



头扎冲天髻,脚踩风火轮。大年初一,国产动画片《哪吒之魔童闹海》正式上线,截至2月9日票房(含预售)突破78.09亿,超过《星球大战:天行者崛起》进入全球影史票房榜前40,全球动画电影票房榜也已进入影史前7。该影片刷新多项国内电影影史纪录,口碑、票房双丰收,再度引发全民热议。在泉州天后宫供奉有哪吒,泉州民间很多信奉,泉港区涂岭镇的潼关岭可能是哪吒出生地……看完《哪吒之魔童闹海》仍意犹未尽的朋友,不妨趁此热点,到泉州来一场哪吒探寻之旅吧!

部门供图
通讯员 黄凯杰 文
记者 柳小玲

哪吒 出生地在泉州?



在泉州天后宫供奉有哪吒

天后宫内供奉有哪吒 与妈祖文化紧密相连

哪吒是我国古代神话传说人物,他出生奇异,一身神器,能变化三头六臂又或三头八臂,是托塔天王李靖的第三子,也称三太子,道教以他为护法神将“中营中坛元帅”。因其神力高强,武勇非凡,民间也多有奉祀信仰,而在泉州天后宫内,哪吒作为从祀之神被供奉其中,与妈祖文化紧密相连。

泉州天后宫位于鲤城区天后路1号,始建于南宋庆元二年(1196年),总建筑面积7200多平方米,是海内外建筑规格最高、规模较大

的祭祀妈祖的庙宇,也是世界范围妈祖信仰的重要传播中心,见证了妈祖信仰伴随海洋贸易的形成和发展历程。

据记载,泉州天后宫大殿奉祀天后圣像,两旁侍神为司香、司花,神坛下侧立千里眼、顺风耳。在山门至大殿两边,塑有东廊十二司,西廊十二司,合称二十四司。泉州闽台关系史博物馆编印的《泉州天后宫简介》对东西廊廿四司的神祇加以说明,提及“哪吒太子,司青少年成长,风火旺盛”。

哪吒出生在陈塘关 泉港潼关岭有此地

另据考述,哪吒太子即《封神榜》所传的托塔天王李靖之子,足踏风火轮,可浮行于水上,并有兄弟金吒、木吒。哪吒居第三,也称三太子。泉州民间很多信奉之,普遍塑像供祀。农历四月初八俗称“太子生日”,是日最怕下雨,雨则龙眼花被损,龙眼失收。太子未有专庙,相

当一部分庙宇附祀之。释迦牟尼是印度的太子,与哪吒不同,但民间却将两个太子混淆了。四月初八实是释迦生日,三太子生日是九月初九。

值得一提的是,神话故事设定中,李靖是陈塘关的总兵,而哪吒是他的第三个儿子,所以哪吒出生在陈

塘关也是合情合理。那么,陈塘关在哪里呢?历史上有三处陈塘关的记载——天津、四川、福建,都有类似陈塘关的名字出现。其中,福建的陈塘关位于泉港区涂岭镇的潼关岭,相传元末明初农民起义首领陈塘,曾在此筑关修寨、驻扎兵马,故改称陈塘关。



新闻延伸

春节档电影《哪吒之魔童闹海》票房一路飘红。截至2月9日12时51分2025年度票房(含预售实时)破150亿,《哪吒之魔童闹海》以超51.3%的票房占比,强势领跑年度票房榜!随着电影的出圈,关于哪吒到底是哪里人也再度引发热议。天津、安徽等地相继发文,自称哪吒故里,被誉为“中国哪吒文化之乡”的四川宜宾也携哪吒行宫、龙太子“骸骨”等20余处哪吒实景加入“抢吒儿”大战。

全国多地争夺哪吒IP

据封面新闻报道,哪吒这个经典IP再度爆红,各地“抢吒儿”大战也拉开序幕。天津、安徽等地相继发文,自称哪吒故里。

“别抢了!哪吒天津人!小孩哥姓名,哪吒,天津陈塘(今河西陈塘庄)人,小学在读。”2月5日,节后上班第一天,天津文旅专门发布视频,拉开“抢娃”的序幕。

6日,安徽发布消息:哪吒很可能是在安徽固镇“闹的海”,称该镇从村头到渡口,说起哪吒无人不知,还有很多以哪吒为主题的雕像和墙画,并称哪吒闹海的传说在当地世代流传,已成为当地独特的文化符号。

随后,四川宜宾发布消息《哪吒“老家”,就在宜宾!》,加入这场“抢娃大战”,称:“相传,宜宾南广

镇陈塘关是哪吒出生地。南广河与长江交汇处的龙脊石是由龙王三太子被哪吒打死以后的尸骨化身而成。”并列出了哪吒洞、哪吒行宫、天池公园还生阁、灵鹫山“鹫州塔(旧州塔)”等哪吒元素的文旅地标。

多地加入“抢吒儿”大战

“哪吒”相关的酒店、景区爆火

据上观新闻报道,同程旅行的数据展现出《哪吒2》上映后的连锁反应:“哪吒”相关的酒店、景区等旅游搜索量呈爆发式增长,与去年同期相比,涨幅超过5倍之多;其中,影院周边酒店搜索量更是水涨船高,同比增长超3倍。在“哪吒”主题景区高度聚集的四川省宜宾市,当地酒店市场迎来了量价齐升的火爆局面,订单量和客单均价较上年同期均增长近30%。踏入2

月,宜宾市翠屏区更是成为焦点,这里汇聚了哪吒行宫、哪吒文化体验馆、哪吒欢乐世界等众多“哪吒”主题景区,酒店预订量增长超过34%。

受此影响,四川江油等地搜索热度大幅上涨,其中江油的搜索热度涨幅更是高达453%。片中太乙真人的“快乐老家”、哪吒拜师学道之地——江油乾元山,近日游客量急剧攀升,成为今年春节的“顶

流打卡地”。

天津市河西区同样在这场热潮中收获颇丰,当地的陈塘庄、哪吒小镇两大“哪吒”主题景区,成功吸引了大量游客目光。今年2月以来,河西区酒店预订量与去年同期相比,增长幅度超过60%。而在河南省南阳市西峡县,作为哪吒庙景区的所在地,随着“哪吒”热度持续飙升,2月第一周,这里的酒店预订量环比增长近1倍,哪吒文化的影响

力正不断向外扩散。

业内专家指出,近年来,文化与旅游市场深度融合,高票房、高质量、备受关注的影视作品,不仅在口碑与价值层面实现双丰收,更成为撬动旅游消费市场的有力杠杆。热门影视剧取景地、动漫电影IP起源地,不仅刺激本地居民在热门景区、影院周边展开二次消费,还凭借独特魅力,吸引来自五湖四海的异地游客慕名前往打卡。

英雄应问“出路”而非“出处”

那么问题来了,哪吒到底是哪里人?其实,作为一个神话人物,哪吒并非真实存在,严格来说,也就不存在所谓的“故里”。而各地之所以乐此不疲加入这场“抢吒儿”大战,无非就是想蹭一波影视IP的热度,借此进行城市文旅宣传。

各地借名人IP乘势宣传无可厚非,但到底要如何借势讲好文旅故事,背后却大有文章。如果仅执着于“争个名分”,急于“贴个标签”,不仅是对IP资源的一种浪费,恐难有长久的热度,对当地文旅发展

的助力也相当有限。而一些为“蹭热度”乱编故事的现象甚至还会有东施效颦的效果,反而贻笑大方。如果由此引发口水之争,那就更没有必要了。

去年,国产游戏《黑神话:悟空》大火后,带火了全国多个省市的访古旅游,山西古建、川渝石刻等都是受益者。对于“哪吒”这样的大IP,如何讲好文旅新故事,大家要争的并非“出处”,而是如何把蛋糕一起做,寻找更广阔的“出路”。

中国传统的神话故事、民间故事,一直以来都是取

之不尽的创作灵感与源泉。不论是《黑神话:悟空》,还是哪吒系列电影,它们的成功都得益于对传统文化的深度挖掘,并以创新的方式在现代语境下进行了新的诠释与演绎,由此引发了强烈的共鸣。如何把传统文化故事讲好,并不能一味靠简单“炒”热度,更需要沉下心来,挖掘提炼这类传统文化IP的文化内涵以及品牌价值,创新形式,寻求合作,用心才能“煲”好文旅这锅汤。

(综合封面新闻、上观新闻、上游新闻、央视新闻)