

接住“悟空流量” 地方文旅要练好内功

评论

近日,被视为首款国产3A游戏的《黑神话:悟空》爆火,游戏中大量取景地也随“出圈”,网友喊话各地文旅接住这波“泼天富贵”。山西、浙江、重庆等地也积极响应,纷纷发布联动宣传片、推出主题线路、邀请博主打卡等,力图接住这波“悟空流量”,带动当地文旅产业发展。

当下,文旅市场竞争日趋激烈,各地文旅部门拼创意、拼热情、拼“听劝”,“花式”推介自家景点,力争吸引更多关注。这次《黑神话:悟空》作为现象级国

产游戏,备受瞩目,自带巨大流量,地方文旅部门借势营销、积极引流,是顺应发展趋势、主动求新求变的体现,值得肯定。

然而,要提醒的是,“被看见”只是第一步。“流量”是打开局面的“金钥匙”,却不是产业发展的“保证书”。回顾过去,很多地方抓住流量红利、实现了文旅业跨越式发展,也有一些地方突然被聚光灯照亮,却因交通、治安等环节跟不上,败了游客兴致、失了大众口碑,最后被流量“反噬”,使“一夜成名”成了“一锤子买卖”“一阵风吆喝”。

这也启示我们,从流量到“富贵”,不能止于“玩花活儿”、线上推广,还需要地方政府更加有为。要想真正接住这波“悟空流量”,既要在宣传推介上下功夫,也得狠下决心,在练内功上多念念“紧箍咒”。

练好内功,要打造好文旅产品。坐拥“老天爷”“老祖宗”留下的资源固然是优势,但还需要与时俱进,针对文旅

消费新需求,不断开发新产品、新场景、新业态,为游客提供多样化体验。以此次“悟空流量”为例,地方可以探索“游戏+文旅”深度融合,深挖文化内涵、推出周边纪念品、打造定制旅游线路、针对游戏玩家策划特色活动、设计游戏与景区的互动设置等。只有深入分析流量背后的受众特点和市场需求,打造更“对路”的文旅产品,才能让流量“落地”。

练好内功,要进一步优化服务。一场旅行的体验感,受到方方面面配套服务的影响:交通是不是便捷、景区规划是不是合理、讲解是不是专业、吃住购物是不是令人放心、服务人员是不是热情周到……无数个环节和细节共同构筑起游客对一个地方的整体感受和印象,网民可能因为一个游戏、一部电影就“种草”,也可能被一次吐槽、一次投诉“劝退”。只有扎扎实实完善各类设施、优化公共服务、提升服务品质、补足服务短板,才能保持长久的吸

引力,让“回头客”变“回头客”,自发地将景区推荐给亲朋好友。

练好内功,还需要加强监管。流量有时也会裹挟一些问题而至,比如商家坐地起价、宰客欺客,网络夸大宣传、“照骗”和眼见“判若两地”,“低价团”“黑导游”引发纠纷。对此,要在监管保障方面下更细更深的功夫,对市场价格、商品质量、食品卫生、广告宣传等开展全方位监管,建立和完善投诉机制,及时发现和处理各类违规现象,规范经营行为,优化消费环境,让奔着“悟空”来的游客都能乘兴而来、尽兴而返,而不致“游戏种草、网友拔草”。

变“流量”为“留量”,化“网红”为“长红”,一字之差,背后却对应着很多工作。营销推广再重要,质量还是根本。苦练内功、久久为功,文旅产业才能网上红网下火,成为服务美好生活的民生产业、幸福产业。

(新华每日电讯 评论员 马晓媛)

朔州:文旅融合激发消费新活力

去城郊采摘、露营,到水边戏水、住个“太空舱”,赴长城徒步休闲,在公园体验魅力演艺……初秋时节,塞上朔州风光旖旎,文旅市场活力迸发。今年以来,朔州市深度推进文旅融合发展,文化旅游新产品、新业态不断涌现,持续激发消费市场新活力。

一年一度的“右玉风·西口情”生态文化旅游季系列活动中,按照部署,还举行了3场招商引资大会、7项体育赛事以及18项各具特色的文化活动,全面展示右玉“旅游+文化”“旅游+生态”“旅游+体育”“旅游+康养”的建设成果,进一步扩大右玉和右玉精神的知名度和影响力。

右玉县生态环境良好,森林覆盖率达57%,夏季平均温度19℃,空气负氧离子含量是普通环境的40倍。在全国各地纷纷开启高温炙烤模式下,这里越来越成为众多旅游者的避暑胜地、文艺爱好者的打卡写生地、运动者的训练比赛场地。

中陵湖风景区度假区,12个银白色的“太空舱”镶嵌水上,在青山绿水、湛蓝天空映衬下格外显眼。湖中,游船穿梭,游客嬉戏。在右卫古城,随处可见前来参加第十一届右玉写生季暨第三届国际水彩艺术周的中外艺术家和暑期学生的身影,接下来的一段时间,他们将让艺术赋予这座魅力小城别样的风采。

在桃花源生态休闲产业园,附近不少家长利用暑期,带着孩子来采摘葡萄、圣女果等瓜果,千亩温室大棚里欢声笑语不断。据了解,今年上半年,右玉县全县旅游人数289万人次,过夜人数占比19.2%,旅游收入16.44亿元。

右玉县兴起的文旅热仅仅是

朔州文旅消费市场火热景象的一个缩影。今年以来,雁门关外的朔州市处处可见文旅“出圈”。全市启动了2024文旅消费促进季系列活动,推出42项文旅活动。组织举办朔城区马邑文化旅游季、怀仁市金沙湾全民风筝月暨四月八民俗文化节、2024玉龙国际赛马公开赛等丰富多彩的文化和旅游活动,文旅消费活力得到进一步释放。

在平鲁长良生态园,团建、国学、研学几乎周周上演,彩虹滑道、篝火晚会短视频频频现身“朋友圈”。在山阴县,长城一号旅游公路国际越野车巡游及集结赛“余音未了”,每到周末,越野车爱好者相聚体验长城边塞文化。崇福寺、应县木塔、怀仁金沙湾生态文化旅游区这些常规景区更是持续火爆,纷纷打造契合市场的旅游休闲产品,按“季节+主题”组优精品旅游线路,推出组合性强、富有文化内涵的特色项目,丰富文旅业态,提升文旅质量。

据朔州市文旅局的一组统计数据,今年上半年,全市重点监测景区游客接待量大幅增长,达到100.9051万人次,同比增长106.20%;门票收入显著提升,达1897.396万元,同比增长175.25%;尤其是应县木塔1至6月累计接待77.4199万人次,同比增长218.12%,门票收入1853.96万元,同比增长194.97%,创历史新高。特别是近期,应县木塔游客从暑假每日的1.2万人次发展到了1.5万人次,崇福寺景区从日均1000人次增长到5000人次。

下一步,朔州将继续提升旅游吸引力、文旅供给力,创新打造更有特点的文旅产品,让游客在朔州看见“诗与远方”。

(任永亮 符焯邦)

朔州多措并举“接好”悟空流量



崇福寺弥陀殿一景

近日,国产3A游戏《黑神话:悟空》上线爆火,不仅在线人数屡创新高,热议话题也不断“破圈”,线下的游戏取景地更是吸引了大批游客“圣地巡礼”。朔州市发布“跟着悟空游朔州”主题线路,推出一系列措施,希望把这波“泼天富贵”接住、接好。

围绕“跟着悟空游山西”活动,朔州市文旅部门通过科学研判、提升影响、优质服务、应急保障等多项举措,借助“悟空”热度推动文旅发展。与此同时,市文旅集团积极组织开展了“跟着悟空游朔州”团体参观活动。

朔州崇福寺的独特建筑风格和深厚的文化底蕴,成为了游戏场景中的一大亮点。这座古老的寺庙,其本身是中国古代建筑艺术的杰出代表,在虚拟世界中展现出别样的魅力。8月26日,崇福寺景区迎来了由太原师范地理科学学院大学实习生240人组成的参观团,参观了崇福寺与马邑博物院,进行了一场朔州深度文化之旅。

作为国产3A单机游戏《黑神话·悟空》中的标志性场景之一,应县木塔更是以其独特的魅力和精湛的工艺火上“热搜”,不仅为游戏增色添彩,也带动了一股旅游热潮。进入7月以来,随着暑期旅游热度持续攀升,来应县木塔旅游的游客实现“井喷式”增长,景点接待人数突破历史高点。

连日来,朔州市文旅部门密切关注游客量变化,摸索掌握客流规律,在调节客

流的同时,精准把握服务对象特点,针对性开展服务,发布“跟着悟空游朔州”主题线路《黑神话:悟空》朔州取景地公交出行线路图。内容涵盖了解减柱建筑艺术、马邑的历史渊源、深厚的人文积淀,丰富的民间文化、体验古代劳动人民在雕刻方面的高超技术、用餐地点、特色美食等。

在服务方面,为满足广大游客对崇福寺的参观需求,景区延长了开放时间,自2024年8月25日起崇福寺开放时间延长至每天18点(17点30分停止入馆),且9月10日前逢周一暂不闭馆。应县木塔、净土寺景区自2024年8月26日起,售检票时间延长至17点45分,18点停止检票,游览时间至20点。清凉山景区售票时间也延长至18点。

此外,朔州市文旅部门还将针对关键性岗位加强培训,提升服务意识和接待水平。同时加强服务设施设备维护,扩容物资储备,保障快速响应。

朔州市文化和旅游局资源开发科科长邸世文表示,游戏《黑神话·悟空》带动朔州景区游客成倍增长,崇福寺日均接待5000人次,应县木塔日均接待10000人次以上。现在,全市文物类景区全部开放,应县木塔由原来的下午六点半延长至晚上八点闭馆。同时开展“微笑服务”,提升旅游服务质量,让游客的“打卡游”变成“深度游”,让“悟空效应”变成成长效流量。

本报记者 赵娟娟