

# 短视频为旅游“景”上添花

本报记者 尹婕

短视频与旅游联姻一拍即合，人们的旅行习惯也随之悄然改变。出游前，看短视频做攻略；旅游时，拍视频分享经历和经验。旅游目的地则将短视频作为营销新利器。目前，“云旅游”走进了更多人的生活，数字旅游的步伐不断加快，短视频和旅游的互动更加频繁和深入。

日前，中国互联网络信息中心发布了第45次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2020年3月，我国短视频用户规模为7.73亿，占网民整体的85.6%。在带动乡村旅游、推动农产品销售等方面，短视频发挥了重要的积极作用。

## 大众成为“代言人”

上海青年钱东是个视频博主，以网名“G僧东”发布了系列上海旅游视频，通过自己的视角，展现上海的历史文化、市井风情，给网友带去原汁原味的上海旅游体验。许多网友看了他的视频，跟着他的路线游上海，他也被网友称为“上海旅游民间代言人”。

短视频已成为人们交流的一种新方式，人们可以充分发挥各自的创造力，表达自我。在短视频平台上，“内容为王”绝不是一句空话，网友们会用点击量作出回答。像“G僧东”这样能够提供有趣、有用、优质视频的创作者们，才能吸引众多“粉丝”。而优质视频带来的传播效应，对于一个旅游目的地而言不容小觑。

2017年被称为“短视频元年”，这一年，重庆李子坝的“轻轨穿楼”经由短视频的传播，吸引了众多国内外的游客专程前往拍摄。另一座从短视频中获益匪浅的城市西安，2018年旅游业总收入同比增长了50%以上。

这两座城市最初经由短视频走红，看上去是“无心插柳”。此后，各地政府逐渐重视短视频的传播作用。例如，甘肃南甘南藏族自治州期望挖掘优秀的短视频作品，催生一批甘南文化旅游“代言人”，助力当地文旅产业的发展；2019年年底，浙江嘉善县举办“我是嘉善代言人”短视频大赛，以短视频的形式，从城市发展、乡村振兴、生态文明等多方面展现嘉善魅力。

4月下旬，山东省烟台市文化和

旅游局发布一则消息，举办“鲜美烟台”短视频大赛，邀请广大网友拿起相机、手机当“主播”，记录、推荐烟台的美景、美食、美宿，并通过各大短视频平台宣传“鲜美烟台”，为烟台旅游“代言”。

## 展示形象的“窗口”

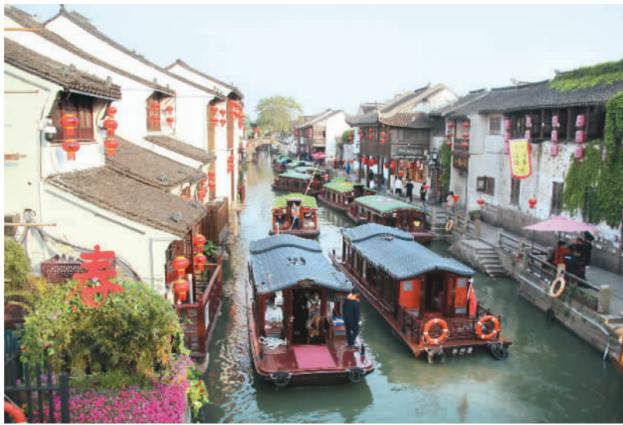
短视频持续火热，各大短视频平台吸引了数以亿计的个体用户，也掀起了一股“跟着短视频去旅游”的风潮。吸引新游客、留住回头客，是旅游目的地招徕客源的两大重要渠道。短视频给还不出行人“种草”，让他们成为新游客，同时给去过的游客提供分享的平台。一段十多秒的视频就能让一座城市或一个旅游景区一夜爆火，对于旅游目的地而言，这无疑是一个新的发展机遇。

地方旅游主管部门、旅游景区、旅游企业等开始纷纷“牵手”短视频，一批批政务公号进驻短视频平台，推广当地的文化旅游资源，成为发布的重要内容之一。广西自治区、市、县（区）三级旅游部门集体入驻政务抖音号；新疆哈密与短视频平台快手合作，通过“视频直播+旅游”的模式，扩大哈密密的旅游宣传；湖北恩施利用抖音短视频，打响了新开发旅游城市的知名度，带动了当地旅游发展；经由短视频传播，河南栾川县的老君山风景区成为2019年抖音上最火的景点之一。

2018年9月，抖音、头条指数与清华大学国家形象传播研究中心城市品牌研究室联合发布了《短视频



重庆市荣昌区旅游景区管委会举办的“云”游陶镇网络直播中，制陶手艺人向网友介绍陶艺作品和制陶技艺。 新华社记者 唐 摄



游客乘船游览江苏苏州山塘古街。

王建康摄（人民图片）

与城市形象研究白皮书》，解读平台上热门城市的形象建设，是国内首份全面解读短视频时代城市形象建设的白皮书。《2019全国短视频创新发展研究报告》显示，政务短视频已成为各级政府形象传播的重要窗口。如何通过高质量、有传播力的短视频，讲好本地故事、展示城市形象，受到地方政府的重视。《成都》《美丽西藏》《相聚乌镇》等短视频，对展示当地文化、风光等起到了良好的传播作用。中国外文局当代中国与世界研究院传播中心主任孙敬鑫撰文指出，“各地希望在短视频领域能有一番作为”。

## 美丽经济火起来

近一段时间，北京海淀市民黄

女士平均每天都要帮母亲取好几件快递，一问才知道，这些都是母亲在某短视频平台上购买的各地土特产。母亲告诉她：“这些都是当地政府领导推荐的，质量一定有保障，还能为助农出一份力。”

登录该短视频平台，黄女士搜索发现，许多地方政府官员拍摄短视频，变身主播，为家乡特产卖力吆喝，例如湖北荆门市市长推荐特产腊香鸡，陕西商洛县副县长为洛南核桃、豆腐特色农产品代言，四川通江县县长给银耳“带货”等。“这些视频很接地气，播放量和点赞量都挺高，人气很旺，网友也给出了很高的评价。”黄女士说。

短视频中，这些地方官员在推荐当地土特产的同时，也会同时介绍当地的地理位置、风光资源、文化特色等，卖货的短视频同时成了旅游宣传片。

对于许多贫困地区而言，发展旅游是一条重要的脱贫途径。在许多地方，旅游扶贫正逐渐从单纯的卖风景向卖特产、卖文化、卖生活等综合效应转变，旅游产业链条不断延伸。

2019年底，人民网舆情数据中心发布的《短视频与扶贫报告》指出，短视频与电商、旅游等领域的融合发展，催生了“短视频+扶贫”的新扶贫模式，通过短视频的形式记录和传播贫困地区的特色美食、美景和人文风情，助力贫困地区实现脱贫。这种模式也被称为“造血式”扶贫，赋予农民自己扩大再生产实现脱贫致富的能力。

郭风纪念馆理应在莆田或福州，莆田是他的故乡，福州是他工作、生活、写作几十年的地方，如今却是建在闽之北端浦城县，建在九牧的崇山之间。

在浦城建馆也有道理。1970年11月至1972年9月，郭风作为福建省文联的下放干部，在这里劳动、生活了将近两年。一年四季，春播、双抢、秋收、冬闲，他都作为普通社员参与其中。郭风自小在莆田城关长大，以后成为记者、教师、编辑与作家，基本没有干过农活，浦城来说，既是一道“劳其筋骨”的难关，也有一种“苦其心志”的体验。九牧的乡民以朴素的情感接纳了郭风，表现出了对文化人的照顾与尊重，令他感动。

山，前边临水，那就是郭风笔下的松坊溪。溪水依然清澈，周围茂林修竹，鸟语花香，环境好极了。这比重新新建，更符合郭风的人品与文品。我是一个对博物馆情有独钟的人，于是，突发其想，室内保持原貌，布置郭风展览，将他的生平经历、创作成就、著作版本、创作手稿、荣誉图片等，以“叶笛吹响”和“山中叶笛”两个单元陈列于两个前厢房，有关郭风在浦城的生活、劳动、写作等内容，陈列于两个后厢房，寻找当年的旧物，说明的情景再现式的布置，所有的说明，均取自郭风浦城下放日记。展览主要展示郭风的创作成就，突出“松坊村”在郭风晚年创作中的价值与意义。

而更重要的理念是将纪念馆引

## 山中叶笛

王炳根

回到省城后，郭风继续文学的编辑与创作。进入改革开放新时期，文学的春天催生了郭风关于下放山村的创作。他将下放居住的“杉坊村”稍改一字，于是，文学中的“松坊村”系列作品，如雨后春笋般地出现在全国各地的报刊杂志上，《松坊溪的冬天》《夜霜》《你是普通的花》《我们村里的孙悟空》等不同形式的散文、散文诗、童话故事等，涌向了读者面前。1959年，郭风以明丽的《叶笛》发出了他的文学之音，那是兴化平原上的叶笛，欢快而炽热，时隔20年后的松坊村的作品，则似从山中吹响的叶笛，作者将苦难上升为诗，山中叶笛不再仅是欢快，有了深沉和忧郁。这个创作风格的变化、美学境界的升华，将郭风的创作推上了一个高峰。可以说，没有浦城这段刻骨铭心的生活，便没有郭风晚年如此巨大的文学成就。

将近50年后，在郭风曾居住的房子，浦城县的有识之士认为可以用来建一座郭风纪念馆。郭风的家人得知，前去探访，觉得合适。由于我写过《郭风评传》，又在主编《郭风全集》，遂邀我去现场出点子。

这是一座木构建筑的瓦房，一厅两厢房，郭风当年居住的便是一个类似的后厢房。木瓦房背靠着

向室外。这座房子的前面有一大片空地，溪流环绕而过，这是天赐的场景。郭风一生酷爱大自然，下放旅居杉坊村时，总在用心体验山村的月色、夜霜、飘雪、溪流、木桥、水车、溪水中的鹅卵石、溪边的小草等，尤其是闽北山乡的花草树木，他在花鸟志中就写了十几种呢。于是，我设想，将郭风写过的花草树木，分区分片栽种到这块空地上，其如蒲公英、石蒜花、牵牛花、梅花、乌桕树等各居一处，将郭风描写这些花树的散文诗，镌刻在石块上，展示他如何将生活之美上升为文学之美的“秘密”。而在溪水的岸边，则可名将篇《松坊溪的冬天》以方石一字字篆刻，铺立于溪水之上。

半个世纪前，浦城人民和九牧山水接纳了一个下放干部，半个世纪后又以文化战略的眼光，助吹了山中叶笛，郭风纪念馆在短时间里落成开馆。2019年，我再次来到文学的松坊村，望着冬日暖阳下的房舍和园地，我在致辞中这样说：这是一座很小的纪念馆，又是一座很大的纪念馆，郭风的文学精神不仅陈列在室内，同时延伸到了室外的大自然之中；这是一座建在闽北山村的纪念馆，又是一座面向全国以至全国的纪念馆；这是一座独立的作家纪念馆，又可以打造成一座以人物纪念馆为名片的教学与旅游基地，为振兴乡村助上一臂之力。

## 安吉有个“不夜村”

陈毛应

一场春雨过后，浙江安吉县灵峰街道蔓塘里自然村景色氤氲，村民潘征军坐在自家后院的木结构亭台里，双手舒适地放在栏杆上，目光落在对面的松林坡里。只见漫天的“萤火虫”舞动闪烁，梦幻逼真。这是蔓塘里文创灯光项目，正是这个项目让这座灵峰山下的小村落成了安吉的网红村，在微信朋友圈里刷屏。

灯光秀本是城市建筑和景观专用的灯光表达方式，通过时尚动感的光影，呈现流光溢彩的迷人景色。但在安吉，这种都市的专利成了山野田园的一道风景。

夜幕下，走进剑山村蔓塘里自然村，伴随着空灵梦幻的音乐，数万盏灯光随地形山势变幻莫测的闪耀，将游客带进一个如梦如幻的世界。

“以前茶叶是村里的主要产业，村民忙完一个茶季后就没事可做。”剑山村党支部书记丁其军一直思考着如何让村庄转型。依托美丽乡村以及灵峰街道国家级旅游度假区的招牌，加上本村“高低起伏”的村庄形态，2018年11月，“大地之光”项目在此落地。

“村集体以基础设施、美丽环境配套入股，工商资本注册公司追加投入经营乡村，农户作为股民参与，每年门票收入的10%给村集体，以80万元保底，门票收入超过80万元的部分，给村集体按每张门票10元提成，而原住民可以拿到门票营业额的3%，实现了‘家家都是旅行社，人人都是销售员’。”“大地之光”负责人朱少杰说。

这个只有1.6平方公里的小山村，引进“大地之光”项目后，将农家、茶园、山林等自然之景，运用多重立体光影技术、国画的手法，通过点、线、面的变化，描绘塑造出一幅



蔓塘里夜景。

夏鹏飞摄

“亦诗亦画”的灯光水墨画，将蔓塘里乡村独特的人文、地貌、景观呈现给游客。

随着光影不断变化，一瞬一景，一步一画。一道道田埂、一垄垄茶园、一户户农家、一片片山林，在各种灯光的映照下，或粗黑浓重，或轻浅虚浮，或绚丽多彩，似随意为之，却又相互勾连，不间断，令人目不暇接。庭院灯、地埋灯、洗墙灯、草坪灯、水底灯、景观灯……将这个小小山村装扮得五彩斑斓，声、光、电、水、火、影、音的效果和激光、焰火、水雾、投影的交相辉映，描绘出崭新的乡村篇章。

游客到，景区闹，农家乐、近百村民在家里当起了工人。村民从树家的茶叶、笋干等土特产旺销，一年销售利润20多万元；村民潘潮军晚上做烧饼，平均一天有1000多元收入……在灯光项目的带动下，全村建起了民宿群、餐饮店、小吃街，土



欢迎关注本版微信公众号  
“人民日报行天下”

位于四川省最北端的热尔大草原是中国第二大草原、中国最大的高寒泥炭沼泽湿地，也是黄河上游重要的水源涵养地，黄河约有三成的水源来自于此。从高空俯瞰，碧绿的草原上散落着一个一个高原海子，如同翠色的大毯上镶嵌着一颗颗明亮的珍珠，辽阔而壮美。难怪《航拍中国》“四川篇”会把热尔大草原的航拍镜头放在篇首的位置。

花湖，便是若尔盖热尔大草原一系列海子中最璀璨、最亮丽的一颗珍珠。这个被当地藏民称为“麦垛措”的高原海子，以其独特的魅

## 花湖寻梦

曲 三文/图



力，吸引了无数城市人前来寻梦。在一个风和日丽的日子，我只身前往花湖，开始我的寻梦之旅。

从若尔盖县城出发，沿213国道一路向北，约40分钟车程便到达花湖景区。新建的原木栈道跨

气，空气中满是清新的花草香气。红尘俗世中的一切忧愁烦恼，似乎都已随风而去。

如此美妙的梦境中，怎能没有游鱼和飞鸟的身影？俯看水中，花湖水不过1米多深，清澈见底，一

群群高原冷水无鳞鱼在水中游动。稍加留意，便能在水草间发现各种水鸟的身影。良好的生态吸引了大量水鸟在此栖息，有赤麻鸭、灰雁、白骨顶、燕鸥、藏鸳鸯等。运气好的话，还能看见高原上的精灵黑颈鹤。它是国家一级保护动物，是世界上唯一一生长、繁殖在高原的鹤，被藏族人民称之为“仙鹤”“神鸟”“吉祥鸟”。若尔盖便是公认的“中国黑颈鹤之乡”。在步道上，每隔一段距离都安放了几架望远镜，方便游客一睹远方水鸟嬉戏和舞蹈的场景。

不觉中，我已走到花湖的中心地带——花湖之眼。一片碧蓝的湖水包围着一片呈椭圆形的水草，形似一个巨大的眼睛，上方一片柳叶形的水草正好充当了眉毛。水草中间开满白色的小花，使这眼睛看上去似乎闪着目光。我凝望着这巨大

的眼睛，感觉它似乎在凝望着我，凝望着苍穹。这只眼，让整个花湖显得更加神秘而有灵气。

花湖就是这样一个人可以让人忘却烦恼、重寻儿时梦境的地方。

图为花湖风光。