

“直播间的朋友们，大家好！我们来到武当山风景区，大家可以看到……”近期，有这样一群人，他们拿起手机，面对镜头，开启直播，为网络另一端的游客在线展示和讲解武当山的文化和美景。记者了解到，十堰不少景区景点通过视频直播、短视频的方式，助力旅游业复工复产，让大家足不出户就能“线上赏花”“线上看景”。

疫情防控期间，涌现出了很多新需求，一些新业态的优势凸显，其中之一便是“云游”。记者了解到，从故宫直播到武汉大学“云赏樱”，全国各地都在尝试“云旅游”，不仅满足了大众的精神文化需求，而且积累了很多经验。

■见习记者 余红梅



十堰晚报主播直播赏花。摄/记者 陈双伟

足不出户赏美景

“云游”“直播” 为文旅业复苏插上

膀
翅

抢抓风口 “云游”“直播”成新宠

今年受疫情影响，很多人取消了旅游计划，但是大家对旅游的渴望依然强烈，“线上旅游”逐渐成为年轻人青睐的娱乐方式。

往年，3月是市民踏青赏花的好时节。受疫情影响，今年的赏花形式与以往不同，黄龙壹号生态园、秦巴植物园、太和梅花谷、樱桃沟、汉江街办等地纷纷推出“云赏花”模式，通过网络直播等方式，让市民足不出户便能欣赏到户外的美景，也让那一抹靓丽的风景消除人们心中的阴霾，带给人希望。

3月26日，武当山景区恢复对外营业第二日，就上线了武当山“三月三”大型直播。活动通过全国50多家媒体同步直播武当山美景，累计点击量突破3000万人次。在近3个小时的直播里，众多网友跟随直播的镜头了解武当山的山水人文、观庙宇、武当

武术等内容。

“很期待，很激动！”“武当山金顶开放了吗？”“乘坐缆车多少钱？”……直播开始不久，线上互动十分活跃，众多网友纷纷为武当山美景点赞，并说自己体会到了足不出户体验参观游览的乐趣，企盼疫情结束后，可以现场感受武当山的文化。

除了线上赏景赏花外，直播采茶活动也展现了电商平台带货的非凡实力。在第二届春茶采购节上，30分钟直播线上销售茶叶6.5万元。4月份，武当道茶、圣水茶场、大沟村茶园、土关垭茶园等十堰各大茶园纷纷开展直播采茶活动，一方面让网友线上体验采春茶、手工炒、看茶艺、论茶道，全过程深度感受茶文化；另一方面打通了网络订购新渠道，发掘了春茶销售的新渠道。

结合需求 创新优良直播内容

疫情防控期间，“云游”“直播”方式发挥了独特的作用，展现了网络优势。今后如何进一步总结经验、创新应用，值得所有人思考和探索。

十堰晚报主播肖锦告诉记者：“虽然云游、直播在当下很火，但旅游还是重在体验，很少有网友在直播间赏一个小时的花，甚至有网友线上赏花之后，就不会去线下赏花了。如果能融入更多体验感比较强的内容，也许就不一样了。比如试吃美食的直播中，很多网友都留言想吃，希望以后能有更多有趣好玩、新奇的旅游内容分享给大家。”

市文旅局相关人员表示，对十堰多数观光型景区而言，“云游”的作用还是在于营销、提升景区的知名度。例如黄龙壹号生态园和秦巴植物生态园，疫情防控期间通过系列“云赏花”及线上营销宣传，积累了大量用户，复工之后很快就迎来了客流小高峰。但是随着景区直播日益增多，景区需要不断完善和创新才能脱颖而出，更需要引流到线下体验，才能实现长远的发展。

据悉，用新平台、新技术，展现好看、好玩、好吃的十堰美景美食是当下的趋势，但更重要的是如何创新地制作优质内容，这才是引导文旅产业吸引客流的新方式。

精心设计 期待直播成功吸引客流



茶园中直播采茶、炒茶的过程。摄/闫文斌

专家表示，由于旅游业与人员流动直接相关，受疫情冲击比较明显。“直播”“云看景”发起的初衷，是为景区提供一个新思路。随着关注度不断升温，“云旅游”已逐渐变为疫情防控期间重要的旅游营销场景。通过短视频、直播等方式与网友互动，提升旅游品牌曝光度，通过线上“种草”，为疫情结束后的客户引流打下基础。

子胥湖欢乐嘉年华市场部工作人员江萌告诉记者：“有人告诉我，他们经常在抖音刷到我们子胥湖的视频，都是游客的自发行为，为吸引客流打下基础。接下来，我们将进一步以抖音等短视频平台为载体，根据点赞量和播放量发动更多游客参与到短视频录制中来，将子胥湖的游玩乐趣分享给网友们。未来，欢乐农场开放后，将会采取直播的形式为大家展示采摘新鲜水果的乐趣。”