

文旅官員親上陣 左「搖人」右「喊麥」 花式搶遊客 各地大比拼



新年伊始，內地文旅板塊持續升溫。網友們紛紛在線「監工」，喊話家鄉文旅局「快來抄優秀作業」。各地文旅部門則主打一個「聽勸」，開啟「卷王」模式花式攬客。有的文旅局長親自披掛上陣，與網友親密互動；有的則亮出當地的非遺項目，以文化的魅力吸引遊客；還有的密集喊麥，「在線搖明星」為家鄉文旅宣傳「上大分」；洛陽市「大手筆」舉辦答題送人工鑽石迎客活動，順帶宣傳河南「特產」……八仙過海，各顯神通，備戰即將到來的春節旅遊旺季。

大公報記者 江鑫嫻

「感受一口湖南的勁辣和它賦予的激情，這是湖南人的智慧也是我們對生活的熱愛。我是湖南的兒子張藝興，歡迎大家來到湖南。」日前，「湖南衛視文旅湖南搖來了張藝興」登上微博熱搜。同樣上熱搜的還有脫口秀演員徐志勝為家鄉山東濟寧的鄉村大集「代言」。

「題海戰術」通宵達旦剪視頻

這次文旅局的「搖人大戰」，還得從河北文旅說起。河北文旅12日連發多條動態，喊話趙麗穎回家，趙麗穎回應道：「我來啦！我為「河北文旅」扛大旗。」隨後，各地紛紛找「頂流」們為家鄉代言。王一博、肖戰、玲花、朱一龍、劉濤、周迅等，都加入到了為家鄉助力打call的隊伍中。吉林文旅更是另闢蹊徑，搬出《盜墓筆記》靈魂人物張起靈，宣傳中華十大名山之一的長白山。

為吸引遊客關注，多地推出混剪「喊麥」短視頻。從山東的「我姓東，大山東」到河南的「我姓河，河鵝河」，再到湖南的「每多一個湖南人，湖南就會多一個人」，這種風格的短視頻，一定程度上體現了幽默性和娛樂性。「山河四省（山東、山西、河南、河北）」亦是主打「聽勸」「寵愛」。比如，河北文旅聽從網友建議，將自媒體號名稱從「河北旅遊」改為「河北文旅」，以方便網友搜索；河南文旅推出了「肌肉男」和古裝美女團，以顏值吸引遊客。

一些地方文旅部門為了保持熱度和積累粉絲，開展了「題海戰術」，通宵達旦地寫文案、剪視頻，每天更新數十條，展示出「拚命三郎」的精神。如山東省文化和旅遊廳開設「好客山東」微信、微博、抖音、頭條等21個新媒體賬號，日均發文量110篇，總粉絲量超過1200萬。

「聽勸」瀋陽站站回來啦！

同時，各地文旅部門巧借社交媒體，用「網言網語」和網友對話，匯聚「民意」「民智」，提高服務質量。有台灣網友18日在社交媒體發視頻稱，來到遼寧瀋陽網紅打卡地——地鐵「瀋陽站站」打卡，卻發現站牌悄悄改名變成了瀋陽站。於是該網友喊話瀋陽的領導：「瀋陽站站真的很可愛，呼籲把瀋陽站站改回來。」當天下

國際雪節開幕，第40屆中國雪季在冰雪



春節出遊熱門地

- | | |
|--------|--------|
| 1. 哈爾濱 | 6. 昆明 |
| 2. 重慶 | 7. 貴陽 |
| 3. 北京 | 8. 西安 |
| 4. 成都 | 9. 上海 |
| 5. 廣州 | 10. 深圳 |

數據來源：同程旅遊

卷「流量」更要卷「質量」

在各地文旅部門花式攬客的火爆氛圍中，很多遊客和網友感慨「提前感受到了過年的熱鬧」。多位內地民眾表示，各地文旅最好的代言人就是遊客，在卷「流量」的同時更要卷「質量」。

「畢竟實實在在解決問題，誠心誠意打造文旅品牌，才能收穫高口碑，引來高人流。」北京市民劉先生剛和家人一起去了趟哈爾濱。「最近經常能刷到哈爾濱寵客的消息，從中看到了冰城的美麗和浪漫，想讓孩子也去體驗一番。」他說，當地在服務上花樣「整活兒」，下了飛機就能看到歌舞快閃，很多商家免費提供薑茶熱水……體驗感很好。

北京的王女士曾帶孩子去貴州旅遊，欣賞美

麗風光的同時，也感受到了當地的細緻服務，「價格還不貴」。「前幾天看到一位網友發帖稱，「吐槽」貴州旅遊服務痛點後，收到了貴州省文旅廳的現金「獎勵」。為此，貴州文旅吸粉無數，大家紛紛表示，真是主打一個「聽勸」。我想這也是提質量增流量體現。」她說，拿出真金白銀聽取意見，獎勵舉報，這屬於有智慧有擔當的表現。

「近期看到很多城市在卷流量的同時，也在卷服務和口碑。」上海的樊先生一家計劃趁孩子寒假期間，去河南旅遊。他說，「聽說有數萬場活動，景區也有門票優惠。大年三十之前住宿價格較低，全家都很期待鄭州、開封、洛陽、登封的行程。」

瀋陽站站回來了



瀋陽站站回來了

▲地鐵「瀋陽站站」改回原來「可愛風」的站名。新華社

「聽勸，瀋陽站站改回來啦！小夥伴們可以打卡啦。」據報道，近日，一名網友稱自己去瀋陽網紅地點——地鐵「瀋陽站站」打卡，卻發現站牌已改成了「瀋陽站」，希望能改回原來「可愛風」的站名。1月18日，瀋陽市文旅局長劉克斌在社交媒體賬號上發布消息，稱已按照網友願望改名。不少網民留言：瀋陽「聽勸」，這真不是多一個字少一個字的事兒，而是有沒有把遊客當回事的事兒。

各地祭出奇招吸引遊客

▲1月6日，身着赫哲族服飾的黑龍江省饒河縣文旅推薦官來到哈爾濱中央大街推介家鄉特產魚品。新華社

午，瀋陽市文旅廣電局局長劉克斌在小紅書等平台發文稱：「聽勸！瀋陽站站回來啦！小夥伴們可以打卡了。」貴州省文旅廳則面向社會徵集貴州旅遊痛點。網友舉報問題，經有關部門查處後，收到了貴州省文旅廳3000元（人民幣）獎金。

多地還通過非遺文化聯動攬客。例如：16日在福建龍岩啟動的「龍岩迎龍年」客家非遺美食文化交流活動，福建、廣東、江西三省聯動，閩南、閩西、梅州、贛南4個客家文化生態保護區共同參與，通過系列活動邀請海內外客家遊子回家過年。

各地文旅「花式」比拼背後，是變「流量」為「客流量」的期盼，更是為即將到來的春節假期，甚至2024年整年的旅遊市場做預熱。根據目前各旅遊平台披露的數據，2024年旅遊市場預期將進一步向好，大部分遊客的出遊首選仍是內地遊。權威報告預測，2024年內地旅遊出遊人數、內地旅遊收入將分別超過60億人次和6萬億元。



掃一掃 有片曉

恭迎公主殿下回城

▲河南洛陽安排「武士」迎接遊客。

河南 將士「贈鑽石」

河南洛陽安排了身着金甲武士裝的男性在高鐵站接站，對遊客高呼「歡迎回城」，儀式感十足。洛陽還準備了人造鑽石送給遊客，遊客只要回答關於洛陽的問題或現場與主持人對詩，答對就可以領取。中國人造金剛石90%以上的產能在河南，這不僅開展了旅遊宣傳，還推介了當地優勢產業。

北國民族風情

1月6日，赫哲族群眾從烏蘇里江畔的黑龍江省饒河縣來到人氣爆棚的冰城哈爾濱，身着民族服飾，在百年老街中央大街上載歌載舞，向人們推介魚和蜂蜜等家鄉特產的同時，也讓天南海北的遊客感受到濃郁的赫哲民族風情。

網友熱議

@Arsenal_X_H_T：搞活文旅，切莫忘真心待客，遊客所需在心中。

@奧派QQ：合理化價格，打擊不良商家和黑導遊，提高服務質量，何愁旅客不願消費。淄博、哈爾濱的火，火就在服務貼心、價格合理，把顧客當上帝。

@魚樂士：就怕旅遊一錘子買賣，遊客來了各種宰客，出租宰客，餐飲宰客，坐地起價，把今日的繁榮，變成了明日的淒涼。

@熱心市民小唐阿：哈爾濱文旅帶了好頭，我覺得哈爾濱人民的配合也是重點，東北人骨子裏的熱情好客讓南方朋友感受到了不一樣的旅行體驗。



戰國古風美人

1月13日凌晨，河北文旅部門宣布實現日更75條，統統帶上#河北卷王#的話題，並稱「75是抖音的上限，不是河北文旅的上限！」網友稱「衡水模式的風終究是吹到了河北文旅的身上」。第二天，河北文旅再次聽勸，火速改換戰略，發出眾多穿着戰國袍的古風美人視頻，又登上熱榜。

▲「河北文旅」賬號發出眾多古風美人視頻。

山東到關東 皆是「誠」字助成功

雙向奔赴 去年上半年，淄博躍進全國人民的視野，拿出了「好客山東」的氣勢，將遊客好奇地請進來，讓遊客帶著笑容走出去。現在，「爾濱，你變了」調侃的話語成為口口相傳的熱梗，並頻頻登上熱搜。從山東淄博，再到關東哈爾濱，二者的火爆「出圈」絕非偶然。「金盃銀盃不如客戶的口碑」，當熱度來臨的時候，淄博開設「燒烤



▲去年上半年，山東淄博燒烤出圈。圖為2023年4月，民眾在淄博燒烤店用餐。中新社

專線」、實施景區減免優惠政策、控制市場漲價幅度。

再看哈爾濱，中央大街鋪地毯、隨處可見的取暖小屋、哈爾濱人的熱情待客。「客人多了，更要珍惜，現在一天的人流趕上以前一周的人流。」每天不停在店裏叮囑工作人員的張先生，是哈爾濱當地六家鐵鍋燉的老闆。他說，「我們挺過了嚴冬，如今生意好了，對服務更要一絲不苟。以前做不好是砸了自己的飯碗，如今我們代表的是哈爾濱的形象。」

真誠待客贏口碑 生意滔滔

從旅遊部門到當地老百姓，大家都充分滿足遊客的需求，而旅客的熱情回應讓城市持續升溫。哈爾濱把愛給了遊客，而千萬萬的遊客在得到美好體驗後，自發為哈爾濱的旅遊口碑代言。可以說，淄博和哈爾濱的持續火爆，其實是一場城市和旅客的雙向奔赴。拿出真心實意的服務項目，才能守住城市的煙火人間。

大公報記者于海江

取經哈爾濱 應該「取」什麼

熱點短評 從一場「退票風波」開始，按以往的慣性，應受到網友們鋪天蓋地指責，官方發出消息之後一切可能依舊。但這次哈爾濱通過一系列「寵客」操作，口碑逆轉，尤其是對被昵稱為「小土豆」的南方遊客的熱情服務，贏得了廣大遊客的認可和讚賞，哈爾濱更是成為了這個冬天的文旅界的頂流，甚至有網友稱「厚道得讓人心疼」。

哈爾濱一連串的應對措施，被媒體稱為以「退」為進的神操作。除了冰雪大世界，哈爾濱為了招待五湖四海的遊客，更是整出來很多花活，屢屢登上熱搜。飯店裏凍梨切片，索菲亞大教堂掛上人造月亮，連長年生活在深山中

的鄂倫春族都牽着馴鹿為遊客助興……這種把遊客寵上了天的操作，讓全國遊客對哈爾濱心生嚮往，期待來一次冰雪之旅。

黑龍江文旅廳廳長何晶表示，哈爾濱的爆火並不是偶然，當地已經做了一年的準備，其中就包括各種網絡營銷，通過互聯網和新媒體平台多維度的宣傳，尤其邀請了頭部博主來進行引流，比如萬人蹦迪，索菲亞教堂旅拍，紅專街早市。同時策劃了很多高流量的IP，比如「逃學企鵝」「歌聲響的黑龍江」等。

「最好的旅遊是人的鏈接，人永遠都是最美麗的風景。」哈爾濱模式能否複製，誰是下一個出圈的城市？我們拭目以待。

大公報記者于海江