

疫情三年以来,旅游行业在挣扎中逐渐找到自己的转型方向,这是一个下沉的过程也是一个涅槃的过程。信息化的发展,给旅游行业提供了更多的可能性,流量不再只是线下的游客数量,更是线上的数据输出。由此,即使疫情反复,也可以通过线上的数据输出,实现文旅品牌的厚积薄发。

## 文旅云直播 应该“有一说二”

◎ 记者 王珏

10月3日,宁波慈城举办了一场“盛大”的音乐盛会。这个“盛大”不仅体现于围绕我们的节日重阳,邀请了全国各地近20多位古琴演奏家齐聚慈城,更是创新性地以线上云直播的形式呈现,在慈城六处亭台楼阁演绎古琴,10+直播平台共同开启,进行长达6小时的现场直播。

这场名为“琴满慈城”的慈城第一届亭台古琴音乐节,以古琴曲同贺国庆,与大众雅俗共赏,共赴千年古城古琴艺术的惊心之美。

不同的视觉,打造共同的文化品牌。

据了解,这次观看直播的人数达300多万人次。其中不乏古琴爱好者,当然也有很多走过路过进来逛一逛的观众。

这样一场亭台古琴音乐节,可以给我们的观众带来什么呢?除了音乐,还有慈城这个千年古城的建筑。让音乐从听觉的盛宴,延展到视觉的盛宴,继而延伸到生活的美学。



一方亭台,一床古琴,几曲悠扬,几丝惬意,合着清风,伴着落霞。这样的一场直播,音乐早已落入生活中,成为一种文化的引导。

而对于慈城古城而言,在疫情后时代,用什么去描绘旅游的底色?如何在江南的古镇中脱颖而出?文化无疑是最好的“华服”。距慈城镇政府有关工作人员介绍,这次的亭台古琴音乐节是“我们的节日”系列活动之一,也是今年慈城十二时辰系列活动之一,慈城希望通过一系列传统文化的



传播,深度挖掘慈城的历史文化,让这座古城从根系开始滋养未来的发展。

文旅直播要借文化跳出固定的框架。

这次的云直播与以往的文旅直播是不同的,它跳出了旅游或者本身的框架,植入了众多文化的元素。

以琴发声,用传统文化的力量,唤醒我们东方美学的生活。

重阳是中国历史悠久的传统节日,时至今日,人们延续着“我们的节日”,借着节日凝结中华民族的精神和民族情感,承载中华民族的文化血脉和思想精华。古人认为重阳是个吉祥的日子。九九归真,一元肇始。此时,踏入秋山,佩上茱萸,暗香盈袖,清秋朗月,菊花盛放,正是风雅相聚的时节。



古琴是中国最古老的弹拨乐器之一,至今已有三千多年的历史。桓谭《新论》中说:“八音之中,惟丝最密,而琴为之首。”古琴素有高雅沉稳内敛之气节,备受古代文人雅士的敬重推崇。

慈城古镇的历史源远流长,早在6000多年前慈城边已有人类生活的痕迹。2500多年前慈城建城,时至今日,古建筑和街巷布局依然保留着旧时的模样。古城内文化史迹灿若云锦,古迹古建密集,在缓慢的时光里延续着完整的传统生活结构方式。



这些文化架构起了这一次云直播,这是一次有益的尝试,为后疫情时代文化活动的多样性和触达方式提供了成功样本和崭新思路。

“有一说二”才是文旅直播的2.0版本。

疫情之后,各地旅游为了破冰尝试了各种云直播,其形式大多以景区介绍或者产品介绍为主。还有很多的旅游达人,以探店或者网红打卡的方式来吸引流量。

这种以“吆喝”为主要方式,“有一说一”的直播形式,成为文旅直播的首次探索。但是我们也可以在众多的数据中发现,在很多政府组织的直播活动中,流量并不高。反而是一些自媒体达人逛吃的数据更可观。

去挖掘数据背后的原因,我们会发现,在自媒体达人的直播中,有着更多的随意性和趣味性。他们可以通过各种不同生活

的嫁接,从而与观众产生“我们是一样的”感觉。旅游直播不同于其他的产品直播,它是通过情绪的共鸣去引发游客的向往之心。政府活动的云直播先天条件决定了它与看客之间的距离,主体的不同限制了情感的共鸣。

那么,政府的云直播应该如何走向大众市场?有什么是无论以什么样的主体都可以引起我们共鸣的。文化、音乐、传统……这些累积在我们血脉中的文化因子,是可以跳出我们狭小的生活范围,达成我们民族共鸣的。



综上所述,“有一说二”是指我们文旅直播中,要融合可以融合的文化元素,以文化去提升产品价值。这种融合可以是元素的叠加,也可以是元素与元素之间的相互加持。风景不仅仅是风景,产品也不是孤立的产品,营销也不仅仅是营销。用文化去带动另一种文化,用风景去诠释另一种风景,用生活去感染另一种生活。由此,旅游才能从感官的吃、喝、玩、乐,提升为美好生活中的小幸福。

