

文旅局长拍古装宣传视频出圈

坦然面对网友吐槽“扮相潦草” 在社交账号回应:能宣传随州就行

古装局长面对调侃称 “能宣传随州就行”

10月28日,解伟在自己的短视频账号中,对“尴尬”的扮相作出解释:“拍摄千年银杏谷宣传视频时,准备时间不足,仓促中服装只能选择现有的,加上我经验不足,同时安排了另一个拍摄,留给化妆小姐姐的时间确实有限,才会出现大家所说的情况。”

对于网友的吐槽,解伟坦然面对,“宣传自己的家乡,只要能让大家觉得有趣,从视频中了解到随州有这么美景就行了,我自己‘献丑’无所谓的。”

质朴而诚恳的回应,让解伟在短期内收获了2.8万粉丝。他表示,接触短视频、新媒体后,察觉到过去的宣传方式关注度少了,想要有好的宣传效果就得跟上潮流。“我现在去景区拍摄时有不少游客认出了我,他们说‘局长又来宣传了’,听到这些,我感到很高兴。”

出境宣传家乡 “有点尴尬但效果不错”

作为旅游管理部门的负责人,为景区做代言的“文旅人”已不在少数,各地已有不少成功案例,包括新疆伊犁“策马女局长”贺娇龙、四川甘孜“武侠局长”刘洪等。受他们的影响,各地旅游部门负责人纷纷行动起来,加入短视频代言行列。

解伟是随州本地人,过去一直是基层干部,今年刚刚担任文旅局长,在5月18日博物馆日他上传了第一个宣传视频,这也是他第一次尝试拍视频。记者注意到,早期解伟出境为随州博物馆、随州炎帝故里风景名胜区等地引流时,是以“主持人”的身份出现。之后,解伟会时不时穿着教书先生、书生、侠客等各类符合气氛和主题的服装出境。

解伟告诉记者,他出境之前做了一个调研,想要把当地的网络达人都研究一遍,再集中结合他们流量的力量来为随州引流。但是大家的兴趣点不一致,很难协调。

解伟和同事们最终决定直接以游客身份到景区去拍摄,带着网友“云”逛随州。在游玩过程中,为了尽可能多展现景区的文化和历史,解伟穿上了带有文化元素、历史背景的服装出境,将历史故事改成轻松搞笑的段子进行介绍。视频里,他有时穿越成“曾侯乙”,有时戴上墨镜化身潮男,有时又变身成为原始部落首领,一改往日严肃板正的形象,这种强烈的反差萌吸引了不少网友的关注与点赞。“出境拍摄视频,虽然有点尴尬,但效果不错。”解伟说。

回复网友评论 “感谢大家的点赞”

解伟说,选择以古风的方式去推广家乡,是因随州有着深厚的文化底蕴,也是《刺客聂隐娘》的拍摄地之一,有着古风古色的底蕴。来这里的游客们往往有着一个“武侠梦”,于是他就想到了扮古装来演。评论中有人提议请专业人员来演,“但我们费用不够,而且让别人来演可能关注度、影响力没那么高了,我在(文旅局)这个岗位上,可能对大家的吸引力要大一点。”解伟笑着说,他打了十几年的太极,能找到的人也只有他会舞剑,所以本人出境了,结果因为准备不充分的“尴尬妆容”让他出了圈。

“一开始不少网友吐槽我,后来关注到了我以前的作品,知道我一直以来身体力行家乡宣传,他们也会为我的视频点赞转发。我感到很荣幸,大家能通过短视频认识我,有很好的互动。”解伟说。

观点>>>

推介景区用心用心 不必纠结“丑出圈”

“从来银杏不负秋,青黄尽染银杏叶。”近日,一则“诗意”短视频意外火出圈。视频中,白衣侠客的扮演者是湖北随州文旅局长解伟,为宣传随州千年银杏谷景区,他古装出境,在银杏树下舞剑、饮酒、下棋。然而,不少网友看过短片后表示解伟形象气质不佳,戏称其“以丑出圈”。对于意外走红,解伟自称内心仍然“比较忐忑”,但他表示为了宣传家乡不怕献丑,“有上千人知道随州有这么美景就行了”,这种真诚态度让他收获不少粉丝。

从创意构思来自电影《刺客聂隐娘》到简洁流畅的镜头语言,其实不难看出,这则被吐槽“造型粗糙”的短视频背后是下功夫打磨过的。事实上,正是这份对家乡的感情和用心“力透”视频,网友们才能够在大笑与调侃后留下莞尔与尊重,纷纷对随州产生兴趣和憧憬。一直以来,解伟希望工作人员“敢于走到镜头面前”、希望网友“知道我们在忙啥、知道我们在拼搏”,其实,网友讨论的“美丑”也不过只是一笑而过的调侃,真正深入人心的仍然是情、是景。正是这份默默坚持的创新求进,才让景区更灵动、更有温度、更具亲和力。

“您的出发点是好的,但咱能不出发吗?”面对网友打趣,解伟幽默回复“不出发怎么才能认识你”,这句话其实道出了目前不少景点“推介之难”——难在不懂怎么“出发”、更难在不敢“出发”。在网络社交平台不断发展的当下,过去许多传统宣传方式往往已经无法收获大众有限的注意力资源,导致不少新老景区既缺乏旅游亮点和地方特色,又无法融入新消费群体的社交媒体圈子,从而面临“酒香也怕巷子深”的尴尬现状。

景虽不能变,人却有可为。自媒体时代要盘活文旅资源,让“一方水土”焕发新活力,就需要“一方人”努力,不仅要具备“懂得出发”的敏锐度,更要有“敢于出发”的执行力。解伟就曾表示,家乡需要话题和关注,就要“跟着市场走”,看年轻网友、游客、消费者都关心什么,再去投放让人感兴趣的内容,这也是其运营短视频账号的一个初衷。从这个角度讲,无论是此前因“武侠脸”走红的局长刘洪还是如今意外出圈的“古装局长”解伟,他们都在网络时代敏锐捕捉到受众特征和变化,在宣传运营过程中精心打造账号内容生态,最终才有机会迎来“网络爆点”,为当地带来真正的“流量红利”。

面向网络吸引游客其实只是景区转型的第一步,随着网络流量的热潮逐渐褪去,要想长远立住口碑、培养回头客,地方部门还需久久为功,扎实挖掘当地的物质文化资源、凝练培养其内涵和底蕴,给人们带来满意的旅游体验感。

“近日,湖北省随州市文旅局局长解伟拍摄的一段宣传视频“出圈”了。视频中,解伟古风扮相,一袭白衣,头戴发冠,左手反握剑柄,剑随身动……视频上传后,有网友吐槽解伟的双下巴、假发套与想象中的唯美意境有着极大的反差。面对网友调侃“扮相潦草”,解伟回应称,只要大家觉得视频有趣,从中认识了随州,他搞笑扮丑都是无所谓的。”

■据《北京青年报》、《南方日报》



解伟被吐槽的古装扮相。



解伟之前穿着“主题服饰”出境。