



圈的他还曾特地向最早一批的网红文旅局长甘孜州文旅局局长刘洪请教。现在，他的小视频已经越做越好。

说起甘孜，也是一个因为文旅局长代言而火爆起来的目的地。当然，最初的走红离不开甜酷男孩丁真。

看雪山杜鹃同框，观峡谷瀑布飞流，看绝美日落星空，打卡原始森林，泡地热温泉……“五一”假日期间，甘孜州共接待游客 108.35 万人次，实现旅游综合收入 11.91 亿元，较去年同期分别增长 153.87%、153.94%，较 2019 年同期分别增长 54.39%、64.97%。甘孜不再是那个默默无闻的地方，成为了旅游热门之选。

同样因短视频出圈的贵州大方县文旅局副局长吴姣姣，这个“五一”也到了自己的收获季。据大方县文旅部门统计，4 月 30 日，贵州大方县全县共接待游客 5.74 万人，同比增速 24.5%。5 月 1 日，全县共接待

游客 6.85 万人，同比增速 27.8%。

目前大方县的游客主要是观光老年团，而在大方县过夜的以散客为主。吴姣姣对这些数据有自己的分析，旅行社在贵阳可以拿到 120 元的住宿价格，但大方对接的团住宿费最低价都是 180 元，为了降低成本，很多旅行社不会把大方县作为旅行团游客过夜的点。“今年我们提出了‘30%、20% 和 30%’的目标，意思是我们的文旅相关产业增加值达到 30% 的增幅，过夜游客的平均消费增幅达到 20%，然后综合收入增幅达到 30%。”吴姣姣表示，从目前情况来看，这个目标不难实现。

## 红了还不够

如果看到这些数据，很多人可能会觉得，抛头露面的文旅局长，果然能带动当地的旅游。但实际上，这或许只是数百上千个文旅局长“内

卷”下的“幸存者偏差”。

华东师范大学经济与管理学部副教授党宁在接受《新民周刊》采访时表示，当下社交媒体的进入门槛较低，政府部门也意识到了新媒体对于旅游业推广的重要作用，便形成了通过短视频等新媒体平台来推广当地旅游产品的现象，而文旅局长“做网红”对宣传当地旅游目的地有天然吸睛点，是政府部门在新形势、新需求下更主动、更积极作为的一种体现；同时，文旅局长代言的形式也可以提高当地居民对旅游的认知，达成建设当地成为受欢迎旅游目的地的共同认识，提高当地居民的旅游意识和旅游素质。

“然而，作为一种营销手段，其效果是有限的。如果文旅局长采取同质化的传播渠道和形式、一味地追求变装秀等表面功夫，而忽略了旅游本身的内涵和特点，那么即使代言也难以带动当地旅游的发展。”党宁表示。

视频越做越精美，也越来越有评论认为局长们“离大众有点远”。事实上，这些文旅局长们未必没有思考过这个问题，但他们是箭在弦上。宁夏回族自治区银川市西夏区文化旅游体育广电局局长马海波就曾对媒体表示，局长中最早火出圈的甘孜刘洪和新疆贺娇龙，他们的颜值和当地丰富知名的旅游资源是其他地方难以望其项背的存在，如果只有刘洪和贺娇龙，她不会想到要去尝试，“是解伟‘接地气’的风格让我看到了希望”。

一条视频就能让很多人知道随州这座不知名的鄂北小城。“身处文旅局长的位子，不做些什么好像



左图：随州市文化和旅游局局长解伟。

右图：四川省甘孜藏族自治州文化广播电视和旅游局局长刘洪。