我从小就听过郭靖、黄蓉守襄阳的故事,看过电影后我也来襄阳看看,感受一下这座古城的侠义气息。”北京游客李先生在襄阳古城内的昭明台前与郭靖、黄蓉的卡通形象合影后,随即打算前往下一个打卡点——襄水街的金庸武侠墙绘。

在襄水街,100多米长、3米多高的金庸武侠墙绘成了游客们争相打卡的热门景点。墙绘上,郭靖、黄蓉的形象栩栩如生,仿佛从金庸的小说中走出来一般。游客们纷纷驻足拍照,有的甚至模仿起电影中人物的经典动作,仿佛自己也成了武侠世界中的一员。

“我们一家人都是金庸迷,这次特意从上海赶来襄阳,就是为了实地感受一下电影中的场景。”上海游客张女士一边拍照一边说,襄阳的古建筑和电影中的场景非常契合,走在古城中,仿佛穿越到了金庸笔下的武侠世界。

除了襄阳古城,电影的拍摄地“襄阳影视城”也是游客的热门打卡地。影视城工作人员介绍,随着电影的上映,影视城内的游客数量大幅增长。

加,为了满足游客的需求,影视城还特意推出了与电影有关的主题活动,游客们可以在这里体验电影中的经典场景,感受武侠文化的魅力。

为了满足“跟着电影来襄阳”的游客的需求,襄阳各大景区也做好了准备,推出丰富多彩的活动。在襄阳古城,游客可以参与以“射雕英雄传”为主题的角色扮演活动。在古隆中景区,游客可以体验古代射箭、投壶等传统游戏。

襄阳市也紧抓电影上映的热潮,不断丰富旅游产品供给,优化游客服务,推动电影和旅游的深度融合,让这座“侠义之城”以全新面貌迎接来自全国各地的游客。除了在襄水街精心制作了百米长的武侠墙绘,还在汉江游轮设置侠义襄阳背景墙,游客可以打卡拍照。华侨城旅游度假区也通过无人机夜间展示郭靖弯弓射大雕的武侠经典场面。为方便外地游客出行,襄阳还在春节期间,开通了两条免费公交专线,直达华侨城、唐城景区,全市机关企事业单位近3万个停车位也为游客免费开放。

“我们希望通过电影的热映,进一步推动襄阳文化和旅游产业的发展。”襄阳市文化和旅游局相关负责人表示,襄阳将继续深化文旅融合,推动影视IP与文旅产业相互成就,用“影视热”撬动“文旅热”。



襄阳古城 受访者 供图

延伸阅读

如何让文化IP实现长红?

□ 本报记者 郝宁

近年来,文娱带动旅游的例子屡见不鲜:游戏《黑神话:悟空》助力山西古建筑游;《长安十二时辰》让陕西历史文化类景点如陕西历史博物馆、大唐芙蓉园等流量与人气节节攀升;《我的阿勒泰》《狂飙》《去有风的地方》这些热播剧分别带动了新疆阿勒泰、广东江门、云南大理的旅游热潮。

如何让文化IP的创作与挖掘带来长期效应,实现长红?在业界人士看来,类似于哪吒这样的文化IP,将其充分利用从而讲好文旅新故事、开发文旅新产品、带动旅游消费热,是未来艺术创作寻找更广阔

“出路”和地方拓宽文旅发展路径要考虑的问题。

“在中华优秀传统文化里,像哪吒、孙悟空等这样耳熟能详的文化符号和IP,绝不仅仅是一个区域的概念。对各地政府来讲,需要考量的重点在于对这一文化IP的长期性培育、滋养和转化,而不是有了热度就冲动上马系列活动,不考虑项目的可持续性。”中国人民大学创意产业技术研究院副院长宋洋洋认为,把文化IP从一个静态的符号、静态的资源,变成一个与当代审美和价值相结合的当代产品尤其重要。

中山大学旅游学院副教授刘逸认为,各地文化和旅游系统还是应该从顶层设计出发,好好把握电影以及

文化IP带来的红利。“哪吒可能是继《黑神话:悟空》后出现的另一个有望成为全球知名IP的神话人物,可以多学习借鉴国内外动漫产业发展模式,持续推出系列作品,不断丰富哪吒这个神话人物形象和故事。从带动旅游发展的角度考虑,未来也可以通过开发相关大型主题公园等方式,提升品牌价值,吸引游客。”

“文旅宣传的核心是,要有拿得出手、有特色的产品和服务,要通过持续创新,为游客提供丰富而多元的体验,提升游客的满意度。”北京第二外国语学院教授吴丽云建议,各地还是应该回归文化本身,深度解读文化IP背后的价值观和艺术魅力,并且围绕IP的精神内