



专家分析

各地文旅局为啥这么“卷”

1月12日以来，#河南文旅杀疯了#、#山东文旅#、#四川文旅连夜摇人#等话题相继登上热搜，使多地文旅收获一波热度。对此，中青旅首席品牌官徐晓磊表示，多地文旅线上线下联动本质是营销上的相互借势、相互引流，不仅能展示各地文旅产品和特色，还能营造互动交流的氛围，带动游客参与其中。

“无论是奔赴线下‘流量中心’哈尔滨还是在线上‘喊话’互动，都体现了地方文旅越来越以游客需求为导向。”徐晓磊告诉记者，随着近两年新媒体崛起，新媒体为官方文旅局和大众游客提供了直接沟通对话的平台，如今哈尔滨也是，不仅为各地文旅提供了展示自家旅游产品、特色的舞台，也为游客提供了直接需求反馈渠道，让文旅局能更加直接沟通拥抱市场。

近两年，各地文旅局局长纷纷下场喊话互动，各地文旅部门都表现得十分“主动”。中国旅游研究院副研究员韩元军认为，这份主动背后，主要是地方对文旅更加重视的原因。他解释说，随着近两年国家扩大内需的政策背景下，旅游业具有关联100多个产业的能力，旅游对地方经济整体的拉动作用非常大，所以地方对文旅更加关注，也愿意付出更多努力；另一方面，从现在旅游业的综合功能来看，一定意义上来说，一个地区旅游的形象代表了这座城市的形象，所以旅游对整个城市软实力的提升也非常明显。各地政府对整个城市品牌的重视和文旅品牌的重视，其实就是对这个城市软实力、竞争力的重视。所以各地文旅局长卖力展示本地旅游产品也不纯粹为经济效益，更多是从综合效益来考虑的。

韩元军也表示，无论是淄博还是哈尔滨，近两年游客都喜欢扎堆去一个目的地，媒体平台上造势对地方文旅宣传十分有利。一方面是疫情三年对游客心理影响非常大，游客希望体验热闹的人间烟火气。另一方面，近两年文旅市场更明显的特征是游客“氛围式”的冲动消费和单个旅游元素吸引力的增强，像哈尔滨今年“左右哥”“造学企鹅”“鄂伦春族”“冰滑梯”等，任何一个元素都有可能触碰到游客，让游客来一段说走就走的旅行。不过，“借势营销只是营销的第一步，最终能否带火其他旅游目的地还有待观察。”徐晓磊向界面新闻表示，目前的“回礼”分享、喊话等方式可能很快会在网上产生较好宣传效果，但具体到游客的实际行动还有待观察。

媒体热评

各地文旅局卷疯了 有没有卷到点上？

各地文旅部门为了吸粉，真是八仙过海各显神通。我们如何看各地文旅部门的“卷”潮呢？

卷，总比躺平好。哈尔滨接住了泼天富贵，说其他地方不艳羡那是假的。谁不愿意宣传家乡好？谁不渴望游客如织的盛况也出现在当地？在这种背景下，很多地方的文旅部门没有作壁上观，更不甘于“吃瓜”，这是好事。一定程度上说，卷也是履职，既是分内事，也回应了当地民众的关切。想办法让当地文旅火起来，总比过碌碌无为。

卷，也要讲究方法。应该说，游客是见过世面的，是不容易被“忽悠”的。不能认为说几句俏皮话，卖卖萌就能把流量引进来，就能让外地游客“刷”地一声喊过来。因此，要引流，关键是卷到位，善于创新，敢放大招，出一些让游客眼前一亮的实招，让游客由“要我来”变为“我要来”。能不能让游客买账，关键看招见不见效。

卷，更要找到落脚点。发展文旅业，“蹭”热点、追流量都无可厚非，但是热点毕竟是暂时的，热度终究会降温的。基于此，要引起长久关注，最根本的是优化制度环境，改善营商环境，让游客很受用，有宾至如归的感觉。当他们感觉到这里有美景美食，更有相当愉悦的文旅体验，自然会前去旅游的，并由回头客变为回头客。

报道中提到一个生动案例。有网友说，某地文旅部门有类征集旅游痛点是真的，他提交问题后，没想到真的会有回应，“的确做到了他们当时说的‘绝不护短’”。这个细节很生动，也很耐人寻味。优化文旅环境不玩虚的，铲除旅游痛点是真诚的，提升游客体验感是实实在在的，游客当然会“用脚投票”，而当地民众也能更有获得感。

新年伊始，文旅业呈现万气象，值得欣喜。而各地铆劲发力，你追我赶，同样值得点赞。把握新趋势，引领新消费，不断优化环境，推出新业态、新模式，文旅新动能就能展现出更澎湃活力。

据新华社、人民日报、中国青年报、新京报、界面新闻、上游新闻等

肖战、王俊凯、王源、陈坤来了！1天涨粉超24万！“急”上热搜的重庆文旅还有“大招”

“重庆文旅是听劝的，肖战、王俊凯、王源、陈坤真来了！”“快点艾特重庆艺人们回家过年啦……”大家都知道重庆旅游已经网红多年，但谁也不会想到在2024年的第一个月，重庆文旅会“急”上热搜。从喊话全国网友征集继续推介山城旅游的“金点子”，到把网络热梗玩出花儿回复网友……重庆文旅最近两天“杀疯了”。而在听网友劝请出重庆诸多明星之后，“重庆文旅”还透露，为了让大家都来重庆，来了重庆吃好、喝好、玩好，后续还有“大招”！



重庆明星纷纷为家乡呐喊助威

重庆文旅一条求助“急”上热搜

近期，随着哈尔滨的文旅产业爆红，全国各地文旅局都像被“逼疯”一样，纷纷使出浑身解数，争做“卷王”。1月14日，“重庆文旅急了”登上多个社交平台热搜榜。原来，重庆市文化和旅游局正在向全国网友求助，征集“金点子”推介山城旅游。

“想成功先发疯。”1月14日发布的热榜视频中，重庆市文化和旅游局官方微博音节奏选电影《孤注一掷》的镜头，“魔性”喊话各区县文旅部门“不顾一切向前冲”。有网友打趣：“重庆文旅这操作有点社会，这是准备拼大招了！”记者昨天联系上重庆市文化和旅游局信息中心，工作人员表示，发布这条视频是希望各区县形成合力，积极投稿，推介自己。“急了”虽然是梗，但我们确实是急了。”这样诙谐的形式征集内容，一方面是希望大家开心一下；另一方面也确实意识到在宣传方面的不足，想广泛征求大家的意见。”该工作人员说。

“重庆文旅急了”这条视频没想到引发重庆本地网友的高度关注，记者在上万条评论中发现，有网友安慰“重庆是最爱游客的城市，不用急”；也有人真诚给出建议：“快去摇人”“请明星拍宣传片”“重庆美女多，上‘美人计’”“多宣传区县景点”“与四川文旅上演‘争风吃醋’大戏，多做景区联动”……对于网友的建议，工作人员进行了积极回应：“最近每天我们都能收到几十条私信，昨天发了视频之后，私信更多了。因为后台人手有限，可能来不及一一回复，不过我们会认真听取这些建议，做出相应尝试和改变的。”

疯狂！重庆文旅1天涨粉超过24万

最近两天，“重庆文旅”发布短视频的频率明显增大，与此同时，花式玩梗也成了网友们不由自主关注的焦点。比如，记者留意到，仅1月14日“重庆文旅”就接连发布了22条短视频。其中，最晚一条是14日23点过发布的。昨天，“重庆文旅”更是发布了39条短视频，“我姓重”“我姓潼”“我万姓”接连发布，最吸引人的当属“为了给重庆文旅上大分，重庆明星都来摇人了”，视频中，肖战、王俊凯、王源、陈坤纷纷出镜为重庆宣传，并表示陪大家去坐长江索道，带大家去解放碑的好吃街大快朵颐，还



734.9万获赞 209关注 54.1万粉丝 “重庆文旅”一天涨粉24万

邀请大家去洪崖洞打卡。“太拼了！”“就看小编这拼劲，我觉得也值得去重庆看一看……”诸如此类的评论，更是层出不穷。更好玩的是，这其中的花式玩梗，尤其是喊话四川文旅“你睡得着吗？我睡不着”并带上了#重庆文旅不到百万粉睡不着#的话题，更是让无数网友笑开了花。

付出当然也有回报。记者注意到，14日一早“重庆文旅”的粉丝数还不到30万，而截至15日晚记者发稿前，这一数字已经更新为了54.1万。也就是说，在一天多的时间里，“重庆文旅”涨粉已超24万。

各区县文旅也“支棱”起来了

“说‘急了’是有玩梗的意思，但确实也是希望征集到更多网友的智慧，让更多人来看我们重庆的大美，宣传推广重庆的文化、旅游。”昨天下午，重庆市文化和旅游局信息中心的工作人员这样跟记者说。而且，已经连续两天疯狂“上分”的“重庆文旅”，幕后3个小编最近也一直紧盯。“其中，我们两个人还带着重庆‘小火锅’们去了一趟哈尔滨。”该工作人员笑着说，“我已经连续两天，每天都只睡三四个小时了，就为重庆打call。”不过，在她看来，尽管很辛苦，但看到为重庆文旅新圈了这么多粉丝，自然也很开心。

继发布肖战、王俊凯、王源、陈坤为家乡重庆“上分”的视频后，15日重庆各区县的文旅委也“支棱”起来了，荣昌、潼南、南充、涪陵、万州……开始组团秀美景、晒美食。知名歌手许嵩演唱的《早发白帝城》再度翻红，涪陵则直接抛出了实打实的优惠：一直到2月24日，东北老铁（旅行团除外）游涪陵多个景区门票全免。

此外，还有一个尤其值得关注的细节是，在“重庆文旅”本轮的疯狂“上分”中，同四川文旅的积极互动，互相成就也成为了广大网友津津乐道的热点。



“尔滨”爆火之后，各地文旅“卷”起来了 “这泼天的富贵，该到我了把！”

要说最近哪里最火，无疑是让本地人直呼不认识的“尔滨”。短视频平台上，无数操着东北口音的私家车驾驶员向南方游客喊话可以免费接送，更有哈尔滨本地居民调侃“别问我哪里好，我也没见过这样的哈尔滨。”

“尔滨”的这把“火”自北向南“燎遍”全国，各地网友也期待这“泼天的富贵”能轮到自己家乡，相继喊话当地文旅。却没想到，各地文旅局奇招频出，集体“卷”上了热搜。首先亮相的河南文旅靠题海战术抢得先机，吸引了近百万新粉丝；山西文旅紧随其后，创下了平均每分钟就发布两条短片的记录，令人叹为观止；山东文旅不甘示弱，土味视频《我姓东》走红，吸引了超过71万的网络观众……谁也没有想到，2024开局之年，最卷的竟然是文旅局。

一系列“花式”操作 让“尔滨”成这个冬天的“顶流”

为啥叫“尔滨”？哈尔滨人给出了温暖的答案：“尔滨”听起来多亲切啊，更像是亲人和朋友，咱家来qi e（客人）了，“尔滨”必须得招待好。冻梨可以切片摆盘，豆腐脑可以放糖；担心游客滑倒，中央大街地下通道就铺上地毯；游客说想看企鹅，极地海洋馆的“海学企鹅”出来“接客”；鄂伦春族也被邀请出来表演驯鹿了，网友说“上一次让他们集体出山的是乾隆”；市政府要求宾馆酒店经营企业珍惜“出圈”机遇，不盲目涨价……

“尔滨，你让我感到陌生。”“豆腐脑都出甜的了，你背叛了东北。”“皇额娘，这样哄孩子的歌你从未对我唱过。”一时间，社交媒体上尽是本地人的“辛酸泪”。尽管如此，没享受过这种待遇的东北人还是加入了“宠游客”大军，有人开着家里的劳斯莱斯豪车上街免费送接送游客，有人热情邀约订不到宾馆的游客回家住宿，有人走上街头给游客免费提供热饮……

一系列“花式”操作下来，“尔滨”成了这个冬天当之无愧的“顶流”。美团数据显示，元旦假期，哈尔滨洗浴交易额同比增长404.6%，订单量同比增长324.1%，交易用户数同比增长331.1%。据抖音、美团等平台的数据，预计直至春节前后，以哈尔滨为代表的冰雪旅游热度和相关订单增长仍将持续。

多地文旅局奔赴哈尔滨 一边蹭流量一边做推广

在看到“尔滨”火了后，多地文旅局纷纷奔赴哈尔滨展示自家旅游特色、花式揽客，今冬“顶流”哈尔滨成各地文旅的宣传舞台。

1月12日在哈尔滨中央大街·索菲亚大教堂前，四川绵阳文旅团身穿四川北川羌族和白马藏族特色服装和游客共舞、化身李白和游客吟诗互动，还赠送绵阳米粉以及我国第一颗原子弹“邱小姐”文创模型。1月10日，广西文旅团身着民族服饰在哈尔滨商城表演舞蹈“科目三”。此前1月5日，呼伦贝尔两个下辖文旅局也先后在哈尔滨街头弹奏马头琴、表演民族歌舞；此外，还有四川文旅、重庆文旅等相继亮相哈尔滨冰雪大世界，和游客互动蹦迪。

“此次哈尔滨之旅一方面是响应省厅号召，对四川‘小熊猫’来哈尔滨研学进行回礼。”四川绵阳市文广旅局推广科科长孟思楠告诉记者，“另一方面，哈尔滨是今年冬天的流量中心，除了东北本地人外，很多游客也在哈尔滨，希望借助哈尔滨平台宣传推广四川绵阳。”孟思楠还表示，哈尔滨的爆火肯定有更深层的原因，此次希望到现场感受、学习一下相关经验，从而更好开展绵阳文旅宣传推广方面的工作。

喊麦宣传花式“整活” 各地文旅局“卷疯了”

未奔赴哈尔滨的文旅局也不甘落后，在线上“卷”了起来。河南、山东等地文旅局不仅仿照哈尔滨的宣传曲《我姓哈》分别创造了《我姓河》和《我姓东》等喊麦宣传曲，还向游客花式喊话宣传。

河南文旅局更是从1月11日开始“题海战术”，频繁发布宣传视频，最多一天更新了30多条视频，目前该账号作品数量已破万；随后，山西、河北等多地文旅同样“卷”了起来。1月11日，山西文旅从晚上8点到第二天早上6点35分，一共发布57条视频，最快的时候1分钟连发两条；河北文旅同样“抄作业”，不仅立下“日更60条”的flag，更是创下连更75条视频的更新记录。

除了“卷”数量，各地文旅局还开启了“摇人”节奏：河北文旅请了赵丽颖过来“扛大旗”，四川文旅把凌云摇了出来，刘涛在江西文旅抖音首号下留言“助力家乡上分”，重庆文旅局请来肖战助力，王一博录制宣传视频推介家乡河南。另外，在视频内容上，吉林文旅把张起灵搬出来了，河南洛阳连夜换上了“飞鱼服”，江西文旅帅气“锦衣卫”已就位，各地文旅不断推陈出新。除各地文旅局外，各地大学生和市民也参与其中，为家乡出谋划策、投稿宣传。

各地文旅还在花式宣传回礼中纷纷拿出了当地特产。例如，有网友发现洛阳龙门高铁站不仅有身穿飞鱼服的“锦衣卫”们恭迎游客，竟然还准备了100颗钻石赠送，最大有1克拉，只需回答几个关于洛阳的问题，或现场与主持人对诗，即可轻松领取。这让不少河南本地人感叹自己都不知道河南是中国“钻石之都”；黑龙江人也惊呼“自家特产蔓越莓，一直以为是进口的”；四川人也表示不知道全球12%的鱼子酱产自四川。

另外，还有甘肃产南美对虾、重庆产澳龙、山东和安徽产顶级鹅肝等。这场被网友调侃成“全国特产大摸底”一定程度上让不少当地特产、特色得以展示、宣传。另外，从数据来看，各地文旅局“喊话”似乎有所成效。记者观察到，河南省文化和旅游局抖音粉丝从1月10日的15.6万涨至如今157.5万，涨粉逾百万，其中1月13日单日涨粉超60万；河北文旅粉丝自1月12日的45.6万，涨粉至91万；山东文旅账号粉丝自1月11日的143.9万，涨至166.2万。另外，山西文旅、四川文旅两天时间也涨粉近十万。



陕西文旅卷到凌晨两点还在营业



河南文旅用美男计



赵丽颖空降评论区：我来啦！我为河北文旅扛大旗