

# 8天24省份“参战” 文旅为啥这么卷

这个冬天，“尔滨”成了当之无愧的“顶流”。这把火也自北向南“燎遍”全国。截至18日，全国已有24个省份的文旅部门短视频账号加入这波流量抢夺大战。巨大流量裹挟之下，各地文旅发展又该何去何从？



1月16日，在湖南省沅陵县借母溪乡借母溪景区，村民在排练舞龙。

## ① 各地文旅都想“出圈”

因为哈尔滨的火爆出圈，各省份之间终于有了一个共同的话题——开启一场流量争夺战。

1月11日，河南文旅官方账号“河南省文化和旅游厅”共发35条视频，最后一条视频截至次日凌晨1点17分，并连续几天保持高更新率。

几乎同一时间，“河北旅游”“听劝”更名“河北文旅”，一天发布短视频75条，并称“75条是抖音的极限，不是河北文旅的极限”；山西文旅在6个小时共更新30条；四川文旅深夜连发40条，还搬出“顶流女明星”熊猫花花……

不仅如此，各地文旅局还开启“摇人”模式，赵丽颖、肖战、凤凰传奇玲花、刘涛等都被“隔空喊话”。洛阳龙门高铁站不仅有“锦衣卫”恭迎游客，还直接准备了100颗钻石赠送。

这波“内卷”的风，也再次吹向了各地文旅“一把手”。哈尔滨市阿城区文旅局局长在哈尔滨冰雪大世界C位领舞的视频火爆全网，各地网友纷纷喊话自家文旅局局长“上才艺”。

由此，多地文旅局局长亲自上阵，花式整活：张家界市武陵源区文旅局局长在张家界国家森林公园变身“茅古斯”，与舞蹈演员合跳“科目三”；四川甘孜文旅局局长民族服饰出镜拍摄变装视频……除了唱歌跳舞，还有文采展示，山东临沂文旅局局长“诚意满满”，手写毛笔字“揽客”。

梳理当下各地文旅流量“打法”，无外乎“题海战术”“局长喊话”“明星站台”“线下服务”四类，结合当下短视频的最热话题，均期盼着在互联网夺得“一席之地”。中国旅游改革发展咨询委员会专家委员孙小荣接受媒体采访时这样评价：中国旅游发展史上从来没有出现过这样全国联动的盛况。

“各地通过发布短视频，展示自身特色；文旅局局长们‘跨界’代言到‘在线听劝’，都是值得肯定的。”济南大学文化和旅游学院讲师孙竞认为，相比于一纸公文，这样的互动，让城市变得可感可知；同时，也能拉近与民众之间的距离，多了许多人情味儿。

“近两年来，文旅部门一直都有内卷的趋势，只差一个引爆点。”山东国信国际旅行社有限公司董事长张晓国评价，“现在政府部门最忙的怕是文旅局局长了，从2023年初，各地文旅局局长纷纷开始拍短视频，文旅局局长若没有点才艺真不行。”

各地文旅局局长在互联网频频“抛头露面”，“争夺地盘”的底层逻辑，无疑是“抢人大战”。

从一组来自文化和旅游部元旦假期的数据来看，元旦假期3天，全国国内旅游出游1.35亿人次，同比增长155.3%，实现国内

## ② 目光都瞄向春节市场

旅游收入797.3亿元，同比增长200.7%。

2024年春节即将到来，8+1超长假期正准备将“泼天的富贵”撒向全国各地。业内人士预计，2024年居民旅游消费意愿会更旺盛，各地已是时不我待。

而在“抢人大战”中，用流量去抢“人”的最成功案例就是淄博和哈尔滨。

2023年11月，一场暴雪解锁了哈尔滨的流量，“南方小土豆”热梗意外出圈，带动哈尔滨人气不断攀升；再比如淄博，去年上半年，各种有关淄博的打卡攻略数不胜数，还出现了像“一百块吃垮八大局早市”这种

“挑战”类项目。

线上巨大的流量成功转换为线下“客流量”。相关数据显示，2023年“五一”假期，淄博站客运累计发送旅客超24万人次，较2019年同期增长85万人次。无独有偶，今年元旦3天假期，哈尔滨机场共运送旅客20.5万人次，比2019年同期增长27%。

正因为有了“前车之鉴”，让各地文旅部门看到网络流量背后的实质，那便是源源不断的客流，才在互联网引发了“归根结底”为“人”而“战”的火爆场景。



1月13日，游客在内蒙古达里湖冰面上观看演出（无人机照片）。

## ③ “流量焦虑”是想有作为

各地文旅“纷纷出手”的背后，透露出对抢夺文旅市场的“焦虑”。

“看似是蹭这波流量热度，实则是各地文旅部门争夺春节客源的主动作为。”张晓国说，“冬季本是北方的旅游淡季，但一些省份没有选择‘躺平’，努力为自己聚一波人气，这是值得肯定的。”

在孙竞看来，“焦虑”并没有什么不妥，“焦虑”会带来城市间的竞争，在一定程度上会提升旅游服务，改进旅游质量等，推进文旅市场朝着良性方向发展。

然而，短视频平台的热度是转瞬即逝的，这也是各地文旅局局长“流量焦虑”的原因。他们需要绞尽脑汁用各种新奇的内容留住观众，打破“互联网没有记忆”的魔咒，将“流量”真正变成“留量”。

“相比而言，有些城市在这场‘抢人大战’中并没有很高的曝光度，但丝毫不影响游客在选择旅游目的地时仍把它们考虑在前列。”孙竞说。

比如重庆，无论是“山城”“雾都”还是“赛博朋克”，都立足于城市本身的特色，深入人心；“初代网红”厦门，独特的

人文风情让鼓浪屿等多处旅游区风靡全国；“人间烟火味”是很多人对长沙的感受，太平街、坡子街等打卡点也常驻各类“必吃榜”；广州是长盛不衰的“千年商都”……

“打造城市形象，要充分展示自己的‘个性’，同时也要把握尺度。这是一项长期性、系统性的工程。塑造好了，其实就可以‘酒香不怕巷子深’。”孙竞说，“不要浮于表面地‘卷’，要‘卷’得有深度。想接住‘泼天的富贵’，各地文旅还需要挖掘自身实力与优势。”  
(齐鲁晚报)



1月7日，在封冻的松花江哈尔滨段，游客在“钻石海”欣赏日落美景。