

流量密碼

不久前，來自重慶榮昌的「榮昌江哥」（真名林江）身穿一襲花棉襖，一路跟隨美國網紅「甲亢哥」輾轉中國多地直播，因給「甲亢哥」投餵榮昌滷鵝而被廣大網友取名「榮昌滷鵝哥」。一個人一隻鵝，重慶西部小城榮昌敏銳地接住「滷鵝哥」帶來的潑天流量，順勢而為，讓榮昌成為「五一」假期火爆出圈的旅遊城市。

內地「五一」假期期間，榮昌區累計接待遊客234.4萬人次，同比增長168.2%，榮昌滷鵝銷售量超過29萬隻，同比暴增752.53%。當地新增數千小攤位，連賣雪糕的小販也日入兩萬元。榮昌的爆火並非偶然，從政府到百姓，一場以「寵遊客」為名全民接待，讓這座千年古城成為「最暖目的地」。榮昌開放政府食堂、景區免門票、停車免費，這些看似「虧本」的買賣，卻贏得了遊客的心。

大公報記者 韓毅重慶報道

「本來只想吃隻鵝，結果玩了三天兩夜」

這個「五一」假期，榮昌用最暖心的方式向全國遊客展示了城市的热情與魅力。榮昌高鐵站外，身着紅馬甲的志願者們忙得不可開交，不停地向旅客們遞礦泉水、茶飲、美食介紹及周邊省市景點介紹單，遊客離開時，還能收到愛心企業贈送的特產禮品。志願者肖祥春加入愛心車隊，在高鐵站為遊客提供免費接送服務，每天早上7點到站，直到晚上凌晨才回家休息，樂此不疲。他還笑着說：「看到遊客們滿意的笑容，再累也值！」

遊客：在榮昌感受到家的溫暖

「春風里養生堂」的老闆呂自勇，把自家21間「美容房」改成「免費酒店」，讓那些訂不到房間的遊客有了落腳之地。一位遊客感動地說：「在榮昌，我感受到了家的溫暖。」對此，榮昌區委書記高洪波說：「我們全力以赴，全員上崗，全民參與，只為讓遊客乘興而來，滿意而歸。」這種「寵客」服務，滲透到城市的每一個角落，讓遊客帶走的不僅是滷鵝，更是一份「被溫柔以待」的城市記憶。

全民動起來 接住流量機遇

近年來，被流量引爆的城市出圈案例有許多：淄博燒烤火遍全網；哈爾濱寵愛「南方小土豆」帶動冰雪旅遊井噴；甘肅天水「麻辣燙」引發人潮爆棚……現象級網紅城市反覆驗證着「真誠經濟學」定律。

榮昌政府敏銳地捕捉到「滷鵝哥」帶來的流量機遇，迅速行動起來。「五一」期間，榮昌開放政府食堂、景區免門票、停車免費，這些看似「虧本」的買賣，卻贏得了遊客的心。滷鵝的火爆帶動相關產業就業3000人，滷鵝物流量暴增10倍，農戶養殖、電商等全面受惠，當地通訊費也因湧入的網紅直播而猛漲三倍。當地新增數千小攤位，連賣雪糕的小販也

日入兩萬元。

此外，榮昌還有「一片陶、一匹布、一把扇」三張非遺名片，安陶小鎮的陶藝DIY、夏布小鎮的織布體驗、摺扇坊的書畫創作，讓遊客沉浸式感受千年文化，再配上滷鵝、黃涼粉、羊肉湯等美食，形成「吃住行遊購娛」全鏈條體驗。有遊客表示：「本來只想吃隻鵝，結果玩了三天兩夜。」

「吸引流量對地方發展有什麼幫助？當然是帶動招商引資，發展產業，助力百姓增收。」高洪波指出，「爆火給榮昌帶來城市形象提升、產業裂變、經濟發展、民生改善，還提升了老百姓精神、自豪感、自信心，點燃了這座城市所有人為家鄉做貢獻的激情。我認為，網紅城市表現在三個方面：第一，當地老百姓熱愛家鄉、有自信心；第二，遊客嚮往該地，紛至沓來；第三，企業家在該地投資踴躍。」

這場由官方引路、民間響應的城市營銷，舉起一隻鵝的旗幟，全城湧動，在融洽的氛圍中凝聚一股強大的向心力，成功帶動經濟發展，幫助百姓增收。流量經濟的本質是人心經濟，城市出圈沒有標準答案。榮昌故事告訴人們，真誠服務、官民共創、深耕產業，這或許就是網紅變長紅的「流量密碼」。



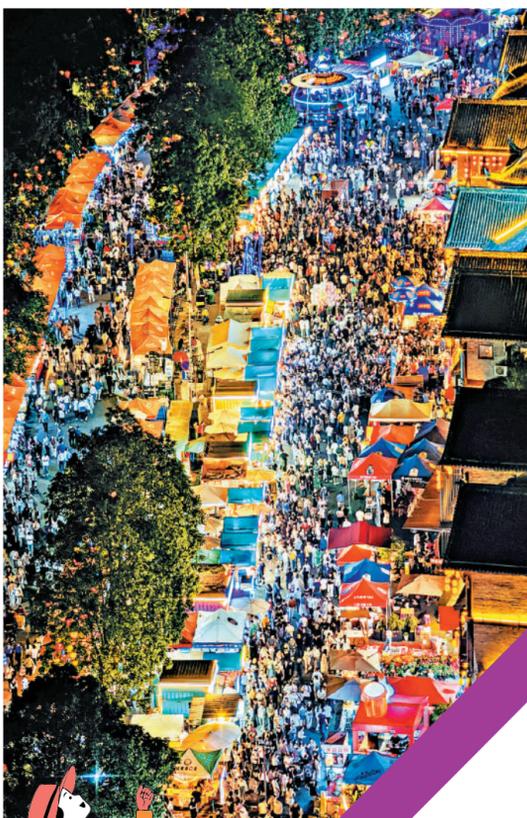
▲五一期間，榮昌滷鵝銷售量超過29萬隻，同比增長752.53%。圖為眾多食客排隊購買榮昌滷鵝。受訪者供圖

「寵客」有方 重慶小城「五一」爆紅

滷鵝銷量暴增逾七倍 雪糕小販日入兩萬元



▲「五一」期間，榮昌夏布小鎮遊客「井噴」，成為重慶景區「頂流」。受訪者供圖



▲「五一」期間，榮昌夏布小鎮遊客量達89.11萬人次，飆升至重慶景區首位。

▼榮昌旅遊爆火，在高鐵站外「來了就是一家人」標語下，志願者為遊客送礦泉水。大公報記者韓毅攝

爆紅看似偶然 實則早有「預謀」

這場看似偶然的滷鵝「破圈」，實則藏着城市發展新思路。三年前榮昌就開始布局公益孵化網絡主播200餘名，培育了「滷鵝哥」等頭部主播11名。高洪波表示，「榮昌爆火看似意料之外，實則情理之中。近年來，我們一直抓文旅、美食和非遺傳承，培養網絡經濟和網紅達人。一定要有自信和準備。」



▲「滷鵝哥」林江與甲亢哥合影。

高。林江在深圳感動了甲亢哥團隊，獲得認可。甲亢哥告訴林江下一站長沙我們還見面。

「林江在香港、深圳追甲亢哥時，榮昌區線下的滷鵝賣光了。」談及此，高洪波大手一揮，「那一刻，我判斷榮昌的機會來了，一定要抓住這波流量。我們派出滷鵝企業代表和網絡達人共7人的去給他送『子彈』，相當於後援團了，

林江更有底氣了。」

從「空投物資」到組建後援團，榮昌展現出對網絡節奏的敏銳掌握與務實作風。網民普遍肯定這種「懂網絡、會操作、有溫度」的官方態度，也讓「榮昌滷鵝」成為繼淄博燒烤、天水麻辣燙後又一地方網紅美食。在流量經濟時代，榮昌此舉不僅是地方品牌的勝利，更為城市如何以創新方式「出圈」提供了重要參考。

「沒有這幾年『種草』，怎麼會突然出現『滷鵝哥』林江？」高洪波透露，「我們認真研究了淄博、天水等地爆火都是通過網絡發酵。淄博、天水林江都去取經了，還去見識了河南開封「王婆」、山東荷澤郭有才。郭有才在荷澤南站直播唱歌，為了佔據最佳直播位置，林江在那裏站了10個小時。」

林江琢磨，一般思路是跟拍甲亢哥，吸引粉絲進直播間。林江希望自己進入甲亢哥的直播鏡頭，這樣所有自媒體就會來拍他。成都、重慶投餵之後，榮昌滷鵝線上銷量增加了。

到港追甲亢哥 後援團「空投」滷鵝

在香港投餵甲亢哥當晚，林江回了高洪波電話，「書記啊，沒想到你給我打電話，我沒有『子彈』（家鄉美食）了，在深圳商場到處找重慶土特產。」榮昌一名年輕的工作人員馬上買了滷鵝，乘早班飛機抵深圳，第一站在華強北就找到了穿「大花襖」的林江。「江哥，我是榮昌老鄉，給你送物資。」林江非常感動。

甲亢哥直播中，林江一出現，粉絲一片沸騰，刷屏喊uncle一起出場的呼聲很

走紅契機

大學生組團前去吃燒烤，因實惠量大味美，受到廣泛歡迎

地方舉措

定製公交線路，開通燒烤專列；提供平價住宿等

存在短板

熱度持續時間較短，過度依賴單一標籤，缺乏長期產業聯動

內地網紅城市吸客妙招

淄博	哈爾濱	天水
親切地稱南方遊客為「南方小土豆」，憑藉熱情好客的服務吸引大量遊客	為應對嚴寒天氣並保護遊客安全，在路面鋪設防滑地毯、給扶手包裹紅絲絨「外套」；提供地鐵免費搭車服務等	因地方特色美食「天水麻辣燙」而火出圈
開通麻辣燙公交專線；外地遊客在政府機關大院可免費停車等		
		熱度持續時間較短，過度依賴單一標籤，缺乏長期產業聯動

榮昌「出圈」歷程

「滷鵝哥」走紅 3月30日至4月9日
●「滷鵝哥」林江跨越成都、重慶、香港、深圳、長沙五城投餵甲亢哥，在短視頻平台爆紅，榮昌滷鵝迅速出圈。

政府快速反應 4月11日

●榮昌政府提出《榮昌滷鵝產業高質量發展方案》和「千年榮昌、百年滷鵝，百城萬店、百億產值」目標，成立滷鵝產業工作專班，嚴控滷鵝質量與價格。

宣傳地方非遺 4月27日

●360集團創始人周鴻禕到榮昌與「滷鵝哥」林江見面、直播，熱情互動，了解榮昌陶、夏布、摺扇等國家級非物質文化遺產，熱度高漲。

推出便民服務 五一假期前

●榮昌對遊客作出免費停車、免費坐公交車、免費遊景點「三大免費」承諾，並開放政府機關食堂，提供3至18元平價餐食。

承接文旅流量 5月1日至5日

●赴榮昌旅遊人數突破200萬人次，夏布小鎮遊客居重慶市景區之首，當地滷鵝銷售突破日8萬隻。

大公報記者韓毅整理

善於取經 準備充分 專門分析網紅城市成長經驗

榮昌區委宣傳部鄒彥告訴記者，「我們年初就做了充分準備，組織專家給各部門分析淄博、天水、哈爾濱等網紅城市的成功案例，剖析流量如何變增量，從網紅實現長紅，前瞻性地提出要對百姓、對遊客、對企業開放包容。」「爆火之後，我們繼續加大力度深耕非遺，新評定了109位滷鵝技藝非遺人才，部署了多項措施促進非遺、美食和旅遊深度融合，並在網絡上持續打造榮昌話題，保持熱度。」榮昌區文旅委副主任張志秀介紹道。

「榮昌出台的寵客舉措和服務，吸引了遊客，旅遊火了，市民、商家收益

就更多。」張志秀坦言，「為什麼榮昌政府和百姓會雙向奔赴？因為榮昌注重營造尊重企業家、尊重招商人、尊重老百姓的氛圍，形成了良好的服務意識。我們長期打造兩塊招牌：文化品牌「千年榮昌」和營商環境品牌「來了就是一家人」。

榮昌文旅委工作人員也表示，「我們更在乎的是遊客來了之後覺得『值』，願意再來。不追求瞬間爆紅短暫『流量』，而是努力轉化為遊客願意二刷、三刷的持久『留量』。流量終會褪去，但遊客體驗留下的好印象，會帶來下一次回訪。」

打造品牌活動 網紅才能長紅

專家之見 非旅遊目的地城市該如何接住「天降」流量，保持長紅？中國商業聯合會專家委員會委員、北京商業經濟學會常務副會長賴陽表示，當下的社交網絡傳播是幾何倍數、病毒式擴散，所有人都蜂擁打卡，迅速造就爆炸式的網紅城市。隨着信息傳播模式變化、消費方式變化、社群需求，造成城市迅速成為頂流網紅，必然帶來新問題，城市的承載力是有限的，一下人滿為患，各種的服務體系設施跟不上，造成體驗感不好，爆紅之後很可能很快變冷。

「要想網紅保持長紅，首先要打造品牌，定期舉辦節慶活動，深度改善環境，吸引人流聚集、消費、生活。因為城市人群可能會成為未來的新移民，帶來穩定的人口增長和高品質、高消費需求，帶動城市經濟良性循環。」賴陽強調，其次是要出台相應的產業支持政策，營造更好的營商環境，做好基礎設施建設，推進創新創業發展，培育產業新增長點，打造新興成長型城市。城市發展很難有捷徑，要立足自身特色，堅持長期主義，不斷提升綜合實力，才能從激烈的競爭中脫穎而出，實現可持續發展。