

接住“富贵”，先练内功

文/郭如震 图/高瞻

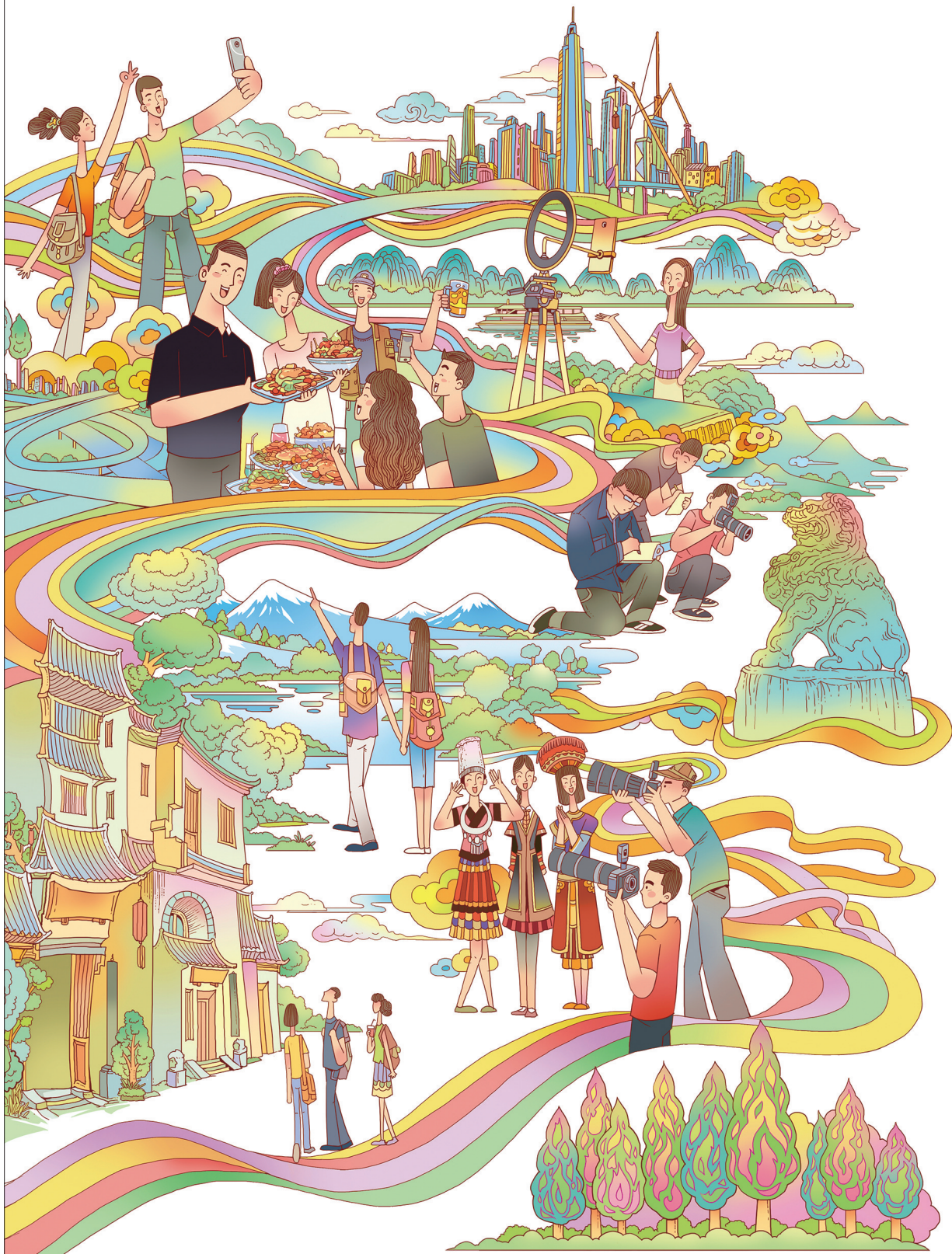
这个春天，一碗麻辣烫让“泼天的富贵”砸在了甘肃天水的头上。全国的游客在夏天“进淄赶烤”、冬天“滨至如归”后，又纷纷前往天水品尝独具特色的“热辣滚烫”，让天水这座有着8000年历史的古城一跃成为新晋文旅“顶流”。

天水此次的爆火，离不开短视频、自媒体的炒热和网民的助推，也离不开当地政府对文旅发展的重视和对游客的真心。早在2022年，天水就开始为自身旅游发展宣传造势，当“泼天的富贵”砸到头上时，天水更是快速响应，举全市之力做好各方面服务。麻辣烫是将天水带入大众视线的敲门砖，浓厚的人文底蕴、配套的基础设施与不断完善的旅游服务才是天水不断吸引游客、留住游客的抓手。

社交媒体的不断发展，让每个城市都平等地获得了“出圈”的机会，但是这并不意味着当机遇降临时每座城市都能接住。纵观前几座“网红城市”，爆款产品、优质服务及营销手段，三者无不是相辅相成。网络的聚光灯既是城市优点的放大镜，也是缺点的显微镜。当机遇到来时若没有十足的准备，则会手忙脚乱，自曝其短。如何提前备考流量经济带来的“大考”，是各地应该思索的问题。

游客的需求远不止浅尝辄止的体验，而是包括吃、住、行在内的全方位服务，这就要求城市要有能够应对海量客流量的承载能力和完善的服务体系，并能快速地根据情况作出响应；各地的自然资源和人文资源是其独特的宝贵财富，为了避免落入一成不变的传统旅游模式，城市需要不断挖掘和深化自己的文化内涵，合理利用山水景色、古建筑文物、民俗文化等，为游客提供更加多元和独特的旅游体验；此外，还可以积极利用社交媒体的力量，尤其是善用流量明星、带货主播、网络达人的影响力，为城市打造独特的流量特色并正向引流，可以与有影响力的网络达人合作，通过他们的平台展示城市的独特魅力和旅游亮点，同时引导游客跳出某一热点景区或事件，关注城市多样化的文化和旅游资源，鼓励游客深度游览，了解城市的多面性，进一步带动和创造更多增长点。

每座城市都有成为下一个流量高地的潜力，这不仅是各城市的机遇，更是对城市实力的考验。各地应抛开守株待兔的想法，提前做好准备，这样才能在“富贵”临门时能够稳稳地接住，让跟风的游客变成长久的“留”量。



《讽刺与幽默》新媒体

强国号

下载学习强国APP
我的一订阅一添加
讽刺与幽默报



微博



微信



抖音