

## 春节福建宫庙游走红中国，“高颜值游神”引发争议 | Whatsnew

福州等地的近年来受年轻人追捧的“游神复兴”或许受到了台湾宫庙文化和产业的“反哺”影响。



2024年2月15日，福建省福州，当地人抬著神像在街上游行，祈求风调雨顺国泰民安。摄：Tang Fangxiao/VCG via Getty Images

特约撰稿人 李海

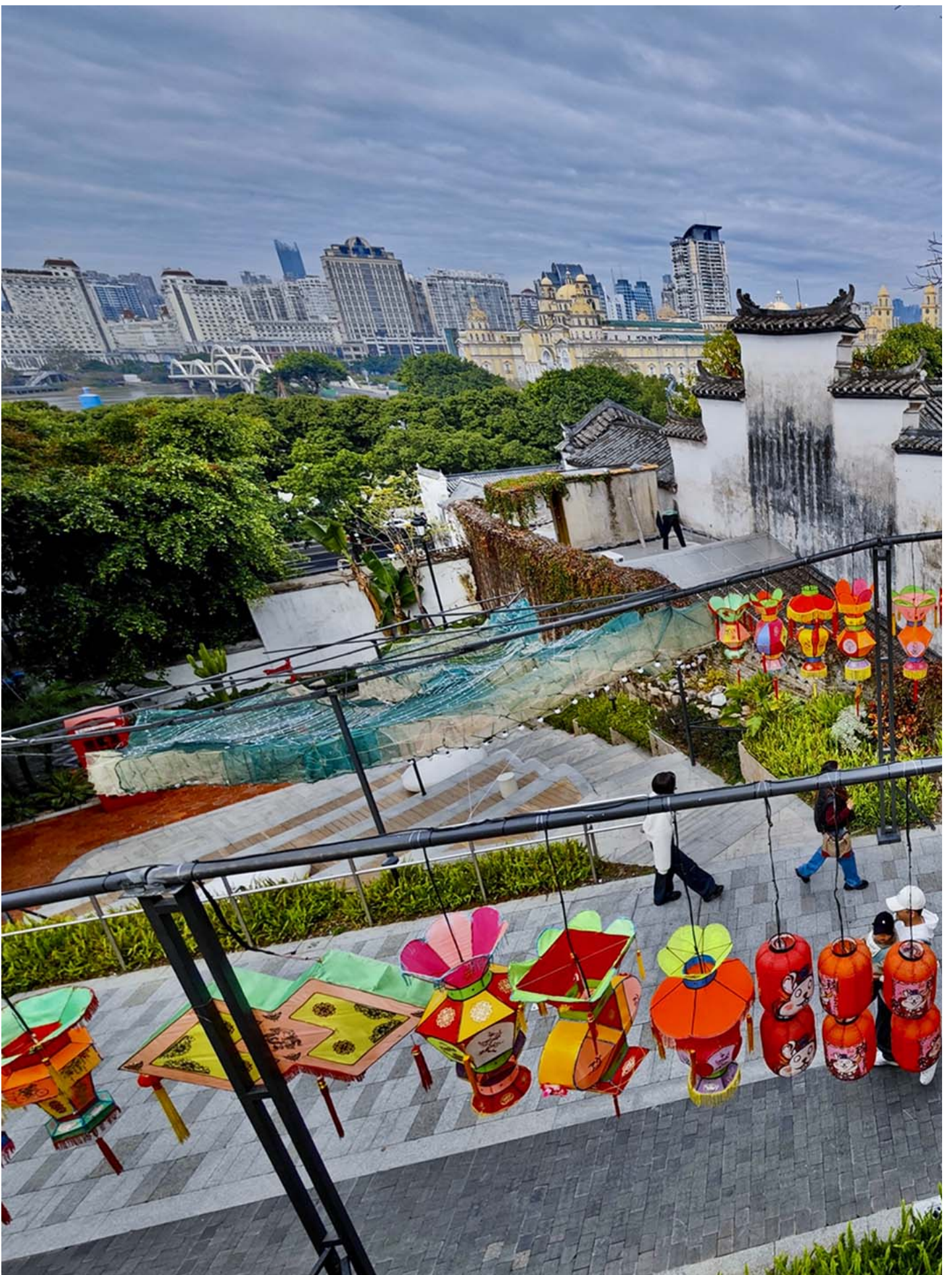
刊登于 2024-02-24

[#泉州](#) [#福建旅游](#) [#游神](#) [#赵世子](#) [#福州](#) [#内循环](#) [#中国旅游业](#) [#中国消费者](#) [#春节](#) [#福建](#) [#宫庙](#) [#旅游](#)



刚刚过去的农历新年假期，是中国大陆清零政策撤销后的第一个“正常”新年长假。大众期待了一年的“报复性过年”终于在这个长假出现：年三十当晚，中国多地政府“睁一只眼闭一只眼”放松了禁止燃放烟花爆竹的政策，导致多地[空气污染严重超标](#)；农历新年期间，国内旅游市场也十分火热：根据文化和旅游部数据中心[测算](#)，中国大陆春节假期国内旅游出游4.74亿人次，较2019年同期增长19.0%；国内游客出游总花费6326.87亿元，较2019年同期增长7.7%。  
[\(延伸阅读：《雨雪四日，中国人的春运“窘途”》\)](#)

尽管这一数据存在着加总方式存疑、各地可能虚报等问题，亦反映出平均个人[消费不高的情况](#)，但一些“明星旅游地”的火热基本可以确认。在这些“网红”目的地中，福建省此次非常显眼地成为了年轻一代追捧的农历新年旅游地。在“小红书”等新一代网络平台上，福建旅游，尤其是泉州和福州的旅游攻略，在新年期间异常火爆。



2024年1月30日，中国福州，由240个灯笼组成168米长的龙形灯笼，迎接即将到来的中国农历新年。摄：Wang Dongming/VCG via Getty Images

根据泉州市地方政府发布的数据，2024年春节假期“全市共接待旅游人数818.12万人次……实现旅游收入80.18亿元……其中外地游客超60%。游客接待量与旅游总收入均创历史新高，均居全省第一”。

而福州也不甘示弱，该市政府指“春节假期福州接待游客629.5万人次，收入56.34亿元”，“腾讯位置大数据显示，在2024年春节国内热门城市人口迁入热度榜单中，福州同比增幅30%，位居全国第一”。

福州和泉州的火热背后是福建各地的南方民俗特色正开始成为“新国潮”旅游开发的新热点乃至政府扶持对象。以小红书上的“泉州旅游攻略”为例，大量攻略都推荐参观寺庙、祠堂、古城、古村，以及观赏南音、木偶戏，在关岳庙和妈祖庙烧香，到浔埔渔村配戴当地独特的“ 捕女”簪花头饰拍照等等。

而福州更是在网络平台上呈现出“神明旅游”的特色：除去福州市区的“三坊七巷”等经典景点，在“抖音”等影音平台和直播平台上走红的多是以福州市下属的长乐区为首的各色新年“游神”现场：当地村民的游神队伍穿戴当地称为“塔骨”的神明面具、外套，配合鞭炮、音乐在庙宇、街上巡游，供民众崇拜，甚至还有游客追捧妈祖出巡的乩童活动。[（延伸阅读：《不确定时代的“信徒”：集体焦虑下，中国年轻人前进寺庙》）](#)

正成为“网红”项目的游神也发展出几个新特点。

其一是景观日益“赛博化”和狂欢化：网上影片显示多地游神都佩戴了 LED 灯饰，在夜间营造出不断变换的彩色灯光效果；而游神配合摩托车、农用车，加上 LED 灯饰、展板也成为潮流。更多地在游神中加入如街头舞蹈等其他娱乐项目，增加吸睛程度。[（延伸阅读：《当神仙开始“E化”……这家宫庙拿品牌和信徒结》）](#)

其二，也是更值得注意的是“游神”出现了“粉圈”色彩。农历新年期间网上讨论热度最大的话题之一是福州的“赵世子”出巡。这位据称是长乐一带的地方神明长着一张标准的当代“网红脸”，成为 bilibili、“小红书”、微博等网站年轻网民追捧的对象。在 bilibili 搜索“赵世子”，最高浏览量的短片超过100万人次浏览。一些[试图跟上热度的媒体](#)甚至扬言称“靠颜值出圈，这才是传统文化的顶级压迫感”。



2024年2月15日，福建省福州，当地人抬着神像在街上游行，祈求风调雨顺国泰民安，图为“赵世子”神祇。摄：Tang Fangxiao/VCG via Getty Images

而“赵世子”在近日也引发了一场风波：在近日的“世子出巡”的游神现场，一位男性网红 cosplay 成“赵世子”的样子，和“世子”同游并直播，引起网上“赵世子”拥趸的不满。

随着讨论蔓延开来，《人民日报》旗下“人民网”的时评栏目在2月22日刊出一篇署名“邱风”的[观点文章](#)《扮演“赵世子”引众怒，由个案看两个值得探讨的话题》。文章称游神活动“是福建一些地方的传统民俗，是当地民间文化重要的构成部分”，“这名‘网红’不仅擅自扮演成‘赵世子’模样，还举止轻佻，冒犯了当地民众的朴素情感，自然受到批评。”文章又指“中国的年俗文化源远流长、绵延至今。而不同地方有不同习俗，这些习俗大都葆有鲜明的地方特色，反映当地千百年来的情感旨归，对此不宜冒犯，也不能亵渎。”

不过，在风波骤起后，很快有网民质疑“赵世子”并非“传统”神明，而是福建地区常见的“造神”产物。

查阅网上信息，“赵世子”的身分有许多说法，如财神赵公明之子、福建反元军队将领赵元龙、为民众治疗伤势的“医灵真君”化身等等。但微博网民“君子山岚”查阅论文认为，“赵世子”是近年来随着游神文化变得走红而重新发明的角色，造型甚至参考了近年来的古装仙侠剧。其指各种“游神世子”在互联网上最早的纪录是2023年，显示此前几无相关记载。

微博网民“三思柯南”则批评称“世子”属于“闽台地区随意造神的做法”“是当地人随意给已有的‘神仙’捏造出的儿子”“倘若这类活动达到一定热潮，就很可能带来造神引流，引流打赏，打赏再造神的利益闭环”。其暗示这类活动属于传统中央政府打击的“淫祀”行为，进而举报“人民网”评论文章“把一个私人造神运动抬到一个它不应有的崇高、不容亵渎的公众地位上”。[（延伸阅读：《南方小土豆：娇妻文学撑不起内循环旅游业的“泼天富贵”》）](#)

还有一些微博网民推测，“赵世子”的打扮像是霹雳布袋戏人物，因而同样怀疑是近年来借鉴大众文化“发明”的神仙。微博网民“端木异”就质疑指“赵世子估计还没有机器猫（哆啦A梦）历史悠久”。

而新兴的福建游神文化，或许也受到了台湾宫庙文化和产业的“反哺”影响。上海《澎湃新闻》曾在[2017年报导](#)福州等地年轻一代中的“游神复兴”现象，其中有被访者指出，台湾的“九天民俗技艺团”、“电音三太子”表演、游神装扮、道具等都在福州新一代玩游神的年轻人中极为流行，“很多福州的年轻人非常迷恋台湾风格……将游神变成一种纯粹的娱乐活动。”，“今年只要一个人给塔骨做了台湾式的盔帽，明年肯定清一色都换了。”[（延伸阅读：《白沙屯妈祖：七万信众、数百公里，一辆行进路线不定的“粉红超跑”》）](#)

[#泉州#福建旅游#游神#赵世子#福州#内循环#中国旅游业#中国消费者#春节#福建#宫庙#旅游](#)

本刊载内容版权为端传媒或相关单位所有，未经[端传媒编辑部](#)授权，请勿转载或复制，否则即为侵权。

## 延伸阅读

[网络观察：洋节争议中，圣诞新年气氛吸引中国青年 | Whatsnew](#)

[神明不投票：台湾宫庙到对岸交流，他们被渗透、统战了吗？](#)

[他们的过年“不传统”：农历年不是只有家人团圆一个选项](#)

[神明不投票：“宫庙影响选举”的可能与不可能](#)

[“穷游香港”与“citywalk”走红中国黄金周，折射旅游消费模式变化 | Whatsnew](#)