



茅洋蟹钳港景区。

最近,20岁的康巴小伙丁真通过一条抖音短视频火遍全网,他的家乡四川理塘县,一个名不见经传的小众旅游目的地,也一跃成为炙手可热的新晋打卡地,吸引大批游客关注。

同样在今年,宁波也有一个地方,依靠抖音火了一把:国庆期间,象山县共接待游客165.63万人次、实现旅游收入16.56亿元;截至目前,抖音话题#象山最美海岸线,已经累计播放11.6亿次,累计旅游产品曝光总量达1684万人次。

这个拥有925公里海岸线的魅力小城,在这种全新的玩法加持下,用短视频开启了自己的“高光时刻”。

到市井菜市场觅食 跟船出海捕鱼……

国内头部旅游达人带着500多万粉丝一道“云游”宁波这个地方,在抖音里火了一把

A 面:

博主:深度游
最深入才能看到最美目的地的“美”

今年8月,国内头部旅游类视频内容创作者秦鹏背起行囊,第四次踏上前往象山的旅途。按他的话说,此行并不只有他一个人,而是带上了525.8万粉丝的眼睛,所以,他要“挖”点不一样的。

这次来象山,秦鹏为自己的视频内容定下的方向,是记录最原汁原味的象山生活气息。得益于主办方巨量引擎的妥善安排,让他有了更多时间深入象山最具代表性的生活场景中。去码头看渔民回港,到菜市场找家常美食,跟着捕鱼船出海……在和当地人打交道的这几天时间里,惬意悠哉的生活氛围给他留下了深刻印象。

“当地人很享受本地生活,就连年轻人也是如此,这让我觉得很有意思。”秦鹏说,自己走过这么多地方,看到更多的可能是人们对于繁华都市的向往,而在象山,似乎不同年龄段、不同职业的人都在家乡找到了最舒适的状态,而这种自信可能就是来源于对家乡的认可。

另一件让他印象深刻的则是渔民和海洋的关系。“渔民会把死去的螃蟹直接还给大海,理由是,这

些海鲜是代表象山品质出去的,新鲜是第一位,而且这些东西放回海里还能养活其他海洋生物,是积德。”秦鹏说,听着质朴的渔民说出这样的话确实让他很震惊。

最后,秦鹏根据自己的象山之旅做成的两条短视频,在抖音上仅点赞量就达到了9万,被转发了2000多次。在让更多人通过他的镜头看到象山风情的同时,也完成了一次属于自己的累积之旅。“对于创作者来说,最难的莫过于在短时间里精准找到一个地方的亮点,而这次探访过程中,当地政府和巨量引擎给了我们最需要的信息,让我们在内容制作上有更多精力和优质素材。这样正向的互动,也必然会产出更好的成果。”



▶秦鹏(右一)和其他达人一起打卡象山。



B 面:

企业:短视频
就像打开了一个新世界

刘建江是象山县蟹钳港旅游发展有限公司总经理。2016年,当他第一次来到象山茅洋的时候,这里还是一片原生态的景象。4年后,这里已经成为国家AAA级景区。“山、水、海、田”四个主题园区陆续开放,吸引了四方游客前来打卡。不过新问题很快又来了,台子搭好,“演员”就位,但这“歌声”怎么才能传得更远?

从2018年茅洋蟹钳港的山乐园开园以来,在旅行社、本地线上旅行平台以及私家车友俱乐部等渠道下,景区推广工作有条不紊。不过,突如其来的疫情打乱了整个旅游产业的步调。公司也意识到如果仅仅依赖传统渠道推广,很难有进一步的突破。这时,这个80后想到了一件新事物:抖音。

“其实我自己就是一个资深的抖音用户,也看到过一些通过它进行品牌打造的成功案例,所以萌发了结合短视频方式做营销的想法。”今年8月,刘建江等来了一个好机会。象山

县和巨量引擎即将在抖音推出“北纬30度,最美海岸线”计划,旨在通过线上线下融合年轻态传播方式,立体传播象山特质标签。听说这一项目之后,刘建江马上带着茅洋蟹钳港报了名。

在接触中,巨量引擎为蟹钳港提炼了“赶海”这一关键词,确立以亲子游为主打。为了适应抖音宣传方式,景区将产品重新整合开发,找出适合“视频打卡”的网红点位。这一转变就像一剂强心针,不仅让景区快速复苏,而且实现了营业收入提升15%、客流提升25%的成绩,其中国庆期间门票收入同比增长46.68%。

而刘建江说最大的收获还在于打开了一扇新的大门。“合作过程中,这种更直接更具传播力的营销方式给了我们很多启发。例如启用头部达人带来流量、提炼景区关键词、以更具感染力的视频为切入口等,为我们今后的部署提供了方向。”

深度

下一个宁波的“丁真”会来吗?

今年一场疫情,在瞬间为文旅产业按下了暂停键。然而国人对于旅行的向往,却并没有因此湮灭。越来越多人开始跟着短视频,去“云游”四方,也为重创之下的旅游产业留出了一扇窗。

今年5月,巨量引擎正式启动“美好目的地计划”,通过联动文旅达人共创短视频优质内容,助力文旅品牌实现从硬推广过渡到软传播,进而推动地区文旅经济发展。

这两天,丁真,这个20岁的康巴小伙,靠着俊朗的面庞、黝黑的皮肤、清澈的眼睛和害羞的微笑,让网络万千少女尖叫,成为名副其实的新晋网红。

网红不新鲜,真正让所有人惊讶的是,短短18天,依托百亿级曝光度,丁真的家乡、一个叫做理塘的小众旅游目的地,一跃成为时下最炙手可热

的新晋打卡地,吸引大批游客关注。

而象山,如今也正依托这一思路,打造着自己的“美好目的地”。

或许相对于成都、杭州这样成熟的旅游城市来说,“象山”之名尚未响彻云端,但得天独厚的美景美食资源,却足以让她在今天这样的全新玩法下,赢下自己的一片天。

显而易见的是,优质的内容,对于创作者、观看者和创作地三者都带来了收获。当然,文旅营销并不能一蹴而就,也不是一击即中,但“通过一支短视频种草一个城市”或许将是一个全新世界的开启。它的意义也绝非仅停留在眼前的几次曝光上,而是为未来的多元化发展提供了无限可能。

在这里,我们不妨期待下一个宁波的“丁真”。

记者 黎莉