

出圈“造神”之术， 是否能无差别适用于文旅营销？

◎ 记者 刘青



在见证了数个网红与地方文旅的“双相奔赴”之后,这几天终于出现“梦一场”的例子。

5月开始,一身宽大复古西装、复古滤镜,有着沧桑嗓音的郭有才成为社交缔造的又一个“神”。

不过紧接着,5月20日,菏泽南站发布公告:“鉴于2024年5-7月份春季高考(高等职业教育入学考试)、夏季高考、中考等考试比较集中,且菏泽南站附近学校设有考点,为给广大考生营造良好的学习、生活和考试环境,菏泽南站将不再举办各类文娱活动。”

这个已经停止客运业务20多年的火车站成为社交网红打卡地,然后迅速又归于平静,“泼天富贵”接的时间之短,只有12天。

借力网红并不一定能卷成功

网络经济时代,淄博的爆火,尔滨的出圈,开封、天水的人满为患,让不少三四线小城看到了一跃成为网红城市的机会。面对这些经典案例,现阶段的各地文旅可谓拼尽全力。

刚经历过天水爆红的地区代表,甘肃省文旅集团项目预审委员会委员、景区实战培训学院院长张功赞认为,网红达人与文旅经济愈发紧密关系的形成,有三个关键因素:

一是在当下讲求眼球经济时代,相较于其他领域,文旅经济是相对容易引发大众关注且能够保持舆论正向引导效应的领域;二是在当下大经济环境扑朔迷离前提下,大众在房产、汽车等大宗消费上呈现保守态度,文旅消费是少有的花钱不多却能够获得更大快乐的消费之一;三是社交新媒体平台线上流量日益触及天花板,于是开始转向线下寻找新流量来源,网红+文旅的组合成为平台百试不爽的流量抓手。

但是,淄博烧烤和天水麻辣烫都存在同一个问题,就是消费产业链太短,无法创造更大的经济价值。当地政府应该将流量引导到更具有消费潜力的地方或者场景,这样才能刺激就业和产业链企业生产,为GDP带来货真价实的贡献。

文旅网红目前在拉动文旅经济以及当地更长产业链生产方面有局限性,这是导致网红城市GDP表现不佳的直接原因。

对于现在全国的城市都在争做文旅网红,都希望通过文旅经济这个抓手实现城市经济的破局的问题。人们也发出了疑问:所有城市都适合将文旅作为城市经济破局的抓手吗?

张功赞表示,如果一个城市既没有文旅资源禀赋,也没有“钞能力”,还存在区位优势不明显,基础设施跟不上等通病,最好不要轻易押宝文旅,对于出现网红而追随的速度要经过研究。

对此问题,北京第二外国语学院中国文化和旅游大数据研究院执行院长钟栾娜则建议,地方政府在一些中长期目标上去内卷,也就是说一些原本就需要相对长的时间才能完成的工作,利用这种内卷去加速推动,可能短期内不会见效,长期来看却对当地文旅产业甚至是整个地方经济都带来利好,这才是内卷的正确方式。

更多源于对短期目标的文旅焦虑追求,比如短时间内带来多少客流、完成某个KPI……这些需要有“长期主义”的眼光。

有时候一个城市并没有想要打造文旅网红,反而因为独特的气质被大家追捧成文旅网红。钟栾娜说,今年五一假期,浙江就有多个县城成为最受年轻人热捧的新旅行打卡地,而这些小县城就从来没有高喊过要当文旅网红的口号。

所以,流量机遇来了,城市一定要抓住,利用现有的机会去发展文旅经济,但不一定追求当文旅网红,这是正确的心态。

“流量密码”似乎并非屡试不爽

一首《诺言》走红后,伴随着“菏泽树哥”的名号,“一人带火一座城”现象再次上演。

疯狂吸粉的同时也带火了家乡。前几年,以“宇宙的中心”——曹县逐渐进入大众视野的菏泽,这次成了网红文旅城市,吸引了大量粉丝和关注者的同时,也带来了广泛的商机。

菏泽也在这一轮的热潮中,被推向全国,当地更是举全市之力开门迎客,让更多游客了解菏泽、向往菏泽。

为接住这“泼天流量”,菏泽各部门迅速响应,扩建菏泽南站广场、安排临时公厕、连夜修缮路面……面对直播流量大增、网络拥堵的情况,菏泽移动、联通、电信直接把信号车开到菏泽南站,并现场增设网络基站。据报道,在5月17日之前,菏泽南站广场每天都会涌入超过40万人次来听郭有才唱歌。

抖音生活服务数据也显示,5月10日至5月12日,菏泽的抖音生活服务订单同比去年增长215%。其中酒旅订单环比5月7日至9日增长80%,同比增长超6倍,餐饮、休闲娱乐订单均同比增长超2倍。

5月19日,2024年“5·19中国旅游



日”菏泽分会场活动现场发布了“花样菏泽漫游计划”十大网红打卡地、特别推荐打卡地及精品打卡线路,其中就包括菏泽南站。

据了解,郭有才已被菏泽市文旅局聘为菏泽市文化旅游推荐官,当地相关部门更是用一天多时间为郭有才搭建了新的烧烤摊,新店距离原店300米、占地十亩,还有隔热板房十多间,洗手间、停车场等基础配套设施一应俱全。

在此期间,共青团菏泽市委积极发挥组织优势,联合市青年志愿者协会,组织了一批志愿者前往南站进行现场服务。每天早上八点至傍晚,这些志愿者们都在现场为外地游客和网络主播

们提供贴心服务。

不过随着5月20日“尘埃落定”后,菏泽南站将不再举办各类文娱活动。

这期间,一对听说菏泽南站爆火的小夫妻,当即决定从青岛来这里做冷饮生意,并匆匆签下了合同。夫妻俩一开始生意不错,“从来没见过这么多人一起直播”。遗憾的是,随着郭有才离开,生意也一落千丈,5月25日,“交了半年3000元的租金,基本都亏掉了。”更让小两口郁闷的是,由于只盯着南站,没去郭有才新直播地占到摊位,现在只好黯然离开菏泽。

菏泽南站附近摊位,小贩大多已经离开。

网红经济下的人和城

郭有才的爆火,多少是平台制造热点和资本寻找增长点的结果,郭有才朴实无华、历尽沧桑的形象和每天在停运的菏泽南站广场直播唱歌,坚守梦想的经历,很有制造话题的基础,恰好成了他们选中的对象。

菏泽牡丹久负盛名,4到5月间也是赏花季。一位奔赴菏泽国花博览会的游客发布的视频也表示,为了迎接客流热度、服务好外来人,国花博览会现场“装备齐全”,不仅设置了大量免费摊位供摊主使用,现场停着通讯车,保安人员随时维持秩序,对奇装异服的网红进行劝离,“现场正常有序。”

菏泽南站公布的数据显示,5月10日—20日,菏泽南站日旅客已经突破30万,5月14日,菏泽南站接待旅客98万人次。大客流也为当地的电商、旅游、餐饮等相关产业带来了更多的商机

和机会。

但为了从郭有才“泼天”的流量中分一杯羹,最近半个月,数以万计的网红从全国各地赶到菏泽南站,网红主播们纷纷占领高处,有的站在挖掘机上跳舞,有人把自己卡在栏杆上拍摄,更多的网红于镜头前搔首弄姿、疯狂表演,或奇装异服唇齿翻飞,或旁若无人装丑扮傻……场景之怪诞低俗,让线上线下的网友大呼“尴尬”。



所以就目前形势来看,菏泽当地旅游想借此流量,彻底带火当地旅游似乎并不容易。

选择主动“退烧”的菏泽南站,给霸盘当地连续数日的魔性直播下了红牌,也传递出拒绝恶俗流量的态度。

相关专家表示,菏泽官方的及时转向,体现了当地在热潮涌来之际不随波逐流的清醒。不是所有的“泼天流量”都值得地方去接,有些流量能提升地方形象,有些则可能是毁形象——网红们的集体搞怪扮丑,很难给菏泽上分,反而可能会将菏泽拖进审丑螺旋的辐射圈内。