

文旅局长卷『出圈』，旅游热度噌噌涨

他们为家乡代言，加速了当地旅游市场复苏

近年来，有文旅局长因为短视频意外走红后，全国多地的文旅局长纷纷效仿“出战”，换装、排舞、骑马、撑筏，使出浑身解数为家乡代言。有网友评论称：“现在没点才艺，都当不了文旅局长。”

那么，这些文旅局长“出圈”后，有没有给当地带来游客？近日，记者从多个在线旅游平台获得的数据显示，今年以来，多个文旅局长代言地区的旅游相关订单均有不同程度的增幅，较2019年同期也大幅上涨。

代言地区景区门票预订量较去年同期增长158倍

整体来看，去哪儿的数据显示，截至3月6日，近两周文旅局长代言地区景区门票预订量较去年同期增长158倍，较2019年同期增长21倍。酒店方面，文旅局长代言地区预订量较去年增长76倍，较2019年同期增长166倍。

去哪儿内部人士指出，主要是因为解除疫情隔离措施带来的增量变化，而文旅局长们在其中起到了积极的促进作用。

事实上，早在去年就已有不少文旅局长走红网络，如一袭红色斗篷，在雪中策马行“美出圈”的新疆伊犁哈萨克自治州文旅局副局长贺娇龙；穿戴白衣发冠，手持长剑扮作古装侠客“丑出圈”却大气不惧嘲的湖北随州文旅局局长解伟；还有身披黑袍，长杆撑筏“帅出圈”的四川甘孜文旅局局长刘洪……

去年年底，文旅局长走红网络的话题引发热议。以湖北随州、四川甘孜为例，同程旅行的数据显示，2023年春节期间，随州、甘孜出行需求旺盛，随州酒店预订量较2022年上涨68.4%，甘孜藏族自治州酒店预订量同比上涨94.97%。

评论

酒香也怕巷子深。对于文旅局长们的“出圈”，总体上应予以充分肯定。当然，对于“出圈”要有清醒认识，数据的起伏透露了一个浅显的道理：引来注意力相对容易，难的是如何将短期的流量，真正转化为当地经济发展的能量。人们乐见文旅局长为发展文旅经济而“出圈”，当地文旅经济发展不能全寄希望在局长们的“出圈”上。

一个地方之所以能吸引众多客流，最根本的还是靠人们的口碑，而

从旅游热度来看，马蜂窝的数据显示，2023年春节随州的搜索热度同比上涨16%，甘孜的搜索热度同比下跌8%。

交通数据也证实了两地在春节期间的热度不一：同程旅行的数据显示，2023年春节坐火车前往随州的出行人数较2022年春节上涨77.78%；2023年春节坐飞机去甘孜过年的人同比下降了28.35%。不过，春节过后飞往甘孜的人逐步增加，最近的3月，飞往甘孜的人较去年同期上涨209.9%。

要把产品的培育和打造放在一个重要位置上

从春节后的情况来看，马蜂窝的数据显示，今年2月以来，多个文旅局长“出圈”的相关地方旅游搜索热度有不同程度的增长。其中云南德宏搜索热度同比增长83.36%，环比增长6.88%；新疆塔城搜索热度同比增长18.5%，环比增长39.09%。

不过从今年2月酒店预订的情况来看，去哪儿的数据显示，四川甘孜、湖南湘西、云南德宏等地的酒店预订量环比下跌，湖北随州酒店预订量环比上涨0.38%；同程旅行的数据则显示，湖北随州、新疆伊犁哈萨克自治州等地的酒

店预订量环比下跌。

去哪儿的数据显示，湖南湘西、四川甘孜、云南德宏等地今年2月20日—3月6日期间的景区门票预订数量较2019年同期增长均超500%。此外，河南安阳景区门票预订量较2019年同期增长142%，广西桂林灵川景区门票预订量增长121%，湖北随州景区门票预订量增长61%。

业内人士指出，由于很多地区受季节、交通、天气等因素影响，加上春节，今年第一季度的数据并不能完全体现文旅局长们的“出圈”对当地旅游的带动作用，不过文旅局长的“出圈”让这些地方被更多人知道，为当地旅游市场的复苏做出了一定贡献，是一件好事。

中国旅游研究院院长戴斌接受采访时表示，对各地方通过短视频，特别是文旅局长亲自出境拍短视频的这样一股热潮，要给予肯定。同时他表示，“这些文旅局长在推动家乡发展的同时，也要更加关注一个地方旅游目的地中长期发展的科学规律，用多元化的方式让游客感兴趣、愿意来、留得住、多消费。”

戴斌表示，说到地方旅游的发展、宣传推广也好，抛砖引玉也好，一定要把产品的培育和打造，放在一个重要位置上。

如何让网红旅游地变“长红”

这必定建基于当地经济文化发展，来自人们对当地软硬环境的切身感受。我们应当持续优化县域旅游产业空间布局，营造宜居宜业宜游的旅游新空间，加强旅游安全管理，提升旅游市场监管水平和信用体系建设，给消费者以放心的旅游环境。

随着越来越多新业态、新服务迅速地扎根县域，既满足了当地居民即买即达的需求，让县域成为新业态的主要受益者，也使得外来游客得到极大便利。诸如

这样的深刻带有移动互联思维的新业态，不仅是对传统业态的升级改造，更以其鲜明的时代感、时尚感，拉近了消费者与当地的距离，打造了当地的“口碑”。

想方设法“引客来”，通过做实事“留住客”，是许多人很容易可以想到的。而如何“做实事”，则决定了人们对于当地的良好口碑，同时，也很可能决定了网红能否变成“长红”。

本报综合央视新闻、中国青年报等

相关新闻

记者 程凌润

3月5日，济南市济阳区文化和旅游局官方抖音号“文旅济阳”发布了《唐朝猛将薛仁贵穿越千年与济阳区文旅局长对话》的短视频。

“唐初年间，他东征途中驻扎齐州迎风镇（今仁风镇）。他是谁？他就是唐朝第一猛将薛仁贵。”在这段2分39秒的短视频中，一位身穿铠甲、手持长柄刀的男子，在战场上所向披靡。

这位薛仁贵的扮演者是济南80后镇长张强，他身高1.8米以上，这身行头是在网上租的，铠甲是皮革材质的，长柄刀重达20多斤。短视频中，薛仁贵在一阵狂风之后“穿越”到现代，而济阳区文旅局局长王春兰则带着薛仁贵来到西瓜大棚，为其送上“冰激凌西瓜”。其间，王春兰绘声绘色地推介着享誉全国的富硒西瓜——仁风西瓜。

“之前我也拍过一个短视频，当时单纯是从镇长的角度来推介我们的西瓜。”张强说，今年是他担任仁风镇镇长的第三个年头，“济阳区第十五届仁风西瓜文化旅游节快到了，我们就想用就薛仁贵来宣传一下仁风西瓜。”

“最近文旅局长都豁出去了，‘内卷’比较严重。同事也跟我开玩笑，问我什么时候‘卷’。”王春兰说，她每次回答都是“敬请期待”。如今，她将“期待”变成了现实。

“最初，我们想把济阳的黄河文化品牌推出去，但是拍出来总感觉内容不是那么‘充实丰满’。”王春兰说，她曾在西瓜大棚和黄河岸边拍摄了另外版本的短视频，但是自己对这个版本的短视频并不满意。

其实，张强和王春兰最初对出境拍摄短视频也有所顾虑，毕竟网友对“网红局长”的事情褒贬不一。不过，他们都认为应该为家乡做出自己的贡献。“这么多文旅局长都在为家乡做贡献，我也理所当然应该有这一份责任和担当。”王春兰说。

据了解，两位文旅搭档都没有表演基础，他们在拍摄时大都是“即兴表演”。其中，张强平时佩戴着近视镜，他扮演薛仁贵不能戴眼镜，拍摄过程中只能凭“感觉”。有眼尖的网友指出，薛仁贵的兵器是方天画戟，不是长柄刀。“当时确实没有借到方天画戟，我们就将错就错了。”张强说，他们希望网友通过话题讨论来增加印象。

“我们也在考虑（拍摄）续集，想着拍秧歌。”同时，王春兰称将会推出济阳特色农产品的系列短视频，比如曲堤的黄瓜节、垛石番茄节等，通过“农业+文旅”的形式把当地的特色农产品推介出去。

拍摄穿越短视频，推介家乡农特产

济南一文旅局长和镇长组团『出战』

编辑：彭传刚 美编：马秀霞 组版：刘燕

春风和气 钜惠给力 域虎7



江铃汽车 山东江铃全顺汽车销售服务有限公司 地址：济南市市中区二环南路8355号

2023款福特全顺焕新上市 新品上市酬宾季 全系钜惠享好礼



福特专营：87964833 JMC专营：87967545 匡山分公司：8568678 章丘店：18615212698 济阳店：15589909617 商河店：18753189391 平阴店：13361035986

轻卡换新季 江铃送好礼



365天 利率 低至 轻卡开回家