

餐饮、旅游……

顶流“哪吒”带动文旅消费踩上“风火轮”

要说这几天谁最“火”，必然是哪吒。

从“跟着吒儿去旅游”出圈，到相关衍生品卖断货“一吒难求”，《哪吒2》的流量持续“溢出”，从“单一票房驱动”到“多元价值挖掘”，《哪吒2》的电影IP让文旅市场也踩上了“风火轮”，掀起阵阵热潮。

“跟着吒儿去旅游”成为热门出游方式

一口四川方言的太乙真人，天津方言的陈塘关百姓，就连“章鱼哥”也说天津话，这样的设计不仅给角色增添了许多幽默感，也让观众感受到了更浓厚的地域文化氛围，在影片外更是掀起了“跟着吒儿去旅游”的打卡方式。



▲游客带着全家“跟着哪吒”去天津旅游

天津陈塘庄，此前一直有“陈塘关”的地名，还流传着“哪吒闹海”的传说。在春节档《哪吒2》电影中，陈塘关百姓和龙宫将士的角色使用天津方言配音，也让“哪吒”和天津的联系更加紧密。天津文旅趁热打铁，推出了多条“哪吒”主题体验线路，客流量增加了近30%。

来自河北的游客崔雨虹说：“这部电影大人孩子都很喜欢，正好有这么一个主题文化旅游线路，觉得还挺好的，就来天津看一看，又长文化，又饱眼福。”

在四川宜宾的哪吒行宫、哪吒欢乐世界等景点，络绎不绝的游客沿石梯而上，在哪吒洞听讲解，在游乐园体验游乐项目。

在河南西峡县，每年都有来自全球

的游客到这里参观哪吒庙。电影上映后，西峡县专门开展了以《哪吒，跟我回西峡老家》为主题的促消费活动，多个景区推出联合优惠活动，留住不断增长的客流。

西峡县文化旅游发展服务中心副主任张凯表示，当地联合七大主要景区，推出了凭《哪吒2》电影票免景区门票和免费体验有关旅游项目活动，全县各大主要景区游客量同比都有所增长，综合收入增长13.2%。

于此同时，今年各地文旅还正在借助更多的地方特色、先进技术和互动手段，不断探索“升级”项目，让“主题游”更加生动。比如，对此，天津旅游集团市场策划部副部长张艳明表示，天津有关旅游企业推出了“哪吒带您逛天津”的4条主题线路，力求通过深度讲解导游的形式来体现哪吒的元素。天津本身是曲艺之都，天津旅游集团国旅公司董事长杜冰说，在相声之中，天津当地一直也有关于李靖和三太子的段子，这在讲解中很容易把哪吒的元素放到文化旅游线路当中。



▲不少地区不断探索“升级”项目，让“主题游”更加生动

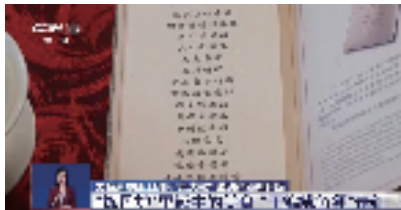
餐饮创新发力，《哪吒2》美食成隐藏“顶流”

从跌宕起伏的剧情，到令人惊叹的特效，电影的每一个细节都被观众反复剖析，热烈讨论的浪潮一波接着一波。而在众多话题中，影片里的美食元素意外出圈，这也激发了餐饮行业的创新力，各地商家围绕“哪吒主题游”开发的餐饮项目，让游客在“饱眼福”的同时，大饱口福。

在四川宜宾一家哪吒主题的火锅店，店内带有混天绫等元素的装修设计风格引得不少人驻足拍照。菜单上以哪吒微元素开发的套餐，是最近食客点单最多的。

而在天津一家酒店的餐厅里，一份新鲜出炉的“哪吒”菜谱写着：“太乙手撕鸡”“混天绫拌海草”……在这当中，

最受食客欢迎的是天津特色菜“干煸鱿鱼须”，许多游客看到菜单，就会想到说天津话的章鱼将军被炼丹炉烤熟的场景。前来消费的游客宫雨楠笑着说：“烤鱿鱼自断鱿鱼须的鱿鱼，它说的全是天津话，很搞笑，它一张嘴，我就说这是地道的天津味。”



▲《哪吒2》还带动了餐饮企业推出相关菜单



▲图源:光明网

一“吒”难求,电影衍生品市场迎来“抢购潮”

加班加点的不仅有各地文旅和地方特产，许多电影观众也争相购买电影联名的各类衍生品，从电影院的爆米花桶到各类潮玩手办、毛绒玩具，各类影视周边产品都销售一空。制造工厂也是加班加点，赶工补货。

在上海的一家电影院，电影排期满满，每隔十几分钟，就有新开场的电影。工作人员表示，他们在售的哪吒角色爆米花桶，以及哪吒主题饮品套餐等，上架几天就已卖空，如今是一桶难求。甚至，不少影城还推出了几款套餐，哪吒、敖丙，还有太乙真人的杯子，现在都已经售空了，供不应求。

在北京的一家潮玩店，哪吒手办被放在刚进店的醒目位置，电子屏上也有海报提示消费者可以参与预售，大部分进店顾客都会来咨询，目前发货已经排到了7月份。手办的设计师介绍，这次的手办火爆，并非昙花一现，早在电影



▲电影衍生品市场迎来“抢购潮”

上映前很久，开发工作就已经启动，而且联合开发用的也是最具技术含量、最受欢迎的产品线。

另一哪吒手办联名产品项目负责人姜川说：“我们前置了一年多，去跟主创团队有沟通，然后能够最终实现跟影视同期上市。”位于广东的手办生产厂从大年初四至今，全部26条生产线满负荷运转，连工人都是两班轮换，人停机器不停。用去年刚刚升级的自动化生产线制作的产品，让这次的手办产品更有质感。

多部春节档电影火爆,掀起文旅消费热潮

不仅是《哪吒2》，多部春节档电影都带动了相关文旅消费的热潮。河南淇县作为古时候的封神文化之乡，随着电影《封神2》的热映，这里也迎来了许多游客的“打卡游”。《唐探1900》的电影拍摄地山东乐陵影视城，搭建了近20万平方米的拍摄场景，开园首日就迎来了数万名游客；《射雕英雄传：侠之大者》的上映，带动各地游客慕名来到湖北襄阳。多个旅游平台的数据显示，这些影视“打卡地”都排在当地新网红景点首位。

如何看待今年春节档电影带动的消费新趋势，未来发展方向在哪里呢？

四川大学文化产业研究中心主任蔡尚伟表示，此次在很多地方，都呈现出影视带动文旅发展的一些新的文化形态和业态，各地都花样百出，极尽所能把当地特色、当地文旅资源和IP紧密结合，作出了很多探索。

在周边开发流程上，在理念方式上都有重大进步，整个开发团队就有非常清晰明确的意识，要进行IP开发，也充分体现了整个中国电影产业和电影周边衍生品开发的成熟，也体现了中国电



▲相关专家表示,未来电影周边的授权合作应该是全生命周期全产业链的合作,还大有文章可做

影人对自身、对中国文化、对未来发展的信心。比如，发达国家的影视周边开发，通常能达到票房收入的1到4倍左右，在这方面，未来中国的电影产业仍旧还有巨大空间。

未来电影周边的授权合作应该是全生命周期全产业链的合作，还大有文章可做。包括主题公园，这些也是全世界顶流影视作品、影视IP周边衍生开发的方式，都是未来可以规划策划的。

此外，未来电影周边的授权合作应该是全生命周期全产业链的合作，还大有文章可做。包括主题公园，这些也是全世界顶流影视作品、影视IP周边衍生开发的方式，都是未来可以规划策划的。
(资料来源 央视新闻)