

“现在没点才艺,都当不了文旅局长了” 文旅振兴,如何从流量到留量

本报记者 陆 遥

贺娇龙策马雪原,为伊犁旅游做宣传(资料照片)。
新华社记者 白志强 摄

“现在没点才艺,都当不了文旅局长了。”最近,不少人有这样的感慨。

新疆驮马背上的红衣女侠贺娇龙,四川甘孜玩转“笑傲江湖变装”的刘洪,湖北随州银杏树下的白衣大侠解伟……作为各地文旅行业的大家长,他们真是操碎了心,秀够了劲。

随着春天到来和疫情消退,人们出游的心悸动起来。这像一把火,点燃了全国各地文旅局长的斗志。他们纷纷披挂上阵,用花式才艺在各个网络平台为自家风景打CALL。

自己策划、拍摄、剪辑……网红局长们以相对较小的成本,获得巨大的市场反馈,盘活了当地的文旅资源,目前看吸睛效果还不错。从“文旅局长抢秀才艺”里,我们可以看到文旅行业急待走出疫情影响的迫切心情,以及局长们借网络之势做大“诗与远方”的理想。

那么,除了局长秀才艺,文旅振兴还有什么路可以走?秀完才艺之后,文旅行业发展的内在动力是什么?我们一起来回答这些问题。

一

第一问,文旅局长卷来了什么?

首先,是热度。

我们先看看之前的一些案例。“网红”降泽多吉,身份是四川甘孜州道孚县文广旅局局长。在视频中,他以一段英语自述开篇,发起“Who am I?”的疑问,随即化身航天员、唐明皇、格萨尔王,对家乡美景如数家珍,转场流畅自然。

降泽多吉出圈后,带动了道孚县的破圈。这个连一些四川网友都直言“过去没听说过”的地方,为更多人所周晓。

其次,是客流。

湖北随州市文旅局局长解伟引发热烈讨论。2022年,他以一袭白衣的古风扮相出镜推介当地景区,却因“丑出圈”成就了一次“危机公关”。“说我丑我没有话说,说随州没有漂亮的小哥哥小姐姐,我不同意!”视频中,古风着装的帅哥美女行走在当地博物馆和风景区,颇为养眼。

如其所愿。今年春节,随州的炎帝神农故里、大洪山、西游记公园等景区都打破历史最高游客纪录,交出一份亮眼的旅游成绩单。最后,是话题。

为纪念鄂伦春族群众下山定居70周年,黑龙江塔河县文旅局局长都波在零下20摄氏度的低温环境下,拍摄了展示鄂伦春族白鹿服饰的视频,并以此冲上了热搜。

视频出圈后,有人质疑她“公费拍写真”,她及时回应:“拍视频没花钱;衣服是借的,摄影师是同事,图也是自己修的。”这又带来了二次传播。

事实上,这已经不是文旅局长在互联网上掀起的第一波热度。

随着短视频平台的火爆,近年来,文旅局长亲自上场,为当地旅游业代言的案例屡见不鲜。

四川甘孜州文化广播电视和旅游局局长刘洪,通过古风飘飘的变装视频“火出圈”;新疆伊犁州文旅局副局长贺娇龙,以一则鲜衣怒马雪地驰骋的视频涨粉50万;四川阿坝州14位文旅局长合拍短视频,众人身着特色民族服装,在静谧的海子旁漫步;湖北省宜昌市13位文旅局长拿出“十八般武艺”,唱rap、飞无人机……

文旅局长们深谙网络时代“眼球效应”作用,知道不秀点特别的没有流量;同时,他们也知道看秀的对象是手机那一端的年轻人,要给年轻人接受的理由。

一次次热闹的表面之后,更深层次的“花卷”已经开始了。文旅局长已经不满足于在形式上“你争我斗”,而是选择用开放包容的心态,做大朋友圈。比如随州、甘孜两位局长在网上隔空联动。

二

那么,第二问来了:文旅局长为啥要如此“花卷”?

酒香也怕巷子深。首要原因,还是中国“养在深闺人未识”的好风光好地方太多了。不冲出来,大家不知道。

不怕撞衫,就怕撞景。随着经济水平提升,相较于运作成熟的景点,不少人更愿意选择小众而有特色的去处,更热衷于追捧网红景点,这就使各地文旅局长们有了大力宣传自己家乡的动力。

眼下,正是需要文旅局长发力的关键节点。

经历三年蛰伏的文旅行业正在逐步升温。巨大的旅游市场,给了各地文旅局长们不遗余力拼人流的动力。据文旅部官网数据,2023年春节假日七天,国内旅游出游3.08亿人次,同比增长23.1%;实现国内旅游收入3758.43亿元,同比增长30.0%。

我们身边,浙江的文旅局长们,也很拼。今年1月,诗画浙江2023文旅消费季走入上海推介,浙江11个设区市的文旅局长化身“文旅推荐官”出镜,以短视频的方式,为地域旅游品牌代言。

“在水亭门街区奔赴烟花盛典,在文化艺术中心打卡酷炫的地标,还有年轻人喜爱的户外露营、围炉煮茶,应有尽有”,说的是衢州千年儒风和青春竞秀;“我们有最秀美的山,最壮美的海,最鲜美的山珍海味”,亮的是台州的山海风光;“舟游列岛,遇见最好的你”,夸的是舟山海洋文化的独特魅力。

噪音震天 扬尘弥漫

兰溪这些水泥厂,何时才能不扰民

本报记者 王晨辉

一线调查

水泥产业是兰溪市的支柱产业之一,该市灵洞乡被称为浙江水泥之乡。水泥的生产在给当地带来丰厚收益的同时,也造成了噪音、扬尘等污染,一些住在厂区附近的居民更是深受影响。

3月1日,记者来到兰溪,在去灵洞乡的道路上,就能不时听到各个水泥厂机器的轰鸣声。空气中,也弥漫着些许粉尘,路边的树叶,很多都沾上了灰白色的粉尘。

在一家名为浙江双狮建材有限公司的水泥企业门口,记者注意到,路面的灰尘非常厚,运送原材料的大货车川流不息。每当有大车开过,扬起的灰尘让人眼睛都很难睁开,路面也被碾压得坑坑洼洼。

厂区内,记者看到大量碎石露天堆放,一旦有风吹过,便粉尘飞扬,而噪音更是让人连面对面说话都很难听清。

距离这家企业直线距离约150米,是灵洞乡杨青桥村赶山自然村,这里依然能够清晰地听到厂区里的机器轰鸣声。

“声音很响,晚上周边安静了,那些声音就得更响了,睡觉都睡不好。”一位村民告诉记者,这家企业已经生产30多年了,也影响了他们30多年。村民向相关部门反映过好多次,但一直没有得到根本性的改变。

“粉尘多得,家里家外都是。”一位村民带着记者来到一辆小汽车前,车顶已有厚厚一层灰,“车子是前一天刚洗过的,仅仅一天就成这个样子了。”

随后,记者来到兰溪南方水泥有限公司。离厂区一墙之隔,就是灵洞乡甘露源村下坂自然村。此时,整个村子很安静。“他们正在停业技改,20多年了,难得能清静一点。”有村民对记者说,听说再过几天,企业就要复工,村民们又都闷闷不乐了。

那么,企业对此有何回应?浙江双狮建材有限公司总经理吴凯表示,噪音的主要来源为用于石灰石粉碎的回转窑,为了降低噪音,他们也想了不少办法,目前已建成长400米的隔音墙;粉尘则主要是大车的运输带来的,生产带来的粉尘已经不多。

吴凯说,2022年,企业投入环保资金3300

这几年,文旅行业受到疫情影响较大。我省许多文旅局长早就上阵直播,在线上为家乡的风景、人文和特产吆喝。新昌县文广旅游局局长高雪军,以一袭红色长衫cos(扮演)当地唐诗之路卡通IP人物“李梦白”,在天姥阁前吟诵《梦游天姥吟留别》;丽水市文化和广电旅游体育局局长吴飞飞,开着帅气的越野车自驾乡间,品着咖啡推介民宿,将秀山水的梯田、侨乡、村晚等特色一一串联;金华的文旅局长们化身导游,走红军古道、讲红色故事,打卡八婺大地,一口气策划了10期“跟着文旅局长游红色长廊”活动……

文旅局长的上阵,不仅是对自家文旅资源的自信,也是肩负区域品牌塑造和传播的责任。文旅行业干得不好不好,不能光靠埋头苦干,还要干得巧干得有效。像文旅这样的口碑型经济,游客来不固然重要,来了玩得好不好更重要。

三

对于个人而言,出名,也是一把双刃剑,如何厘清公与私的关系?

“如果是谁领了甘孜旅游的锅,我一定砸了他的饭碗,不管你是谁。”2月26日晚,甘孜文广旅游局局长刘洪针对网友投诉酒店事件霸气发声。“网红局长放狠话”冲上热搜,被网友点赞。

网红局长,不应只是在镜头里帅,更要在面对问题时回应更快、态度更帅。出圈之后,刘洪就对自己约法三章,不打赏、不带货,不能因为沉迷网红的身份而耽误本职工作,更不能出现负面舆情给地方抹黑。这一次危机公关,正是给网红局长应承担的责任“打了样”。

放到更广泛、更高的层面来看,局长们公开职务身份在网上“圈粉”后,如何清晰厘定公私的界限、其个人账户的权属界定等,是一个需要认真思考的问题。这是针对新情况出现后,亟须各地政府直面的新课题。事实上,刘洪总会在短视频账号上接到各类关于文旅方面的投诉。他看到后,都会立即联系所属区县,第一时间核实处理。他认为,“如果你说的和做的不一样,宣传再好有什么意义。”

成为政务网红后,更要让职务和流量形成合力。2月27日,甘孜州创新网络名人“一对一”联系服务机制,综合评估网络名人粉丝量、信息发布内容、社会关系等因素,352名州级、县(市)领导干部与粉丝量1万以上的网络名人结成对子,采取“日关注、周互动、月交流、季谈心、年慰问”的方式,常态化开展政治教育、明理释法、答疑解惑等工作。这正是通过正向引导,清净网红空间的好做法。

四

最后一问,一时的流量,如何转变为长久的“留量”?有好风景,是天赐良机;有内涵有服务,才是真正的优质资产。

对此,浙江用上了一个“聪明”的工具。就在前几天,“游浙里”应用上线,它整合了浙江的景区、住宿、美食、交通、风物、场馆等涉旅资源,能提供智能推荐、福利抢购、数字榜单、深度玩法、导游导览、行程定制等各种新潮玩法,方便大家在深游浙江时“少走弯路”,直达目的地。还有去年推出的“浙里文化圈”应用,串联起看展览、听讲座、学才艺等多种文化需求,方便大家一键触达当地的文化生活。

中国旅游研究院院长、文旅部数据中心主任戴斌认为,旅游行业总有一部分人想回到“人山人海吃红利、圈山圈水圈门票”的旧时光,但如今的消费需求和供给动能已经发生了根本性变化,需要旅游行政主管部门打好旅游高质量发展的战略基础,营造一个放心出游、舒心消费的市场环境。

这是一个内容为王的市场——文旅结合,诗与远方,让自然景观与人文之韵结合起来,简单说,让美好的风景讲得出故事。很多年轻人知道,土耳其伊斯坦布尔有个纯真博物馆,因帕慕克同名小说而走红。名家名作带来流量之后,博物馆别出心裁地布置了书中提到的各种老物件,将小说和现实连通,成为游客和书迷慕名打卡的人文景点。

也有翻车的例子。一些出圈的网红景点往往成为“吐槽高发地”。比如巴厘岛的“天空之门”,在网上留下了不少碧海蓝天、澄澈剔透的打卡照,有人去过却发现不是那么回事,美丽的倒影,需要人为加工后期修图才能完成。依靠文旅局长的出圈代言,或许能给一个地方带来短时间的热闹。但最终,还是需要各地文旅部门全方位、全流程思考,拿出“十八般武艺”的硬核实力,才能真正地持续“秀肌肉”。

文旅融合,向深向远。高质量的产品,高品质的服务,始终是旅游业的立身之本。比如景区的资源、故事要挖出深度;文旅业态、产品要做得多元;基础设施、配套服务要精益求精;宣传推广、客源投放要把握精准……

通过刘洪等政务网红的“花卷”,我们看到了各地干部主动作为、求新求变的喜人局面,也期待这样的创新能够一直健康发展,并且出现更多适应群众需求、能被大众接受的好做法、新作为。

四

最后一问,一时的流量,如何转变为长久的“留量”?有好风景,是天赐良机;有内涵有服务,才是真正的优质资产。

对此,浙江用上了一个“聪明”的工具。就在前几天,“游浙里”应用上线,它整合了浙江的景区、住宿、美食、交通、风物、场馆等涉旅资源,能提供智能推荐、福利抢购、数字榜单、深度玩法、导游导览、行程定制等各种新潮玩法,方便大家在深游浙江时“少走弯路”,直达目的地。还有去年推出的“浙里文化圈”应用,串联起看展览、听讲座、学才艺等多种文化需求,方便大家一键触达当地的文化生活。

中国旅游研究院院长、文旅部数据中心主任戴斌认为,旅游行业总有一部分人想回到“人山人海吃红利、圈山圈水圈门票”的旧时光,但如今的消费需求和供给动能已经发生了根本性变化,需要旅游行政主管部门打好旅游高质量发展的战略基础,营造一个放心出游、舒心消费的市场环境。

这是一个内容为王的市场——文旅结合,诗与远方,让自然景观与人文之韵结合起来,简单说,让美好的风景讲得出故事。很多年轻人知道,土耳其伊斯坦布尔有个纯真博物馆,因帕慕克同名小说而走红。名家名作带来流量之后,博物馆别出心裁地布置了书中提到的各种老物件,将小说和现实连通,成为游客和书迷慕名打卡的人文景点。

也有翻车的例子。一些出圈的网红景点往往成为“吐槽高发地”。比如巴厘岛的“天空之门”,在网上留下了不少碧海蓝天、澄澈剔透的打卡照,有人去过却发现不是那么回事,美丽的倒影,需要人为加工后期修图才能完成。

依靠文旅局长的出圈代言,或许能给一个地方带来短时间的热闹。但最终,还是需要各地文旅部门全方位、全流程思考,拿出“十八般武艺”的硬核实力,才能真正地持续“秀肌肉”。

文旅融合,向深向远。高质量的产品,高品质的服务,始终是旅游业的立身之本。比如景区的资源、故事要挖出深度;文旅业态、产品要做得多元;基础设施、配套服务要精益求精;宣传推广、客源投放要把握精准……

从流量到留量,是风景出圈之后,最大的变量,也是文旅行业真正的竞争起点和局长们比拼的赛场。

四

最后一问,一时的流量,如何转变为长久的“留量”?有好风景,是天赐良机;有内涵有服务,才是真正的优质资产。

对此,浙江用上了一个“聪明”的工具。就在前几天,“游浙里”应用上线,它整合了浙江的景区、住宿、美食、交通、风物、场馆等涉旅资源,能提供智能推荐、福利抢购、数字榜单、深度玩法、导游导览、行程定制等各种新潮玩法,方便大家在深游浙江时“少走弯路”,直达目的地。还有去年推出的“浙里文化圈”应用,串联起看展览、听讲座、学才艺等多种文化需求,方便大家一键触达当地的文化生活。

中国旅游研究院院长、文旅部数据中心主任戴斌认为,旅游行业总有一部分人想回到“人山人海吃红利、圈山圈水圈门票”的旧时光,但如今的消费需求和供给动能已经发生了根本性变化,需要旅游行政主管部门打好旅游高质量发展的战略基础,营造一个放心出游、舒心消费的市场环境。

这是一个内容为王的市场——文旅结合,诗与远方,让自然景观与人文之韵结合起来,简单说,让美好的风景讲得出故事。很多年轻人知道,土耳其伊斯坦布尔有个纯真博物馆,因帕慕克同名小说而走红。名家名作带来流量之后,博物馆别出心裁地布置了书中提到的各种老物件,将小说和现实连通,成为游客和书迷慕名打卡的人文景点。

也有翻车的例子。一些出圈的网红景点往往成为“吐槽高发地”。比如巴厘岛的“天空之门”,在网上留下了不少碧海蓝天、澄澈剔透的打卡照,有人去过却发现不是那么回事,美丽的倒影,需要人为加工后期修图才能完成。依靠文旅局长的出圈代言,或许能给一个地方带来短时间的热闹。但最终,还是需要各地文旅部门全方位、全流程思考,拿出“十八般武艺”的硬核实力,才能真正地持续“秀肌肉”。

文旅融合,向深向远。高质量的产品,高品质的服务,始终是旅游业的立身之本。比如景区的资源、故事要挖出深度;文旅业态、产品要做得多元;基础设施、配套服务要精益求精;宣传推广、客源投放要把握精准……

金华成立巾帼公益律师团 帮扶困难妇女维护合法权益

本报金华3月2日电(记者 叶梦婷 通讯员 魏开阔)“三八”国际劳动妇女节临近,3月2日,金华市检察院、金华市妇联、金华市律协联合成立金华市关爱困难妇女巾帼公益律师团。律师团成员均为女性律师,一共30人,来自金华市本级及各县市区。

关爱困难妇女巾帼公益律师团除了为困难妇女提供法律援助外,还将协助有关部门积极参与对困难妇女的救助帮扶;移送相关国家司法救助线索,免费代办司法救助申请;协助有关部门开展维护妇女权益法律服务活动等。

近年来,金华各级检察院积极探索构建司法救助与社会救助相衔接的“1+N”司法救助多元机制。针对困难妇女群体,金华各级检察院与当地妇联等部门联合出台意见,建立困难妇女群体专项司法救助机制,协同开展多元救助帮扶。2022年以来,对于进入检察办案环节、符合救助条件的“5+2”类困难妇女开展救助帮扶152人次,比上年增长56.7%;发放司法救助金289.1万元,比上年增长159.56%。

当天,金华市检察院与金华市妇联还联合发布了《关于加强困难妇女司法救助工作的实施办法》,不断加大司法办案过程中对困难妇女的救助帮扶力度,更好维护妇女合法权益。

海外中餐厅厨师“青田造”

本报讯(记者 吉文磊 通讯员 叶佳霖 邹俊)近日,中德厨师培训基地在青田县职业技术学校落地。青田县职业技术学校将与德国的中餐饮行业建立合作联系,助推更多专业中餐人才“走出去”。

“基地成立之后,青田职业技术学校将在餐饮领域培养一批规模化的创新创业人才和高素质技能人才,助力海外务工人员逐步转变为输出型、技能型人才。”青田县委统战部副部长、侨办主任叶永军说。

中餐饮业在海外历史悠久,已成为海外青田侨商生存发展、安身立命的支柱性行业。2022年12月发布的青田侨情报告显示,从事餐饮业的华侨华人占比达42.98%。然而这部分中餐业者大多缺少专业训练,对中餐烹饪核心技术、中国饮食文化的精髓掌握不到位。

“有很多中餐馆因为请不到厨师导致店铺出让。”在德国经营了25年餐饮业的青商吴伯良深有感触,人才短缺是海外中餐发展的最突出问题。

基地落成后,通过学校与海外中餐馆的专业共建、课程共享、学生交流等方式,形成稳定、可持续的人才供应体系,探索职业教育国际合作新模式。

“接下来,我们会开展相关培训计划,针对在校学生每年培训100人左右,还将开展社会培训,每年大约培训500人左右,为中餐发展培养大量高素质应用型人才。”叶永军说。

长三角独立设计师联谊中心成立

本报讯(记者 周松华 通讯员 何峰 唐令伟)“自由做自己·同心向未来”,3月1日,长三角独立设计师联谊中心成立并落户宁波市北仑区。

联谊中心的成立是第九届“宁波国际设计周”的重要子活动。当天,联谊中心发布了2023年“设计点亮乡村·同心助力共富”八大类共25个重点项目。活动期间,还举办了长三角室内设计高峰论坛。活动现场,来自43个城市的长三角独立设计师代表发布《长三角独立设计师(宁波宣言)》。

据悉,联谊中心由长三角地区42个相关企业、协会、学会、俱乐部和媒体等机构联合倡导并发起,围绕思想引领、设计创新、产业发展、公益服务等重点领域,面向长三角地区独立设计师开展常态化联谊交流。联谊中心还将搭建各种互学互鉴平台,使设计师们充分发挥专业特长和智力优势,以创新设计为引领,在塑造美好环境、提升生活品质、赋能产业升级、服务城乡发展、履行社会职责中助力长三角设计产业高质量发展。

《梦寻西施》在港上演



图为演出现场。

本报讯(记者 千靖 共享联盟·诸暨 徐晨晨 通讯员 石飞)3月2日下午,诸暨市(香港)招商、文旅推介会在香港四季酒店举行。演艺秀《梦寻西施》中的“西施”在推介会上压轴起舞,展示了诸暨的山水之美和人文之美。

《梦寻西施》以古越文化、西施文化为背景,是展示西施所蕴含女性力量的大型原创沉浸式演艺秀。去年10月,《梦寻西施》驻场舞台在诸暨西施故里旅游区郑氏宗祠首演。演出突破传统舞台剧的单一模式,把声光电影、视听嗅觉完美地集结于一体。

“这一次《梦寻西施》来到香港,我们专门对驻场剧本进行了重新编排创新,表演的片段提取整场演出中最精华的部分,最大程度还原西施的故事,让观众领略西施之美,感受西施文化。”《梦寻西施》执行制作人丁世乐说。