

岭南文脉

新闻为眼

主办单位 / 广东省文化和旅游厅

编委会主任 / 赵红

孙爱群 孙璇 胡泉

本期统筹 / 邓琼 吴小攀 李力



专家点评

近年来，多地文旅局长为了宣传当地特色资源，搅动文旅消费，带动文旅经济发展，纷纷代言文旅产品。局长们把当地的自然景观、历史文化、特色产品和风土人情等，以生动活泼和鲜活可触的方式，通过新潮的直播或短视频方式出镜，抢流量、博眼球，引发游客广泛关注，不断“狂飙”网络热度，提升了当地文旅产品的影响力和知名度。广东文旅同样如此。

随着互联网的普及和民众生活节奏的加快，短视频和线上营销门槛比较低，具有便捷和大众化的特点，能够有效突破时空维度，在短时间内完成传播行为，并迅速聚集粉丝，成

提升文旅配套服务，避免“审美疲劳”

为新媒体传播中的主流方式，也带来了多层次影响力和广泛的传播效果。文旅局长们能不断突破传统营销模式，以新的传播手段和互动方式来演绎家乡文旅资源，向广大网友展示当地丰富多彩的自然资源和底蕴深厚的历史文化，让游客和目的地建立关联，推动网络流量变成游客流量，对促进文旅消费复苏升级、拉动经济增长发挥了重要作用。

文旅局长“出圈”代言现象，作为一种吸引游客的市场营销方式，是基本工作思路的转变和突破。在宣传本地文旅产品、吸引游客等方面值得肯定，但不能盲目跟风，机械复制营销手段，一味追求网络社交平台榜首，夸张的表现形式下没有文化内涵。

和鲜活内容，只能蹭一时流量，并不能获得长久发展。所以，文旅资源推介若仅局限于短视频的宣传，仅靠局长昙花一现式营销，基础设施建设和文旅配套服务不能同步提升，仅是蹭流量热度，效果可能会适得其反，引发“审美疲劳”，影响到了这些问题。

我国文旅消费不断升级发展趋势，对供给侧的市场主体提出了更高的要求。希望我们广东的文旅局长们不仅要宣传丰富多彩的自然景观、历史文化和人文风情，更应该要将精力用在整合资源上，聚焦市场需求，打造“硬核”文旅产品，升级基础设施、优化文旅服务，形成本地自己的文旅IP。只有不断守正创新，从供需两端发力，围绕“吃住行游购娱”等要素，贴近老百姓生活需求，提升文旅服务，规范文旅市场，促进文旅消费，持续推动文旅产业高质量发展，才能满足人民群众对美好生活向往。这也将是广东建设高水平的文化强省和旅游业高质量发展示范区的底气所在。

5 月 19 日，“中国旅游日”广东分会场活动启动仪式上，广东省第二轮文旅消费促进活动正式启动。

在刚刚过去的“五一”假期，广东省文化和旅游厅联合各相关单位，面向在广东消费的市民和游客，推出了文旅消费促进活动，反响热烈，激发了社会的出游热情，以文旅产业的强劲复苏助力经济社会的综合发展。中国旅游研究院专项监测显示，广东游客出游人数、接待游客人数双双位居全国第一。

其中，广东各级文旅部门推动“网红打卡点”持续升温，助力“引客入粤”。网红打卡点、自驾旅游受到追捧，如江门市作为电视剧《狂飙》拍摄地，“五一”假期去程车辆累计净流入位列全国第三。

今年以来，广东部分文旅局长在做好日常的管理工作之余，还从幕后走到台前出镜，以“网红”之势带动当地文旅产业发展。广东文旅市场“五一”假期的火爆，也一定程度上验证了文旅局长们“出圈”的成效。

但正如中国旅游研究院院长戴斌所说：旅游需要网红，但网红不是旅游的全部。“出圈”之后的广东文旅局长们，在转变了文旅推广工作思路之余，也越发重视便捷的交通体系、完善的基础设施、公共服务和商业环境、高品质的生活方式等旅游目的地发展的底层逻辑，做大文旅品牌、深挖文旅特色，探索出适合自身文旅产业高质量发展的路径。



始兴县文广旅体局局长李新兵身着古装“出圈”



鹤山市文广旅体局局长谢文清表演咏春拳



云浮市文广旅体局局长黄小洞空中跳伞

将网络流量转化为发展红利，广东文旅迎来强劲复苏

文旅局长“卷上天”之后，如何“修炼内功”？

案例一

鹤山：文旅产业从“一点红”到“一片红”

今年“五一”假期，江门鹤山市文旅市场强劲复苏。

鹤山文旅市场的火爆，与文旅局长的“出圈”不无关系。进入2023年后，凭借着一条“局长出战”的视频，鹤山文旅知名度激增。4月，鹤山市文广旅体局局长谢文清在浙江卫视“无忧之夜”晚会上，与湖北随州解局长“咏春对太极”“比武切磋”，看得观众们津津有味。接着在第二届中国（武汉）文化旅游博览会上，谢文清和随州解局长再次相遇，“当湖北解局长遇上广东谢局长”话题登上微博热搜，成功“出圈”，在网络上形成了话题效应，让鹤山文旅取得了良好的推介效果。

“五一”假期，鹤山各大景区的客流量都维持在较高水平，旅游状况基本与我们预期相符。”谢文清说，为了迎接这个“五一”假期，鹤山做了充分准备，2023鹤山全域旅游嘉年华期间，鹤山各镇街各景区都基本举办了各式文旅活动，一系列文体赛事也有效地为“引客入鹤”推流。

不做网红，用过硬质量赢得游客口碑

在网络大众眼中，谢文清是一位“网红”文旅局长，但在他人看来，自己只是不遗余力宣传推广文旅得到大众认可的专业文旅工作者。他强调，“出圈”不是作秀，不是为了个人出名，而是为了把旅游资源持续的宣传推广出去。“在‘火’之前，我就一直坚持用短视频推介我们鹤山的旅游资源。今后还会继续坚持下去。”他认为，自己和团队拍摄的短视频火“出圈”，除了有机缘巧合因素，没有良好的基础积累也不行。

作为政府部门的负责人，文旅局长受到的关注高，社会评价会更加严苛。流量是把“双刃剑”，更是一面“放大镜”，文旅局长“出圈”带来知名度的同时，也会加大网友对鹤山旅游景点、服务等领域的关注度，因此鹤山文旅质量必须经得起市场检验。

谢文清坦言，走“网红”式

的宣传路线有一定风险，长效的文旅宣传不能过度依赖和追求流量，尤其是不能让出境宣传影响本职工作。谢文清做好了长期坚持的准备，虽然工作繁忙，但他觉得就像鲁迅先生说的“时间就像海绵里的水，只要你愿意挤，总还是有的。”现实中，他干行政管理工作的时间并没有减少，而是利用好星期六的业余时间拍摄宣传。

在谢文清看来，相比很多旅游强县，鹤山的旅游资源并不算十分丰富，仅靠一两个网红景点的“一点红”是不行的，需要把鹤山更多的东西推介给大家，形成“一片红”，为鹤山本土文化和旅游提供高质量、高水平的服务和管理。“我作为文旅局长以及文旅部都必须在设施建设及宣传推广中不断保持专业性和权威性。”他表示，接下来，鹤山文旅要实实在在练好内功，聚焦实施“百县千镇万村高质量发展工程”，以咏春“十二散手”的寸劲在优化文旅产品供给，提升文旅服务质量、激发文旅市场活力上使出“真功

夫”。同时注重加大文旅行业工作人员的培训力度，着力提升服务质量，让“头回客”变“回头客”，推动网络形象代言逐渐向实地口碑代言转化。不仅做好前端“出圈”，更要把握后端“品控”，环环相扣、品质支撑。

文旅品牌走出去，资金走进来

鹤山正在探索文旅产业发展的新思路、新方向，把网络流量的短期热度变成长远的文化旅游经济推动力；把网红形象巩固拓展为文旅品牌形象。

咏春拳“源于严咏春，衍于梁赞”。梁赞是鹤山古劳人，鹤山咏春拳由其创立并亲传乡中弟子，在鹤山流传已过百年，2007年成功入选广东省非物质文化遗产代表性项目名录。2014年以来，鹤山大力推动以古劳水乡为载体、以梁赞咏春文化为核心的文化旅游平台，着力打造梁赞咏春文化品牌，鹤山咏春文化迎来了跨越式发展。

如今，咏春、梁赞、叶问、李小龙等已经成为中国功夫中的文化符号。4月7日晚，深圳歌舞剧院原创精品舞剧《咏春》正式登陆国家最高艺术殿堂北京国家大剧院。追光而行，逐梦英雄，精彩的演出获得数十次掌声，剧终全场观众更是起立喝彩，久久不愿离去。而由中国歌剧舞剧院和中共江门市委宣传部、中共鹤山市委宣传部联合出品的音乐剧《侠影·咏春》，5月13日至14日在北京天桥艺术中心剧场连演四场，结束北京站首演后该剧将开启全国巡演。

据了解，鹤山自3月初全域旅游嘉年华启动以来，仅两个多月就接待游客约50万人次，旅游收入约4亿元。火爆的市场，让敏锐的文旅业界投资者看到了机遇。

案例二 始兴：抓住文化特色顺势而为



始兴县周前古村 始兴县文广旅体局提供

说起今年“五一”假期的文旅市场成绩，韶关市始兴县文广旅体局局长李新兵掩不住激动之情：“旅游接待人数，同比去年同期增长了200%，住宿业包括餐饮的消费收入同比增长了150%，单日入住率最高达到了86.24%，几乎全县爆满！”在通过文旅局长视频“出圈”之后，始兴获得网络高流量关注，转化为始兴的游客“留量”。

始兴县文旅部门抓住了难得的“五一”假期机遇，通过从4月28日至5月3日举办“在始兴——2023年广东（始兴）围楼文化旅游周”系列活动，持续一周的围楼文化活动，游客可以逛围楼、赏美景、吃美食，品客家文化，一周不重样，短时间内组织这么多的活动，在始兴的文旅历史上是从来没有过的。

说起文旅局长“出圈”的效果，李新兵认为虽然目前的反响很不错，一定程度上符合预期的宣传效果，但是无法全面呈现出始兴的文旅资源。因

案例三 罗定：文旅流量助推实体经济



罗定长岗坡渡槽 羊城晚报记者 黎存根 摄

在文旅局长短视频出圈越来越“卷”之时，云浮市文广旅体局局长黄小洞为吸引游客拼出“新高度”，在罗定跳伞基地400米的高空，腾跳、开伞、降落一气呵成……被网友称为“卷上天”了。但在他看来，“作为文旅局长，‘站出来’是一种态度，带动整个文旅行业一起向社会推介家乡的美景、美食和风土人情”。

数据显示，今年以来，平台上“罗定”搜索数同比增长近八成，其中“90后”年轻人占比超过50%，“罗定跳伞基地”更是成为搜索量第一的相关关键词。此外，“罗定”相关的大众点评笔记数也同比增长了40%，随着大量游客的到来，当地咖啡店、便利店、老字号小吃店等均迎来了“好生意”。将“流量”切实变为当地实体商户的“留量”，使得文旅产业真正



鹤山市华侨城古劳水乡 鹤山市文广旅体局提供

武文霞[广东省社会科学院环境与发展研究所副研究员]：

提升文旅配套服务，避免“审美疲劳”

为新媒体传播中的主流方式，也带来了多层次影响力和广泛的传播效果。文旅局长们能不断突破传统营销模式，以新的传播手段和互动方式来演绎家乡文旅资源，向广大网友展示当地丰富多彩的自然资源和底蕴深厚的历史文化，让游客和目的地建立关联，推动网络流量变成游客流量，对促进文旅消费复苏升级、拉动经济增长发挥了重要作用。

文旅局长“出圈”代言现象，作为一种吸引游客的市场营销方式，是基本工作思路的转变和突破。在宣传本地文旅产品、吸引游客等方面值得肯定，但不能盲目跟风，机械复制营销手段，一味追求网络社交平台榜首，夸张的表现形式下没有文化内涵。