

文/羊城晚报记者 黎存根

“跟着哪吒去旅游”： 影视IP赋能文旅踩上“风火轮”

票房一路高歌猛进，不断缔造中国电影新纪录的《哪吒之魔童闹海》(以下简称《哪吒2》)。

其文化影响力也迅速外溢至文旅领域，形成了“跟着哪吒去旅游”现象。多地景区通过挖掘哪吒传说与本地文化资源，推出主题旅游项目掀起打卡热。

其实，影视IP带来泼天流量让中国文旅市场踩上“风火轮”已经不是新鲜事，各地正在积极探索从“流量”到“留量”的破局之路，实现接待短期流量爆发与长期文化价值的双重收益。

A 案例：

影视+文旅已成为市场爆火密码

近年来，中国文旅产业与影视作品在文旅市场已形成有一定成熟度的模式，并成为市场重要的爆火密码，造就了文旅市场不少成功案例。

2023年开年大剧《狂飙》播出，广东江门市蓬江区三十三墟街设置“强哥猪脚面”打卡点，推出“扫黑除恶”主题密室逃脱，当年“五一”假期游客量突破历史峰值。受《狂飙》的影响，2025年春节假期，江门市蓬江区长堤历史文化街区的总接待人次超过了25万人次，缤纷的民俗文化活动、火爆的文旅消费场景更是展现出蓬江日新月异“出圈”的影响力。春节期间，全区四大酒店平均入住率约80%，到江门“狂飙”，已经成为不少游客到江门旅游的重要驱动力。

《狂飙》带来的热潮，并不是江门第一次与影视作品联动获得好成绩。早在2010年，电影《让子弹飞》就让开平碉楼借“鹤城”之名火爆一把，当地开发民国主题剧本杀，还原黄四郎宅邸宴席场景，配套“马拉火车”观光轨道，带动周边民宿集群发展。作为侨都，江门的侨乡文化借力影视化获得进一步扩大影响的“新生”：赤坎华侨古镇，它有着全国规模最大、界面最连续、保存最完整的侨乡骑楼建筑群，业态也在持续丰富，以浓郁侨味吸引八方游人；中国侨都华侨华人博物馆凭借丰富的历史文化资源和多元的展示方式，入选全国热搜百强博物馆；在“侨批档案馆”体验区，游客可撰写电子侨批发送给亲友，进一步强化文化认同感。

重庆武隆景区，2006年通过电影《满城尽带黄金甲》天福官驿复建项目，开创影视实景留存先

例，通过定期举办古装实景剧《驿站》，将短期热度转化为持续吸引力。2014年，更是借助国际大片《变形金刚4》进行了本土化嫁接，天生三桥作为机械恐龙对战场景，推动武隆从偏远山区景区跃升为5A景区。景区保留擎天柱雕塑，开发“能量量体”主题步道，年接待量从30万增至500万人次。重庆武隆还试点“数字孪生景区”，游客可通过手机接口设备体验《变形金刚》电影场景。不仅如此，武隆将《变形金刚》IP扩展至研学领域，开设地质科考课程，联合中科院发布《喀斯特地貌演化白皮书》。

在海外游客中知名度极高的湖南张家界，2023年海外游客占比提升15%。2010年，乘载大片《阿凡达》引发的热潮，张家界景点乾坤柱更名“哈利路亚山”虽然引发争议，却带来极高的国际关注度。此后，通过技术赋能，体验场景的持续迭代，景区引入悬浮山全息投影、纳美族妆容体验等项目，还引入元宇宙剧场，游客可定制专属阿凡达形象参与沉浸式剧情。作为1986年版《西游记》取景地，金鞭溪打造“取经之路”AR导览系统，游客扫描特定点位即可观看经典片段，实现怀旧情怀与现代科技的结合。2024年3A游戏大作《黑神话：悟空》为山西应县带来了泼天流量。当地崇福寺通过动作捕捉技术复现游戏战斗场景，应县木塔开发“斗战胜佛”光影秀，使传统建筑吸引年轻客群，2024年暑期游客中“Z世代”占比达47%。

可以说，通过不断的技术赋能创新体验，影视+文旅深度融合后将文化内核转化为可持续的体验价值，走上了可持续发展路径。



广州白云区哪吒涂鸭墙
通讯员提供

品鉴地道广式点心，欣赏精彩的粤剧、舞狮，与广州市民一同过元宵、逛公园、赏花灯……随着“广州过年·花城看花—2025国际旅游知名人士花城广州幸福之旅”活动近日落下帷幕，70多名全球旅游业、自媒体知名人士用5天的行程，沉浸式体验广府年味，感受花城春意，在国际社交平台网络掀起一轮“老外游广州”的热潮。

“我喜欢‘花城’广州，也喜欢这里的人。对我来说，这座城市最美的‘花’就是生活在这里的人们！”

此次活动中，来自17个国家、18座城市的游客代表齐聚畅游花城，打卡热门景点，发现并向全世界宣告广州之美，开出一朵朵友谊之花，擦亮“广州过年·花城看花”城市品牌。来自迪拜的游客Ivan告诉记者，他非常喜爱拍摄和记录不同的夜景，在体验珠江夜游的过程中，每一帧画面都成为定格在他心中的美丽风景，“我更喜爱夜晚的广州，夜晚的广州非常宁静，我爱她的一切光影和色彩，更爱这里可爱的人们，我很享受这几天的行程。”Ivan动情地表示。



影迷在成都天府长岛数字文创园哪吒形象雕塑前合影
新华社发



影迷们在成都可互动动画影视有限公司前打卡
新华社发



四川宜宾翠屏山哪吒行宫
视觉中国



广东梅家大院是不少影视剧的取景地
羊城晚报记者 邓勃 汤铭明

B 现象：

与哪吒有关的文旅产品不出意外地火了

《哪吒2》在银幕上爆火的同时，不出意外地，“跟着哪吒去旅游”成为热门出游方式，也带火了国内多地和哪吒有关的旅游景区。同程旅行数据显示，自《哪吒2》电影上映以来，“哪吒”相关的酒店、景区等旅游搜索量同比增长超5倍。

近期，被中国民间文艺家协会命名为“中国哪吒文化之乡”的四川宜宾市翠屏区，“哪吒行宫”景点工作人员一直处于忙碌之中。自电影《哪吒2》火爆出圈后，景区客流量显著增长，尤其是“哪吒行宫”的关注度持续上升。据了解，“哪吒行宫”单日游客最高峰值约8000人次，日均游客为4000人次。截至目前，“哪吒行宫”已累计接待游客较往年同期增长了近300%。

“哪吒行宫”抓住机遇，通过全息投影技术重现电影名场面，并开发“龙珠觉醒”剧本杀线路。景区还与高校合作复原商周时期的青铜器，让游客体验“乾坤圈锻造”非遗工艺。“哪吒”效应明显，生猪数据也显示，电影上映后宜宾旅游搜索量环比增长225%；同程旅行数据显示，在“哪吒”主题景区密集的宣传下，酒店量价齐升，订单量和客单价均比上年同期增长近30%，汇集了哪吒行宫、哪吒文化体验馆、哪吒欢乐世界等

“哪吒”主题景区的翠屏区酒店预订量增长34%。

被《哪吒2》带火的还有坐拥陈塘庄、哪吒小镇两大“哪吒”主题景区的天津河西区，当地的陈塘庄地区地处渤海之滨，也一直流传着哪吒闹海的传说。数据显示，2025年2月河西区酒店预订量同比激增60%，周边文创产品销售额增长200%。天津以“哪吒闹海”传说为核心，结合地理特征打造主题线路，河西区推出陈塘关遗址体验区，游客可参与互动演出、主题展览，甚至体验“闹海”水上项目。

在河南南阳西峡县哪吒庙景区，首创“封神宇宙”实景演出，将道教仪式与VR技术结合，游客可化身“封神榜”角色参与剧情。景区周边配套建设“混元珠”温泉度假村，形成“日游夜憩”闭环消费模式，当地酒店在2月份第一周的预订量环比增长近100%。

不仅如此，《哪吒2》导演饺子是四川人，制作方成都可可互动动画影视公司门口也成了热门打卡地；电影里有上海美术电影制片厂《哪吒闹海》的影子，在上海电影博物馆的上海美术电影制片厂展区，连日来游客成倍增长；在河北博物院，馆内的镇馆之宝“错金铜博山炉”，因为与《哪吒2》电影中“七色宝

莲”的造型非常相似，“错金铜博山炉”也受到了很多游客和市民朋友的喜爱，吸引了很多人前来拍照打卡。电影周边玩具也受到影迷抢购，作为获得该电影周边玩具的授权生产制造商，位于湘潭综合保税区的湖南桑尼森玩具制造有限公司正全力以赴投入生产供应市场，生产车间也是一派火热。

《哪吒2》有多火？记者了解到，似乎跟哪吒没关系的广州市白云区龙归街南岭村，也新鲜出炉了超长哪吒涂鸦墙。一面长达30米的围墙，被南岭村特邀画师精心绘制成哪吒超长墙绘：哪吒、敖丙、殷夫人、土拨鼠、申公豹、无量仙翁等角色栩栩如生，成为周边地区哪吒迷的新热门打卡地。随着哪吒热兴起，白云区有关部门也在挖掘整理民间“哪吒”文旅资源。每年农历三月初六，白云区人和镇汉塘村的村民都会举办盛大的“哪吒诞”为哪吒庆生。该村长辈介绍，“哪吒诞”是该村每年最重要的传统民俗活动之一。在白云区内平街东平马市岭自然村有一座清代风格建筑，被当地人称为“哪吒宫”，为第二批白云区登记文物保护单位。

借助《哪吒2》的热度，新颖的文旅消费场景与模式层出不穷，“影视IP+文旅”联动，激发出文旅产业的蓬勃活力。

记者手记

从“流量繁花”到“消费繁华”有多远？

2025年，以《哪吒2》为首，带动了汹涌而来的“跟着电影去旅游”市场浪潮。

其实，影视作品大卖带动文旅热潮早就不是新鲜事，“一炮而红”的地方并不少。从曾经口碑极好的《让子弹飞》《阿凡达》，到前年的《狂飙》，以及现在的《哪吒2》来看，毫无疑问流量的确能迅速提升景区知名度，业界也不断有理性的声音提醒：若缺乏持续吸引力，极易陷入“昙花一现”的困境。因此，如何让流量变留量，使短期流量真正沉淀为文化认同与品牌忠诚，实现从“网红”到“长红”的质变，收获长期价值，一直是大家思考的问题。

一个成功影视IP带来的流量，本质是文化共鸣的延伸。如果景区仅满足于“打卡地”标签，忽视文化内涵的挖掘，则难以留住游客。因此，既要主动抓住短期窗口，以系列配套活动吸客，又有深厚的历史文化底蕴和

自然风光底色，以实力留客，让红火成为常态，而非如烟火般灿烂一时。只有以文化为内核，通过重构叙事方式，才能形成不可替代的品牌价值。

要实现文旅长红，还不能忽视基础设施和服务质量。当一个景区、一个城市成为网红之后，巨大流量难免带来一些负面影响，如道路拥堵、还有餐饮、住宿等服务质量的保障。这些问题除了市场主体外，也需要相关部门的加持护航，以“全民友好”的服务口碑留住游客。

现在，单一业态难以满足游客日益分化的需求。以《狂飙》的主要拍摄点江区长堤历史文化街区为例。多年来，江门坚持对历史建筑修旧如旧和活化利用，有效保护了长堤历史文化街区的古建筑、老街巷、传统

村落和历史环境。但只有原汁原味并不够，当地还引入了小林漫阅读空间、咖啡店等新业态，让传统历史文化街区变身成为文旅商圈，重新焕发生机活力。更不用说江门市赤坎华侨古镇、中国侨都华侨华人博物馆等重点文旅项目落地建设和开发，为当地提供了文旅高质量发展新动能。“打卡热”能吸引人，好产品好体验才能真正留住人。

说到底，影视流量为景区提供了“起跳板”，但长红需回归文旅本质，“文化价值、服务意识、产品思维”都不可或缺，方能将“流量繁花”转化为可持续的“消费繁华”，实现从网红到长红的质变。

“幸福之旅”开出友谊之花

广州入境游加速助力大湾区国际旅游形象提升

抓住“春节的尾巴”，向世界传播广府文化

加大入境游推广力度，提升大湾区国际旅游形象

走过街头巷尾，流连云山珠水，感受广府诗意。继去年元宵节邀约75位国际友人来穗体验节日精彩之后，今年，广州再度热情邀约国际友人来花城开启“幸福之旅”，热闹非凡的年味氛围、精心准备的文旅体验、诚挚热情的广府待客之道……幸运的国际友人抓住春节的尾巴，在广州狠狠感受了一把“不一样的中国年”。

五日的行程安排，精彩而紧凑。逛文博场馆，国际友人游览了南越王博物院(王宫展区)、广州博物馆、陈家祠，探寻岭南文化宝藏，领略岭南文化魅力；玩地标景区，广州塔、新文化馆、北京路步行街、云萝植物园、岭南印象园、永庆坊成为国际友人连连打卡的目的地，珠江夜游带大家在珠水之上触摸到广州“城市封面”的潮玩脉搏。



外国小朋友在广州感受中国年
羊城晚报记者 邓勃 汤铭明

中国传统元宵节体验活动”走进花团锦簇的越秀公园，国际友人一同品味广府非遗和美食，玩传统游戏、共赏花灯，在闪耀的节日灯火中定格幸福中国年……此次行程还特别安排了南航广州产教融合实训基地，目的是让国际友人了解广州更多产教融合旅游的新趋势。不少国际友人对此感到新奇，打卡了各种难得一见的飞行体验。

在“240小时过境免签”政策、“ChinaTravel”热潮的助力下，广州入境游持续升温。本次活动作为广州延续春节入境游热潮、结合元宵佳节节点打造入境游重点活动，进一步强化了中国“南大门”的形象，展现了开放包容、热情友好的姿态和形象，为入境游客带来难忘体验的同时，也在新年之初为广东入境游市场注入了新的活力。

业界认为，通过此次广州充分展现了在加速文旅融合过程中的新场景、新体验、新玩法，通过丰富多彩、特色鲜明的旅游体验，让入境游客感受到更丰厚、深入、有趣的文旅享受，有利于促进广府文

化在海外的传播，强化广州作为世界旅游目的地形象，进一步提升广州的文化内涵和国际影响力。

羊城晚报记者从活动承接方了解到，为提升服务质量，该社除派出入境金牌导游带队外，还针对项目组建了专业接待团队，同时在活动的线路设计上精心规划，融入了多个花城热点。

面对政策的重重利好，广之旅入境游相关负责人表示，预计2025年入境游市场将持续升温。为此，旅行社将继续积极响应有关政策，通过行程解说、资料发放等形式，向海外游客推广中国的人境政策及“240小时过境免签”“免费中转游”等项目；

此外，还将特别针对年轻市场，推出研学游、工业游、演艺体验、美食探索等主题入境旅游产品。

据悉，不久前，广东省第十二次归侨侨眷代表大会也在白云国际会议中心隆重举行。其间，广之旅为归国侨领一行人特别安排了“广百直通车”项目，并参观了“广州礼物”展卖点及“十五运会”特许商品零售店。行程中，各地侨领还分赴深圳、中山、梅州、江门等地考察当地经济建设成果，促进文化交流。

“未来，我们还将结合粤港澳大湾区丰富的文旅资源，开发更多深度入境游产品，吸引更多国际游客来粤体验独特的湾区魅力。”旅行社相关负责人表示。



国际友人来花城开启“幸福之旅”

文图 羊城晚报记者 刘星彤 通讯员 穆文广 旅宣