

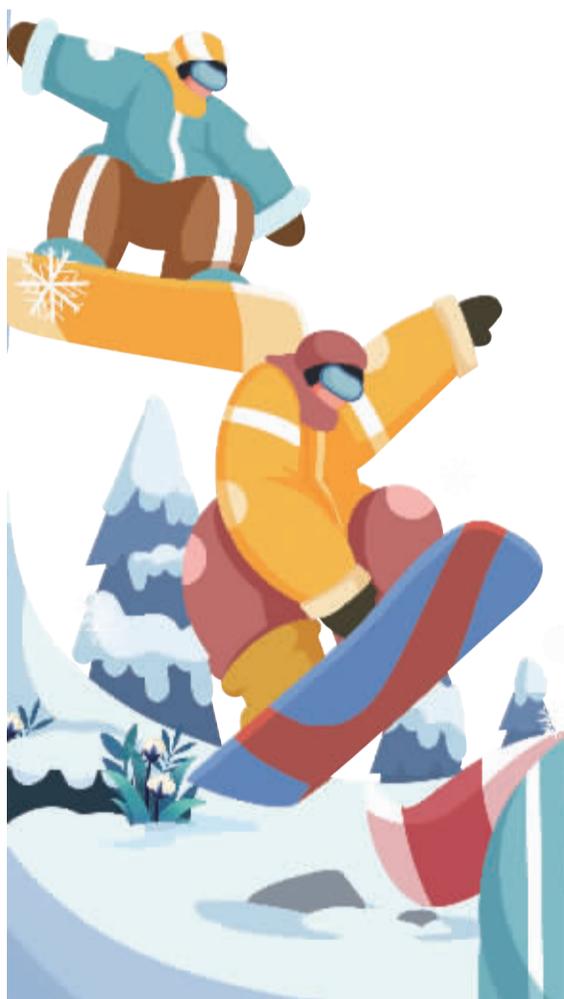


透视文旅持续“沸腾”：“流量”如何变“留量”？

2024年，文旅市场以持续“沸腾”的方式开场。

从“尔滨”到“山河四省”，从网友自发“监工”到文旅部门在线“听劝”，各地文旅局“花式揽客”、奇招频出，希望用“泼天的流量”接住“泼天的富贵”。

各地文旅为何这么拼？真正的“流量密码”究竟是什么？更值得思考的是，流量“退潮”后，可持续出圈的路径是否更为清晰？



1 各地文旅“花式揽客”

“冻梨摆盘”“人造月亮”“飞马踏冰”……这个冰雪季，哈尔滨对游客的“宠爱”令其成为“顶流”旅游目的地。

今年元旦假期，让人陌生的“尔滨”创纪录实现旅游收入近60亿元。携程公司近日发布的2024春节旅游市场预测报告显示，春节期间哈尔滨旅游预订订单同比增长超14倍。

“泼天的富贵”一下让各地文旅部门“坐不住了”，纷纷开始“抄作业”，效仿哈尔滨向全国游客抛出橄榄枝。

先是“喊麦”。多地文旅局长跑到哈尔滨中央大街，带上土特产录制视频邀约全国游客，有的甚至扮成“白鹿仙子”给游客发冻

梨汁，“不论是北方的游客还是自家的孩子都要宠”。

山东、河南、甘肃、江苏等地也纷纷创作“我姓……”的“喊麦”文旅宣传曲，用魔性音乐和洗脑歌词“刷屏”短视频平台。

再是“听劝”。网友留言“想在洛阳看飞鱼服帅哥”，洛阳文旅部门迅速组织专业表演团队在火车站和地铁站与行人互动。

河南文旅部门开展“题海战术”，一天发数十条短视频，吸引近百万新粉丝，不少网友自发“监工”。“听劝”的山西文旅、河北文旅也“疯狂输出”，河北文旅创下日更视频纪录。

接着，多地文旅部门纷纷邀请各路流量明星“助力家乡上分”，引

发新一轮关注热度。此外，北京圆明园派出“安陵容”冰嬉、河北太行五指山专设可投喂“孙悟空”、辽宁抚顺展示超长雪道游龙……

各地文旅“实力宠粉”是否提升了旅游热度？

携程数据显示，多个城市旅游产品搜索量攀升，春运期间国内航线搜索指数同比增长超170%。河南等多地景区也趁势官宣免票、优惠等活动，进一步刺激旅游消费。

这波热潮不仅令旅游市场更为活跃，也调动了更多人的参与热情。互联网上，从新媒体运营到公共服务，从挖掘特色文化到提升消费体验，网友纷纷为各地文旅发展支招，探求如何接稳“泼天的富贵”。

2 重塑哪些市场共识？

从文旅局长到文旅部门，各地文旅纷纷破圈突围，既能看出各地在塑造文旅品牌中营销手段的新变化，也反映出目前旅游消费市场的新趋势。

春节假期即将到来，消费者出游热情攀升，旅游宣传推广也迎来自窗口期。

携程研究院战略研究中心高级研究员沈佳旎指出，目前国内旅游市场正加速恢复，如何吸引游客并将本土特色传递出去尤为重要。既熟悉文旅资源又想抓住机遇发展产业的文旅部门一马当先，想方设法推介本土文旅特色。

中国旅游研究院副研究员韩元军认为，近年来“氛围式”消费悄

然增加，不少人因为一场演唱会、一次赛事、一个展览，就可能来一段说走就走的旅行。

在多位传播领域专家看来，新媒体平台给文旅部门提供了直接对话游客的机会，游客也提出个性化需求，双向交流、有求必应的互动形式让游客感受到“尊重”甚至“被宠爱”，无形中激发“前往一游”的兴致。

文旅领域专家表示，年轻人已成文旅消费生力军，移动端大量宣传可以有效提升文旅产品曝光度。相比传统单向输出的营销方式，线上宣传具有低成本、大众化的特点，网友互动的不确定性可能带来高流量的回报。

韩元军认为，文旅发展对提振地方综合效益作用良多。

旅游形象是城市形象的重要体现，各地文旅部门卖力吆喝，除了展示本土旅游资源，也能积极促进产业投资。如河南柘城是“钻石之都”、黑龙江有蔓越莓、四川盛产鱼子酱等，都在一波波出圈中刷新了很多人的认知。

此外，各地文旅“同台竞技”也在不断重塑市场共识：旅游的本质是对未知的探索、对生活的热爱、对自然和人文的乡愁；卖力运营或许是“始于颜值”，但更要“敬于才华”，靠真心和实力圈粉，为游客提供真实深刻、文化植根于身心的体验。

3 让“网红”变“长红”，服务永远是王道

文旅产业是当下恢复和扩大消费的重要抓手，对促进经济复苏、提振发展信心作用显著。

此前中央经济工作会议提出，要积极培育文娱旅游等新的消费增长点。各地文旅纷纷发力能否持续刺激旅游市场尚不可知，但这波“文旅热”无疑为2024年的消费增长开了一个好头。

然而，随着各地都想“分一杯羹”，线上跟风模仿又未能凸显本土特色的内容也层出不穷，同质化严重，易引发审美疲劳。业内人士认为，基于地方特色、文化底蕴打造的差异化产品才能形成竞争壁垒。一些网友更是直言：“没

有宰客、提高服务，才是王道！”

业内人士表示，各地“花式揽客”为文旅产业链发展带来新的市场机遇，旅游行业企业应主动与文旅部门、景区、酒店等合作，共同开发具有地方特色的旅游产品，实现互利共赢。各旅游目的地应从细节上提升食、住、行、游、购等服务，在文旅产品与游客、网友的互动中迭代升级，促进社会资本和商户服务加大投入，形成良性循环。

“文旅部门不能因本地短期走红沾沾自喜，更重要的是要做好后端‘品控’工作。”江苏省文化艺术研究院助理研究员宋长善

说。如果“弯道超车”变“翻车”，舆论风暴反而会影晌长期打造的旅游形象。

专家表示，对于普通城市来说，想提升城市品牌、赢得人才和投资青睐，还需思考如何从“网红”到“长红”、让“流量”变“留量”。

宋长善建议，应在完善旅游公共服务体系基础上，结合自身资源禀赋，以特色文化赋能景区，打造高品质、多样化、个性化的“硬核”文旅产品。“线下的旅游体验取决于整个旅游产业链是否完善、管理是否到位，这并非仅靠短视频宣传片就能做到。”

据新华社

分类信息 【刊登热线】
56118885
56118880

办理由 海曙区：槐树街62号(都市仁和中心)20楼2011室
地址 鄞州区：宁东路901号宁波报业传媒大厦一楼

法律服务
●离婚、房产、经济纠纷 87295238

仁保物业急招
厨师、保安、会务服务员、
清洁工、洗衣工、档案整理员。
工作地点：鄞州下应 海曙大来街
电话：87196111 转 81518、
87196111 转 85012
地址：海曙区大来街50号503室

声明公告
刊登热线：
56118880

●宁波方正睿成企业管理咨询有限公司遗失公章(编号：33020510006213)财务章(编号：33020510006214)各一枚，声明作废

●宁波博鑫房地产经纪有限公司遗失公章、财务章各一枚，声明作废

●宁波市北仑区大碇来汽配经营部遗失财务专用章一枚，编号3302060084907声明作废

●宁波市鄞州麦泛网络科技有限公司遗失财务专用章一枚，编号3302120234541声明作废

●余姚诚心内科诊所有限公司遗失财务章一枚，编号33028110091948声明作废

●慈溪市果硕水果店遗失财务专用章(编号：33028210116683)、合同章(编号：33028210116685)各一枚，声明作废

●本人孙丹丹购买宁波万霞置业有限公司开发的湛蓝云镜小区项目-1-465并签署买卖合同：ZJ22330205YS0037744；因本人保管不善，合同遗失两份，车位发票遗失一份。发票代码：033021900105、发票号码：09345951、开票日期2022.3.28；发票金额：3万元、开票公司：宁波万霞置业有限公司

●张博遗失人保执业证，编号0000233021100002021000010，发证时间2021/1/18声明作废

●慈溪腾发搬运服务有限公司遗失财务专用章一枚，编码3302820340152，声明作废

●慈溪市陶锐熟食店遗失公章一枚，编码：3302820307221，声明作废

●龙游县旭军电子有限公司原始提单正本已遗失，提单号为：ONEYNB3BJD550700船名航次为：YM MODESTY V.067W，箱号为：TGB U4482903，开航日为：2024年1月19日，声明作废

●余姚市艳艳水电安装服务部遗失公章一枚，声明作废

●余姚市盛景日用百货商行遗失营业执照正本，统一社会信用代码92330281MA2J4KGM6Y，声明作废

●宁波汉杰进出口有限公司遗失公章、财务章各一枚，声明作废

●宁波汝衣制衣有限公司遗失公章、财务章各一枚，声明作废

●宁波金佐罗纺织服装有限公司遗失公章、财务章各一枚，声明作废

●慈溪市启鼎建设工程有限公司遗失公章一枚，编号33028210235616财务专用章一枚，编号33028210235617发票专用章一枚，编号33028210235618，声明作废

●宁波市北仑区溱公益社区服务中心遗失公章一枚，编号33020610048333，声明作废

●慈溪市周巷炳权电动车商行遗失公章一枚，编号33028210086264，声明作废

物业招标公告

鄞州区金海嘉园小区公开选聘物业服务企业。有类似金海嘉园小区规模的在管物业项目的，且具备一定物业交接经验的物业服务企业报名，报名截止时间至2024年2月3日16时。

联系：0574-87788072周老师