浪潮更劲，影旅联动点燃文旅新引擎

编者按

这个春天，不少人不约而同“解锁”了一个新的出游方式，就是“跟着电影去旅行”。随着《哪吒之魔童闹海》（以下简称《哪吒2》）《唐探1900》和《封神第二部：战火西岐》（以下简称《封神2》）等影片的热映，与它们相关的旅游目的地出现“热游”现象，为影旅联动添了一把火。

今年以来，多部国产大片集体出海，在全球影坛掀起强劲“中国风”，激发了众多海外观众对中国的向往。上个月，国家电影局、中央广播电视总台乘势而上，启动了“跟着电影游中国”活动，以进一步激发海外游客来华旅游观光的热情。

近年来，以光影为笔，描绘文旅融合新篇章，让地方文化旅游资源从“养在深闺”走向“世界舞台”，成为不少地方的行动。

现象 “溢”出银幕 旅游消费热情

今年春节以来，随着国产电影《哪吒2》持续热映，四川宜宾、江油等“含吒量”较高的城市，晋升为热门旅游目的地。

“刚看完《哪吒2》，散场后我就直奔这儿来了，有一种神奇的穿越感！”2月8日，成都市民李先生在观影结束后，专门来到成都交子大道打卡哪吒雕塑，户外的小雨，并没有影响同样前来排队打卡的其他游客的热情。

同程旅行的数据显示，《哪吒2》电影上映后，与“哪吒”相关的旅游搜索量同比增长超5倍。四川宜宾翠屏区凭借哪吒行宫、哪吒文化体验馆、哪吒欢乐世界等主题景区，春节以来的酒店预订量同比增长超34%；在陈塘庄与哪吒小镇双IP的驱动下，天津河西区的酒店预订量同比增长60%……

2月23日，四川发布了三条“跟着哪吒游四川”的主题旅游线路，邀请广大游客在现实与神话交织的天府之国土地上，开启一场“我命由我不由天”的壮阔旅程。

近年来，为留住“跟着电影打卡热门景点”的流量，一些地方、景区纷纷创新旅游消费业态，影视主题公园、影视旅游小镇等加速涌现。

“建筑细节精致，互动设计仿佛置身电影世界！”近日，在电影《唐探1900》拍摄地山东乐陵影视城，来自山东滨州的游客小齐用了一整天进行深度体验，对影视城的建设细节连连赞叹。据乐陵影视城营销中心经理徐恬睿介绍，该影视城仅仅是在春节限时开放“唐人街主题园区”的7天时间，就接待了游客15万人次，周边商圈、景区客流近70万人次，游客量同比激增。

日前，在河南省安阳市汤阴县羑里城遗址夯土墙前，扮演姜子牙渭水垂钓的工作人员刚抛出竹竿，便被游客层层围住求问卦象。借《封神》系列电影的热映，该景区推出沉浸式旅游产品“封神宇宙”，设计了丰富的演艺活动和NPC互动体验。“电影热度叠加周易文化，吸引了大量游客，为我们带来了旺盛的人气。”羑里周易博物馆副馆长姬岚说。

看了《封神第一部：朝歌风云》后，历史爱好者张慧丹就去了陕西、河南等地旅行，参观了周原博物馆、殷墟遗址。今年春节看了《封神2》后，她就约着朋友一起去青岛旅行，参观了电影的藏马山外景拍摄地、主要拍摄棚，亲身感受了电影背后的“黑科技”。

近期，随着电影《射雕英雄传：侠之大者》的上映，将湖北襄阳的武侠氛围推向了高潮，引爆当地旅游市场。电影上映以来，襄阳以“看射雕 吃牛肉面 守襄阳”为主题，开展了形式多样的文旅推介活动。

自启动仪式举办以来，“跟着电影游中国”在全国各地举办了众多新颖有趣的活动。从“哪吒”快闪到趣味游戏，从电影签名墙到“电影+非遗”体验，以电影为媒，向海外游客展现了多彩的中国。截至目前，“跟着电影游中国”还在全球举办了近百场宣传推介活动，还将推广至更多国家和地区。

日前，青岛邮轮母港迎来今年以来最大规模的欧洲人境旅游团。在码头，“跟着电影游中国”活动吸引了众多外国游客，活动推介了多条电影主题旅游线路，既能体验银幕上的精彩故事和电影文化内涵，又能感受中国的自然风光和人文风情，很多外国游客纷纷向亲友“种草”。

案例 描绘文旅融合新篇章 多地以光影为笔

近年来，国内很多地方以光影为笔，描绘文旅融合新篇章。

3月4日，福建省漳州市首部聚焦文旅融合、乡村振兴题材的电影《和乐花开》开机仪式在漳州市芗城区语堂故里文化园举行。

影片《和乐花开》（原名《红房子》）讲述了一名在漳州长大的女孩在外打拼多年，回乡探望亲戚，在村中巧遇来支教的青年艺术家，从而引发了一系列故事。

影片取景于芗城区，将带领观众领略万亩蕉海风光、感受千年古城和语堂故里文化氛围。影片既有乡村的趣味与温情、丰富的物产和淳朴善良的民风，也有浪漫的爱情故事，在轻松浪漫的基调中，展现乡村振兴的美丽画卷。

“碧蓝的168黄金海岸，高低错落的霞关老街，沿着环海公路，青山、海岛、古镇尽收眼底。”3月7日，当电影《多幸运遇见你》的银幕亮起，浙江省苍南县168黄金海岸的碧海蓝天与霞关老街的烟火气息，瞬间成为观众瞩目的焦点。这部全程在苍南取景的院线电影，不仅是一场浪漫的爱情叙事，更是苍南文旅产业“以文塑旅、以旅彰文”的生动实践，凭借“影视+”战略，这座浙南山海之城正以破竹之势，从“养在深闺”走向“世界舞台”。

《多幸运遇见你》是一部带着浓浓苍南味的治愈系情感故事电影，将苍南风光与人文故事转化为叙事载体，交织出人与地、影与旅的奇妙联结，为观众开启了一场欣赏苍南之美的光影之旅。

近年来，跟着电影打卡热门景点，已经成为热门的文旅消费模式。苍南紧握机遇，2024年正式启动“跟着电影游苍南”主题活动。

“苍南拥有全国罕见的山海兼备地貌，以金乡卫城和蒲壮所城为代表的海防文化、以‘世界矾都’为代表的工业文化、以碗窑古村落为代表的农耕文化等，历史底蕴深厚。我们正通过影视创作基地建设、主题线路开发等举措，将自然景观转化为文化IP，让‘取景地’变为‘打卡地’。”苍南县文化和广电旅游体育局党组书记、局长王敏表示，全长168.8公里的苍南黄金海岸，串联起58个网红打卡点与9个观景驿站，成为影视创作的天然“取景棚”。近年来，《异人之下之决战！碧游村》等20余部影视作品在此取景，将海防文明、工业文明、农耕文明的璀璨印记定格于银幕。目前正在热映的《多幸运遇见你》，更是将苍南元素推向新高度。影片以168黄金海岸为背景，巧妙融入泥马非遗、马站煎包等地域符号。总制片人许一顶（苍南籍）坚持使用“温普”方言配音，让电影成为“苍南文化的有声名片”。

在今年全国两会上，贵州省文联主席、省作协主席欧阳黔森介绍，当前，贵州正在组织红色题材电影《四渡》、乡村振兴题材电视剧《乌蒙深处》的拍摄，开展“村超”“村BA”题材电影的创作，以文艺精品创作推动文旅融合高质量发展。

分析 “电影+旅游”加出了什么

“电影+旅游”正让各地的文旅资源焕发出新的生机。

电影流量带来旅游消费增量，其实早已不是新鲜事——2000年《卧虎藏龙》让浙江安吉竹海名扬天下；2009年《阿凡达》带火湖南张家界；2014年《后会无期》让浙江省舟山市普陀区东极镇从默默无闻的海岛，一跃成为知名的度假胜地，2015年东极镇的游客量突破20万人次，旅游业呈井喷式发展态势……近年来，一些热映电影让一些地方的旅游市场更旺：2023年春节，《满江红》带动取景地太原古县城每天迎来5万余人打卡；2023年夏天，《长安三万里》以诗为媒引领游客到陕西西安探寻大唐盛世；2021年，《你好，李焕英》带火了湖北襄阳的取景地，当年2月11日至17日，襄阳市共接待游客83.76万人次，实现旅游收入1.54亿元……

由此可见，电影强大的文化影响力，完全可以成为撬动文旅市场发展的支点，可以创造可观的经济收益。

对于目前正在进行的“跟着电影游中国”活动，有专家认为，“电影+中国游”首先“加”出了文化软实力。电影作为“世界语言”，通过视觉影像和情感共鸣，将文化符号转化为旅游吸引力；旅游则通过让观众亲身体验电影中的场景，使观众获得文化感知的真实性。银幕内外相辅相成，海外游客可以全方位感知开放、自信、文明、安全的中国。

值得一提的是，《2025年全球软实力指数》日前在英国伦敦发布，中国的软实力排名从去年的第三上升至第二。其中，中国在“被认为是很棒的旅游目的地”和“有吸引力的生活方式”两个具体指标上，排名显著上升，分别上升了8位和7位，这得益于火爆的“China Travel（中国游）”。

我国迄今已经对38个国家单方面免签，对54个国家的过境免签延长到了240小时，接下来将打造更加便捷的往来通道，“免签朋友圈”有望进一步扩容。政策利好叠加“跟着电影游中国”的强大吸引力，“中国游”进入2.0时代，打卡中国将继续成为国际新风尚，进一步提升我国文化软实力。

“电影+中国游”更“加”出了文旅消费力。电影为旅游业带来新机遇。在知名电影里出现过的宾馆和餐厅往往受到游客青睐，游客增长和逗留时间延长能创造大量消费，带动餐饮、住宿、交通等发展。此外，电影丰富的周边潮玩产品也能有效带动游客消费。

国家统计局发布的数据显示，2024年，我国入境游客达13190万人次，入境游客总花费942亿美元，分别较2023年增长60.8%和77.8%。随着“跟着电影游中国”活动全面铺开，它不仅能够提升入境游客量，丰富的电影活动和周边产品也将持续释放入境游客的消费潜力。入境游的经济效应将进一步激活。

不过，电影带来的流量红利是短时的，来得快去得也快，随着放映结束，电影热度会逐渐消散，如何将短期的流量转化为更长久的“留量”，考验着文旅从业者的智慧。

北京第二外国语学院旅游科学学院教授崔莉建议，被电影带火的旅游目的地深入挖掘当地历史文化、民俗风情，将其与电影元素融合后，还要尽力打造特色鲜明的旅游产品，最好形成当地自有的IP，比如浙江乌镇以前因电视剧《似水年华》而名声大噪，此后乌镇以文化为发力点，推出乌镇戏剧节等IP，塑造了更多元多姿的业态，使其在众多江南小镇中始终占有一席之地。

（综合自新华社客户端、央视新闻和《光明日报》《工人日报》等）

今年春节以来，电影《哪吒之魔童闹海》持续引燃“哪吒热”，山东省枣庄市绘画爱好者在当地商业旅游区吉品街一墙壁上绘制了约80平方米的“哪吒”主题墙绘，如今已成为人们来此逛街游玩的热门“打卡地”。图为3月17日，游客在枣庄吉品街的“哪吒”主题墙绘前拍照。 吉喆 摄

把“流量”变成“留量”

◎ 苑广阔

当《哪吒2》的热潮席卷全国，四川江油乾元山的村民发现，家门口的哪吒庙前突然排起了长队。这个春天，“跟着电影去旅行”成为新时尚，电影与文旅的深度融合，正在书写文化产业发展的新篇章。

电影作品为旅游目的地注入了文化灵魂。从《哪吒2》带火的四川旅游线路，到《封神2》激活的殷商文化体验，电影作品以其强大的叙事能力，将静态的旅游资源转化为生动的文化符号。宜宾翠屏山、江油乾元山等景点，因电影而焕发新生，游客量激增，展现出电影赋能文旅的惊人效应。

一方面，文旅产业为电影创作提供了丰厚的土壤。三星堆的青铜结界兽在《哪吒》两部电影中焕发新生，苏州园林因电影《红楼梦之金玉良缘》的上映而更具魅力……这种双向赋能，不仅丰富了电影创作素材，更提升了旅游目的地的文化内涵。另一方面，产业融合催生了消费新场景。哈尔滨极地公园等与热映电影联动，推出凭票根享优惠活动，单日客流增长51%。

一句话，“电影+旅游”这种创新模式，为文旅消费开辟了新路径，为地方经济发展注入新动能。从简单的景点观光到沉浸式文化体验，电影与文旅融合推动了旅游产业向高质量方向发展。

“跟着电影去旅行”引发文旅热潮，但随着电影热度的降低，文旅热度也可能会下降。为避免这股热度成为一阵风，地方政府、文旅部门以及相关的文旅企业要积极进取，把“流量”变成“留量”。首先，各地要尽力打造特色鲜明的旅游产品，最好形成当地自有的IP；其次，要完善基础设施建设。面对激增的游客流量，地方政府需提前规划，完善交通、住宿等配套设施，提升接待能力；再次，要提升服务质量。培训专业讲解人员，开发特色文创产品，为游客提供更优质的服务体验；最后，打造长效发展机制。避免“一阵风”式发展，建立影视文旅融合的长效机制，确保产业可持续发展。

电影与文旅的深度融合，既是文化产业发展的必然趋势，也是满足人民群众美好生活需要的创新之举。地方政府应当把握机遇，未雨绸缪，让这场银幕与现实的美丽邂逅，绽放出更加绚丽的光彩。

新闻多一点

四川三条“跟着哪吒游四川”主题线路

【线路一】踏破凌霄：古蜀神话的千年回响

串联成都金沙遗址博物馆、新津区宝墩古城遗址、郫都区望丛祠，途经广汉市三星堆博物馆，最终抵达绵阳江油，带领大家与电影中的“青铜结界兽”原型见面，打卡太乙真人修仙之处等地，一键解锁底蕴深厚的古蜀文化。

【线路二】流光溢彩：古往今来的蜀地“智”造

游逛成都市区双子塔、环球中心，打卡自贡市中华彩灯大世界，再去宜宾市寻找哪吒的练功基地和石矶娘娘的福地洞天。

【线路三】“萌”动川西：电影同款等你来“收”

收录了成都市青城山–都江堰，阿坝州若尔盖大草原、九曲黄河第一湾、甘孜州墨石公园、毛垭大草原等网红目的地，路上还能遇见电影里同款“端碗干饭”的土拨鼠。

（据四川观察）