



读推文、刷短视频、看实景地图,有人爱上“云旅游”

旅游达人、导游、景区上线求关注,游客直播间购门票、买特产

不费腿“云旅游” 想去哪去哪 能逛得爽吗

□实习生 杨子昕 本报记者 李佳琪 文/摄

“最近打算出游,之前通过‘云旅游’做的攻略可以派上用场了。”此前,市民小夏曾坚信“用脚走”才是旅游的正确打开方式,上半年受多方面因素影响,小夏没有实现出游计划。不过,通过短视频平台、时尚App等渠道,她看到了旅游达人、UP主在国内外记录的美好生活,这让小夏打开了旅游的新模式。在出行受限的场景中,短视频、直播等形式为人们提供了全新的旅游方式。近两年,像小夏一样爱上“云旅游”的人越来越多。

1 推文、短视频、评论区,甚至在实景地图上 “云”上游想咋逛都行

“不能外出旅游的日子里我就线上游。”通过刷本地旅游达人视频、“打卡”全国热门景点博主的文章,不仅能“云游”国内热门景点,还能将目的地延伸到国外,“云旅游”让小夏打开了旅游的另一片天地。

小夏告诉记者,她关注的主播身处各地,白天看黄山的奇松怪石、大理的苍山洱海,晚上跟着大唐不夜城的汉服小姐姐了解古代

文化,一天能“跑”遍大半个中国。

对于“云旅游”,有人迷上景点直播打卡,有人评论区里找“下一站”目的地,还有人在地图上“打卡”大美中国。“新闻上说有人通过实景地图看到了亲人,我好信儿也去地图上看有没有认识的人,这才发现,原来地图上也能‘旅游’。”小李说,就连国外的景点也能通过实景地图来场“云旅游”。

2 达人、导游、景区都在推荐咱家乡哈尔滨 被直播吸引,“打飞的”游冰城

《青年云旅游调查报告》显示,74.8%的受访者会选择“云旅游”,59.7%的受访者表示对“云旅游”的体验不错,84.1%的受访者认为“云旅游”丰富了自己的旅游体验。

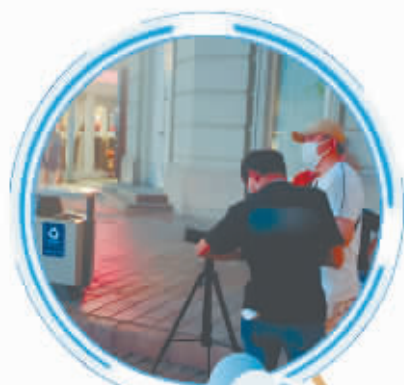
“旅游网站、视频平台、时尚类App……喜欢旅游的人在哪,我就在哪分享。”市民曲睿成为旅游达人已经7年了。她说,起初只是在旅游网站上以图文的形式推送一些攻略和心得。近几年,随着人们想通过“云旅游”得到“共情之感”,短视频、直播等形式更加受到关注,她也开始用视频的形式记录美好。

2020年冬天,陈爽在哈尔滨建筑艺术广场做了一场主题为“哈尔滨下雪了”的直播,获得3319.6万的观看量,“一些南方人在直播间留言说想来哈尔滨看雪,还有身在外地的家乡人说‘想家了’。”陈爽告诉记者,第二天她做直播时,一位南方游客拍了拍她的肩膀,告诉她在直播间被哈尔滨雪景吸引了,特地“打飞的”来看现实版的雪中教堂。

比起通过短视频、推文等形式“打卡”旅游景点,很多“云游

客”更喜欢看专业导游的讲解,他们具备更多旅游知识,也更擅长讲故事。手机+云台,只要按下“开始”键,小北可以在镜头前一刻不停地说上一个多小时,将中央大街的历史娓娓道来。小北告诉记者,自己是一名导游,专门做东北区域旅游线路。因疫情影响带团出行,她便开始做直播,线上带游客看哈尔滨美景。

除了达人、博主、导游,带你“云旅游”的还有景区。“通过短视频及直播的形式,不仅可以在特殊时期拉近游客与景区的距离,还能以相对直观的方式让省内外游客感受太阳岛的风景如画、小动物的呆萌可爱。”太阳岛风景区相关负责人告诉记者,从今年5月开始,景区做了一系列线上直播活动,如云游看中国系列之“不负好春光 云赏太阳岛”,让全国各地游客看到了哈尔滨美景。记者从哈尔滨极地公园了解到,自2017年开始,极地公园便通过新媒体渠道进行推广。近年来,在短视频平台开设了“海象伊诺”“白鲸小黑”等“小号”,吸引了很多省内外粉丝慕名而来。



新晚报制图/田宇阳



我还是蘸着吃吧



部分图片由受访者提供

3 看的人“逛”新奇“玩”深度,播的人吸人气、谋市场 不同的人眼中有不同的“风景”

“除了在短视频平台上看各地景点,我也会看一些旅游者路上的生活记录。”“云旅游”的路上,有人偏好热门景点打卡,有人抛弃线下走马观花跟着云导游进行深度游览,还有人迷上了房车、进藏等这类记录真实旅游生活的内容。小夏告诉记者,有些新奇的“旅游项目”,自己虽然不能亲身体会,但通过“云游”能享受到“身在其中”的快乐。

“我喜欢看赶海的直播,跟着主播‘云钓鱼’,非常解压。”记者了解到,从看别人游,到发现旅游之外的东西,在“云旅游”上能“逛”新奇、“玩”深度,也为观看者带来了与线下不一样的“风景”。

随着5G、人工智能等信息技术的日益发展,景区通过视频、直播等形式来提升文旅的供给质量,极大地满足了特殊

时期、特定时间游客的游览需求,也为自己切切实实做了一把推广。“‘云旅游’可以突破地域的界限,拉近与游客的距离,这是线下推广达不到的。”通过开放“云旅游”,极地公园曝光量呈逐年递增的趋势,仅2021年各新媒体平台累计曝光量达5亿次。

“进行线上推广以来,景区官方公众号的粉丝量已从刚开始的一两千人的粉丝量上升至现在的二十多万人,这足以说明‘云旅游’得到了很多游客朋友的认可与喜爱。”通过景区“上云”,让太阳岛风景区看到,以往很多人对于太阳岛的理解仅限于是个“自然生态公园”。自从景区开通了短视频平台、直播平台等线上推广渠道,很多游客表示开始了解太阳岛除了自然风光以外的其他休闲游乐项目。

4 游客在直播间下单购门票、文创商品、当地特产 旅游业“上云”求发展

有效打破空间阻隔,“云旅游”能把多地独特的旅游资源送达每一位潜在游客手中。一些景区发现,目前线下营销的成本越来越高,有时效果却不尽人意。作为新兴的推广方式,线上推广、“云旅游”既可以更全面地宣传景区,也可以方便快捷地解决游客的疑问,拉近景区与游客之间的距离,增强与游客间的黏性。

旅行相关的直播短视频里,吸引人的除了风景,更重要的是折扣和优惠。《云游中国数据报告》显示,伴随着文旅消费逐步复苏,游客纷纷通过直播

间下单购门票、文创商品、当地特产等。

“借助‘云旅游’,将线上流量带到线下,结合线上‘云游’体验来反馈线下服务质量,从而完善旅游服务链条,促进旅游服务多元化、高质量发展,将是未来旅游业发展的趋势。”有关专家认为,未来景区可通过“云旅游”深挖新媒体平台的“云游”数据,对市场、旅游者画像、内容评价等方面,做出更为准确的判断与应对措施,从而预判旅游市场消费动向、口碑流量趋势,精准做出预判来制订下阶段的“云旅游”方案。

