

变身古装侠客、拍摄科幻大片、在胡杨树下翩翩起舞……最近一段时间，全国多地兴起一股文旅局长花式代言风，他们纷纷出镜秀才艺，为家乡代言、助力当地旅游。

出圈的视频让不少“藏在深山无人识”的景点变得“一朝成名天下知”，线上的流量带动了线下文旅产业的发展，给当地带来实打实的经济效益。

热度之下，如何把流量变“留量”，也成了文旅局长们需要思考的下一个问题。

知名度打开  
旅游消费大幅提升

回溯今年以来频频“出圈”的文旅局长们，有哪些记忆深刻的点？是一袭长衣、牵马游湖，尽显侠客风采的四川甘孜藏族自治州文化广播电视和旅游局局长刘洪？还是飙英文、秀热舞、骑马、射箭的四川省甘孜藏族自治州道孚县文化广播电视和旅游局局长降泽多吉？抑或是红衣策马、英姿飒爽的新疆伊犁哈萨克自治州文化和旅游局副局长贺娇龙，“认真丑出圈不惧嘲”的湖北省随州市文化和旅游局局长解伟，零下20摄氏度身穿鄂伦春族白鹿服饰为家乡代言的黑龙江省大兴安岭地区塔河县文体广电和旅游局局长都波，在沙漠里翩翩起舞的新疆沙雅县文化和旅游局局长热娜古丽……

毫无疑问，花式出镜的文旅局长们已经掌握了流量密码，成为不折不扣的网红，越来越“卷”的文旅局长，使得当地知名度快速打开，旅游消费大幅提升，其带货效果也堪比头部主播。

3月10日，去哪儿平台公布的一份数据显示：据不完全统计，2月20日至今，四川甘孜、湖南湘西、河南安阳旅游相关产品预订量同比2019年同期增幅超30倍，其中甘孜州的刘洪局长带货指数最高，下单增幅最高达近80倍。

事实上，如果将时间轴回拨，最早以颜值走红的“最帅局长”刘洪就已为当地带来了巨大的文旅流量，甘孜的稻城亚丁、墨石公园、理塘等都成为网上人气极高的旅行打卡点。数据显示，春节假期，甘孜州共接待游客45.66万人次，实现旅游综合收入50224万元，较去年同期分别增长106.33%和107.42%。



广东江门鹤山市文旅局长谢文清化身咏春“叶问”

网红局长带货堪比头部主播，旅游相关产品下单增幅最高达到近八十倍  
**五毛特效**  
**换来17亿浏览量**



黑龙江省塔河县文旅局长都波演绎「白鹿仙子」(视频截图)

春游正当时 2.0出战模式开启

春游正当时，花式“内卷”仍在持续，各地文旅局长纷纷开启了2.0“出战”模式，会点文艺已经不够看了，如今还得会“腾云驾雾”。

5A级景区嵛岬山是驻马店遂平县文旅产业的金字招牌，98版《西游记》重要外景拍摄地之一。50岁的河南驻马店遂平县文旅局长赵东升化身孙悟空从当地景区上方飞过，还与“假美猴王”斗智斗勇，短视频浏览量1天突破17亿。

3月13日，赵东升告诉记者，自己出镜的短视频成本几乎为零，制作也比较粗糙，没有任何剧本，也没有过多谋划，只是临场发挥“比划”了几个动作，用网友的话说就是“五毛特效”。出乎意料的传播效果，让赵东升觉得不可思议，他对文旅资源宣传推广也有了新的思考。在新的媒体环境下，文旅资源想要“出圈”，要更好地揣摩游客们的心思，创新宣传推广方式。

数据是最好的佐证。兔年春节，四川省策划推出“文旅局长喊你来过年”系列，超过60位局长在喜庆热闹的氛围中给全国网友拜年，再次顺势宣传了一波四川各地特色文旅资源。据中国旅游研究院专项监测数据显示，2023年春节假期四川旅游接待人数全国第一。

流量变“留量” 局长效应如何持续

随着文旅局长们的“出圈”走红，热度之下如何把流量变“留量”，“头回客”变“回头客”带动文旅产业发展，或许是文旅局长们需要思考的下一个问题。

就在刚刚过去的2月，刘洪再次成为网络关注的焦点，针对网友投诉酒店事件发声，“谁砸了甘孜旅游的锅，我就砸了你的碗”这句回应刷爆网络，诚信经营的表态也获得一众好评，短时间内刘洪再次频繁“出圈”。

专业人士表示，和现有的直播带货不同，各地文旅局长的视频往往突出了当地文化特色，用当地独有的文化而不是商品低价来吸引消费者买单，这样的“带货”更有生命力。旅游需要网红，但网红不是旅游的全部，文旅局长拍短视频迎“开门红”，下一步应考虑旅游资源如何产品化、基础设施如何优化、市场主体如何建设。

游客是否选择一个地方作为旅游目的地，取决于它是不是有知名度，更取决于这个地方有没有生活品质，能不能方便到达。因此，文旅局长在出镜代言的同时，还要关注地方旅游目的地中长期发展的科学规律，用多元化的方式让游客愿意来、留得下、多消费。

官方辟谣

杭州文旅局局长  
高清写真是假的

“杭州文旅局局长的高清写真来了！喜欢可以下载。”3月13日，某社交平台一则名为“杭州文旅局局长高清写真”的视频引起了网友关注。

视频中的汉服男子，胡子上簪了几朵鲜花，在树下或拈花、或品酒、或去接落花……辣眼的画风吸引了一批吃瓜群众。

杭州市文化广电旅游局工作人员称，“假的！平台不审核过怎么能随便发？请博主和平台赶紧删视频，我们也会采取应对措施。”（浙江新闻）



“终于轮到闽A出场”

局长单打独斗远远不够，“鼓楼文旅天团”集体出战

N 人民网 共青团福建省委

有“功底”的副局长贺卫在镇海楼上擂鼓，霸气挥锤，不怒而威；分管体育的副局长季爱兵上马打球，再现唐代马球场遗址昔日“高光”；日常做文化工作的局长朱嘉希唱起了闽剧，水榭戏台上，一句戏腔“七溜八溜，莫离虎纠”余味悠长……

3月9日，不同于许多文旅局长的“单打独斗”式演出，福州市鼓楼区文化体育和旅游局的局领导班子组成“鼓楼文旅天团”，以古装扮相“出道”，引发网友热议好评：“终于轮到闽A出场了！”“感动！像穿越来守护一方文化的古人。”

近段时间来，我省各地的文旅局长也加入了“花式代言”的行列，如漳州多个地区（县）文旅局长亲自带领大家玩转漳州，展现漳州各地美景；青山绿水，怡然自得，武平县文旅局局长舒健带你骑行游武平；南平光泽县文旅局副局长李梅，一袭白衣泛舟江上围炉煮茶，拍出最美意境。

作为闽都文化的发祥地，鼓楼区沉淀了2200多年的厚重历史，有着独特的人文自然景观。104个重点文物保护单位坐落于此，三坊七巷等知名景区分布集中，每个人文景观背后，都有一段传奇故事。鼓楼区文化体育和旅游局局长朱嘉希在接受人民网专访时介绍，这次拍摄，旨在通过用不同景区搭配不同朝代、不同角色，让鼓楼有故事的“地标”出镜。

“这次首秀，就是奔着‘出圈’目标去的，其他很多文旅同行已经打了非常好的样板，我们也大胆尝试了一把。”朱嘉希透露，因所扮演的角色贴近现实工作，加上妆造扮相用心，得到了网友们的好评，未来将继续延续“天团”风格，集体“作战”。

他说，打破不苟言笑的刻板印象，出镜展示千年闽都引以为傲的文旅景点和文化，是作为文旅局长的职责和义务，突破形象的新尝试，也让网友们看到了文旅部门的诚意和真心。“后续我们还想继续深度推进其他文旅资源的呈现，把推介工作做得更细致一点。”



(短视频截图)