

旅游市场恢复，营销也要再创新



近日，各地的文旅局局长们走进“内卷”行列，使出浑身解数“变装”为家乡代言，并借助互联网各传播平台迅速破圈，成为旅游营销的经典范例。作为旅游产业重要的一环，营销宣传如何唤起人们对某个地方的向往，始终是从业者应该思考的问题。

记者 张九龙

自今年春节以来，在政府各项调控政策，特别是扩大消费、促进增长系列措施的推动下，旅

游市场出现了显著的复苏向好趋势。春节假期期间，全国国内旅游出游3.08亿人次，同比增长23.1%，恢复至2019年同期的88.6%；实现国内旅游收入3758.43亿元，同比增长30%，恢复至2019年同期的73.1%。有部分省份两项指标已经达到甚至超过2019年水平，比如山东，春节期间旅游接待人数和旅游总收入两项指标分别达到2019年的134%和99.8%。同时，停滞三年的人出境旅游也在近期连续破冰重启，并呈现出明显的快速回暖趋势。

这些现象都说明，在国家和各级政府积极有效地引导和政策推动下，旅游市场复苏已经取得了显著成效。对当前和今后旅游市场的发展趋势，无论是从业者还是广大民众，都充满了信心。但市场是在不断变化的。一方面，疫情一定程度上改变了人们的生活习惯，也改变了出游习惯和旅游消费习惯；另一方面，旅游市场发展本身也有阶段性特征，市场在不断变化，而旅游企业的创新能力却明显下降。所

以，当前面临的现实是：市场开始复苏，但一些旅游企业却跟不上市场变化的步伐。

今天整个旅游生态已经发生了巨大变化，特别是在文旅融合大背景下，文化“两创”也赋予旅游新要求和新功能，对旅游目的地品牌打造、营销方式、传播效果和经济、社会效益等提出了更高要求。前几天，山东成立了山东旅游营销专家委员会，并召开了旅游营销论坛。在山东省旅游行业协会王德刚看来，旅游营销方式、营销内容等要想与时代共振、与年轻人对接、与广大游客共情，就必须要用时代性的手法去讲述最动人的故事，用新场景、新视觉、新情节、新手法等，把目的地、景区、度假区、酒店、民宿等文化内涵和动人故事分享给游客，更要探讨如何去创新模式、拓宽渠道，用什么方式去讲述最动人的故事，用什么场景去展示最美好的形象。

旅游本身是吸引力经济，“娱乐化营销”的吸粉效应非常强。“娱乐化营销”是一种与娱乐性媒体、娱乐性节目、娱乐性

场景联合打造超级IP、提高产品传播力和吸引力的营销方式。广东省的长隆度假区是一个完全由人工打造的非传统优势产品，巧妙使用了“娱乐化营销”方式，与真人秀电视节目《爸爸去哪儿》《奇妙的朋友》《跑男》等进行合作，圈粉数亿，一跃成为享誉全国和东南亚的著名旅游目的地，而且通过持续的娱乐曝光，不断提高产品粘性，绑定了一大批铁杆“粉丝”，创造了“娱乐化营销”的成功典范。正如王德刚所言，山东有许多同类产品，甚至有的在规模和内容丰富度上已经超过了长隆，但普遍存在营销方式传统、呆板问题，缺乏娱乐性、时尚性，圈粉能力差，需要提升营销创新能力，将自己的产品更加有效地与目标消费群体对接。

无论网络议论如何热闹，旅游最终还是内容为王，这个内容显然不是短视频的内容，而是旅游资源、旅游服务、旅游配套设施等多方面集合而成的内容。在当前新需求、新消费环境下，要注重关注游客需求变化，不断创

新旅游产品开发，提升自己的市场竞争力。

王德刚建议，重点关注备受80后、90后等主力人群青睐的自驾、亲子、家庭出游方式，重视备受年轻消费群体追捧的剧本杀、盲盒、汉服、国潮等新消费热点，推动供给侧求新、求变，努力补齐高品质、深体验文旅产品不足的短板，侧重创新类产品开发，加大剧本杀、密室逃脱、汉服旅拍、国潮体验、电竞、脱口秀、小剧场等个性化体验型产品研发力度。顺应国内旅游消费呈现兴趣导向与悦己体验趋势，除关注产品和服务的实用价值外，满足90后、00后追求社交、悦己、情感属性、文化属性等附加价值的心理需求，推出亲水体验、数字艺术、沉浸式体验、特色演艺等个性化创意产品，实行引进演唱会、举办电竞赛事、开发潜水运动等兴趣经济项目。针对中青年文化体验游客，提供古建鉴赏、红酒品鉴、插花雅集等深度体验产品。推广一批有文化内涵、有风情特色、有深度体验的旅游民宿精品。

2022济南国际双年展 全民摄影大赛完成征集



部分参赛作品展示。

记者 王昕珂

为进一步发掘、展示2022济南国际双年展的艺术魅力，提升济南的城市文化形象，由济南国际双年展组委会主办的“共生世界——2022济南国际双年展”全民摄影大赛，于2月17日至3月12日面向社会进行征集，受到各界广泛关注，摄影团体、摄影家、摄影爱好者纷纷拿起相机，通过镜头记录艺术时刻，用光影传递美好瞬间。

“共生世界——2022济南国际双年展”由山东省人民政府主办，山东省委宣传部、山东省文化和旅游厅、济南市人民政府共同承办，济南市委宣传部、济南市委文化和旅游局协办，山东美术

馆、济南市美术馆(济南画院)作为执行单位负责展览具体实施工作，并作为主展区共同展示。除此之外，还在部分城市公共空间的延伸展区同步展出平行展。

本届双年展共汇聚全球22个国家和地区221名艺术家的272件当代艺术精品，以“共生世界”为主题，包含当代与传统共生、人与自然共生、地域与世界共生、现实与虚拟共生、艺术与科技共生5个维度，囊括国画、油画、版画、雕塑、水彩、综合材料、摄影、影像、装置、新媒体等10余个艺术门类。展品涵盖生态艺术、观念艺术、抽象艺术、新表现艺术等诸多艺术流派，形式当代、形态多样，满足不同观众的审美需求。

目前，“共生世界——2022济南国际双年展”全民摄影大赛征集已结束，接下来，所有参赛作品将通过网络投票环节进行初评海选，票选前135幅优秀作品进入复评；本着公平、公正、公开的原则，复评由主办方聘请专家进行评选，分别评选出一等奖、二等奖、三等奖、优秀奖；最终评奖结果将在山东美术馆、济南市美术馆济南画院、济南国际双年展官方微信公众号、齐鲁壹点等平台公布。大赛设置文创产品代金券、文创产品、定制画册、特刊等奖品，获奖者均由济南国际双年展组委会颁发证书。此外，拟邀请获奖作者参加双年展闭幕式，并举行获奖作者颁奖活动。

记者 郑珂

由文化和旅游部、山东省人民政府主办，文化和旅游部艺术司、山东省文化和旅游厅、济南市人民政府、济宁市人民政府、德州市人民政府承办的第十一届全国杂技展演，3月16日晚在泉城济南开幕。

作为杂技领域的国家级艺术盛会，全国杂技展演已连续举办了十届，推出了一大批优秀杂技作品和人才，为促进杂技艺术事业繁荣发展、增强人民精神力量发挥了重要作用。近年来，文化和旅游部组织实施了“中国杂技艺术创新工程”“全国魔术领军人才培养计划”等工程，项目实施以来，有力提升了杂技创作和表演水平，推动了杂技艺术的创造性转化、创新性发展。

山东坚持“二为”方向、“双百”方针，大力实施艺术高峰战略，创作推出了一批精品力作，文艺创作呈现出百花竞放、蓬勃发展的新气象、新风貌。山东杂技历史悠久，底蕴深厚，历经千年传承发展，现已成为全省文艺舞台的一支重要力量。近年来，全省杂技艺术工作者坚持守

第十一届全国杂技展演在济南开幕

正创新、锐意进取，积极探索新时代杂技艺术创新之路，逐渐发展成为以技巧为核心、与其他文艺形式互促交融、兼容传统特色与现代审美的新型综合艺术，推出了一大批享誉海内外的优秀作品。此次展演，山东将全力以赴做好各项服务保障工作，为全国人民奉献一届精彩纷呈、安全祥和的杂技艺术盛会。

开幕式后，全场观众共同观看了由山东省杂技团创排的杂技剧《铁道英雄》。该剧以鲁南铁道大队抗击日本帝国主义侵略为历史背景，塑造了信念坚定、英勇无畏、足智多谋的英雄群像，谱写了英勇抗战的历史壮歌，曾入选“中国杂技艺术创新工程”，参加朝鲜“四月之春”友谊艺术节并荣获团体奖金奖。

第十一届全国杂技展演期间，将在济南、济宁、德州等地举办优秀杂技剧(节)目展演、专家研讨会、下基层演出等一系列活动，来自全国各地的8部杂技剧、50个杂技(魔术)节目持续演出至3月28日。



开幕式现场。 摄影：房世强