

“游苏州”国际市场推广的“变”与“不变”

□ 本报记者 张玫 文/摄

苏州市文化广电和旅游局多年来一直致力于苏州文化旅游在国际市场上的宣传推广,在过去两年的欧美地区市场推广中,该局继续聚焦境外社交媒体推广,有效发挥社交媒体的优势和强大影响力,突破疫情给跨境游带来的限制,带领欧美消费者“云游”苏州、“种草”苏州;在稳健有效推进原有推广战略的同时,该局大胆创新、快速应对、精准发力,面对全球疫情带来的巨大挑战,通过举办“到中国,游苏州”系列国际推广活动开创全新局面,多措并举,为未来入境市场恢复打下坚实基础。

苏州市文化广电和旅游局顺应形势,在“变”与“不变”中闪转腾挪、积极作为,或许可以为业界带来一些启发和借鉴。



上图:发布会现场的昆曲演员包头展示
右上图:拙政园夜游项目中的一景
右下图:苏州博物馆西馆的触摸屏吸引小观众



“变”:加强线上推广 保持关注度

秋日的苏州,千年运河碧波荡漾,第三届大运河文化旅游博览会展示了大运河文化保护传承利用的成果;狮子山脚下,崭新的苏州博物馆西馆正式开放,苏州“百馆之城”建设又结硕果……在这个丰收的季节,另一项喜报在位于平江路的中国昆曲博物馆发布——苏州市文化广电和旅游局2019—2021年欧美地区市场推广活动圆满落幕,该局在Facebook、Twitter、Instagram和YouTube的四个官方账号新增16万欧美消费者关注,总粉丝量突破100万;共有1000多篇来自国内外主流媒体的文章对苏州文化、旅游资源 and 推广成果进行了积极正面的报道,共产生约3亿次媒体曝光。

“疫情给全球旅游业带来巨大冲击,入境游停滞,但线上宣传推广不能

停滞,反而要加强,要让欧美消费者及时了解苏州旅游的新资源、新产品、新活动,让他们形成对苏州旅游的持续关注 and 期待。”苏州市文化广电和旅游局对外交流与合作处处长王如东说,从线上了解旅游目的地的各种资讯已经成为互联网时代的常态,不同的社交媒体平台各有特色,如Facebook偏重图文,Instagram偏重视频,这些平台各个旅游城市都可以用,关键是内容为王,如何让你的内容更出彩、更吸引人。

王如东介绍,线上内容60%是常规性的,基本是介绍苏州的文化和旅游资源;20%是季节性的,像过春节、赏梅花、采茶这样的活动;另20%是临时性的展会、演出等活动。“要设计年度主题推广活动,并开展相应的线上线下

活动,制造话题、保持热度。”

过去两年中,苏州市文化广电和旅游局相继推出了#SeenInSuzhou视界苏州——发现苏州之美和#SecretsOfSuzhou探秘苏州两个创意年度主题推广活动。主题推广活动以赴苏州旅行的媒体、达人和生活工作在苏州的外国友人作为“专家导游”,通过制作充满感染力的IGTV短视频和Instagram故事,生动展示苏州的特色文化、传统节日、人文风俗和美丽景色。

苏州市文化广电和旅游局欧美地区市场推广战略合作伙伴PHG咨询公司公关总监孟晓文介绍,年度主题推广活动以贯穿全年的主题标签形式制造苏州热门话题,并与禅意园林、丝绸心意、寒山寺敲钟迎新年、苏式庆新年系列短视频、苏州碧螺“春”茶时5场线上活动充分结合,用社交媒体内容带动苏州热点话题,以品牌合作有效触及目标受众,通过激励机制将热度、话题和关注转化为苏州的“流量”,并最终引流至苏州市文化广电和旅游局英文官方网站www.TraveltoSuzhou.com,进而实现从推广到购买力的转化。

“在社交媒体推广方面,截至2021年8月底,苏州市文化广电和旅游局Facebook、Twitter、Instagram和YouTube四个社交媒体账号产生超过1.94亿次社交媒体曝光、150多万次有效互动。其中,Facebook账号新增粉丝9.1万、新增点赞超11.5万个,YouTube账号浏览量超8.62万次,Twitter账号新增粉丝超过6.1万。四个账号粉丝数量均位列国内同类旅游目的地前三。Twitter账号更是以201152的粉丝数继续蝉联榜首。”孟晓文说。

国家的近150名外交官员。江苏省苏州昆剧院青年演员演出的昆曲经典片段《牡丹亭·游园惊梦》,用中国传统戏曲的魅力打破了语言的边界,为中外嘉宾奉上一场文化盛宴。

“北京推广周期间,一些嘉宾现场向我咨询苏州还有哪些好玩的地方,听说我的朋友计划做苏州的徒步线路,有的外国友人高兴地说,设计好了一定要告诉我,我很想去体验。”王如东说,这两年在开发旅居中国的外国人市场方面积累的一些经验,可以应用到远程市场上,“比如,我们发现,成团人数有所减少,以前的团队经常是20多人,现在10人甚至5人以下的团队居多,停留天数却有所增长,而且行程放缓,脚步放慢。这样的一种趋势提醒我们的旅行社,将来在设计入境游产品时要有更多的考量。”

“我以前一直带入境团队,疫情发生后主要为国内游客讲解园林、博物馆。中间也有一个适应过程,不过很快就调整过来了。现在国内游客的素质都很高,我也在不断学习提高自己。带国际游客以及在国外旅游的经历,让我在讲解中会有更宽的视野,会加入中西方文化对比的内容,所以还是比较受国内游客欢迎的。相信经过这段时间的学习、积累、沉淀,以后再带入境团,我会讲解得更好,希望这一天能早点到来!”苏州市导游协会会长、国家金牌导游严巍说。

王如东说:“这次请媒体体验的‘景+餐’运河夜游、‘拙政问雅’拙政园夜游、苏州博物馆西馆,都是具有苏州文化特色的新项目。厚积薄发,入境游客不能来的这段时间,苏州在不断积聚能量,一旦市场恢复,我们会以最美好的苏式生活迎接海外来宾。”

制作工艺等国家非遗的宣传片制作精良,有奖问答的答案就在其中。台上答对领奖的嘉宾兴高采烈,台下的人们热烈鼓掌,期待下一个答题机会。企业参与丰富了活动内容,主办方精心设计,既展示了企业品牌形象,又让受众获得了知识,甚至小小的惊喜,会场里气氛热烈,其乐融融。

每次参加完这样的活动,总会发出“螺蛳壳里做道场”的感叹,主办方在会场设计上的精心、创新,自然而然地让来宾对其推广的产品生出一种好感和信任……

期待与苏州的下一次相遇,期待相遇时的小惊喜。

世遗古村保护的“徽州智慧”

□ 本报特约记者 李远峰

“皖南古村落”蜚声海内外,是从西递、宏村开始的,2000年11月联合国教科文组织世界遗产委员会将“皖南古村落(西递、宏村)”列入《世界遗产名录》。20多年来,皖南古村落保护和利用成果显著,截至目前,仅在安徽省黄山市黟县就较好挖掘和保存了1684幢古村落建筑,而且其中很多村落是活态保护,世居于此的村民仍然居住其中,外来游客也可以信步其间,主客共享,俨然一幅山水田园画卷,向世界展示着世界文化遗产保护利用的充满天人合一智慧的“中国思路”。目前,西递、宏村已是国家5A级旅游景区,黟县已成为国家历史文化名城。

严格保护活化利用

夜幕降临,华灯初上,“忙碌”了一天的宏村,换上夜间装束。月沼湖畔,星光点点,家家户门前拉开桌椅,款待来自四面八方的客人。一些在宏村游览休闲的年轻人围坐在一起,聊着旅途中的趣事。

随着大众对旅游文化内涵的要求越来越高,宏村等皖南古村落吸引了越来越多的游客。与之相随,宏村的很多服务设施和服务理念不断发展变化,越来越现代化、时尚化,但不变的是高高的马头墙、青青的石板路、哗哗的溪流声,以及蕴含其中的徽州古韵。

“变”与“不变”之间,体现的是当地政府部门以及相关业界对世界文化遗产保护与活化利用的“良苦用心”。当地以保护为前提,稳步探索,走出了一条以政府为主导、以村民为主体、以旅游为支撑的活态保护之路。

黟县副县长吴小胜说,黟县对古村落的保护十分严格,制定了西递、宏村世界文化遗产保护管理办法及实施细则、古建筑修缮管理办法等制度,形成县、镇、村、民四级保护管理体系,与遗产地古民居所有人或使用人签订了文物保护责任书,明确保护职责。为解决世界遗产的保护费用,黟县建立联席会议制度,每年从世界文化遗产地门票收入中单列20%,设立文化遗产保护基金,专项用于遗产地保护、利用。

先保护后发展,秉持着这一思路,黟县从最初的西递、宏村开始,将保护和活态利用范围扩大到南屏村、关麓村、屏山村、卢村等众多古村落,大量明清等时期的民居、祠堂、牌坊、园林等古建筑成为展示徽文化的“活化石”。

黟县徽黄旅游集团作为皖南古村落保护和活态利用的主要企业,承担世界文化遗产保护和旅游业建设发展的双重任务。黟县徽黄旅游集团董事长朱武说,目前黟县在保护传承好世界文化遗产的基础上,发展起赏花、骑行、晒秋、摄影、民宿、研学、婚俗等一批休闲体验型旅游产品,找到了一个既符合古村落保护管理要求、又适应市场经济发展规律的双赢模式。

画里乡村成“最美研学课堂”

如何促进世界文化遗产世代传承和可持续发展,是黟县文化和旅游发展持续关注、常做常新的课题。

黟县素有“画里乡村”之誉,亭台楼阁,黛瓦白墙,一个古村就是一幅美妙的水墨画。黟县以此培育研学以及写生市场,为研学及写生群体提供住宿、餐饮、培训指导等配套服务,

渐成规模和体系,成为世界文化遗产可持续发展的有效途径。

黟县文化旅游体育局副局长吴能英介绍,今年上半年,全县接待写生学生31.1万人次,较2019年恢复78%。截至目前,和黟县签订写生协议的院校等机构有78家。

记者采访当天,正赶上大批学生在屏山古村创作。夕阳西下,淡淡的阳光照在依山傍水的屏山古村,清澈见底的吉阳溪穿村而过,三三两两的学生散落在石板桥附近,在画板前专注地画着。一个正在写生的学生告诉记者,她早就想到皖南古村写生了,这次终于来到了古村,见到高大的马头墙,远处的山峦和身边流过的小河,这是再好不过的场景了。

依托保存完好的古村落以及成熟完善的配套设施,黟县研学及写生市场日益发展,扩展到西递、宏村、南屏、关麓等各个古村。

为使这一市场规范起来并获得长足发展,黟县出台了《黟县写生、研学学生聚餐食品安全管理办法》,设计打造出集研学、体验、餐饮、住宿于一体的研学旅游产品,建成西递、宏村、南屏、秀里、守拙园五大研学游基地。尤其是第一批开拓研学及写生市场的西递、宏村,相关业态和产业链已经十分完善。徽黄京黟旅游发展有限公司副总经理黄洁说,目前宏村面向写生学生的相关服务一律半价优惠,而且有效时间是1周,在此期间不受次数影响,这大大降低了学生的写生成本,受到学生和学校的欢迎。

深入挖掘古楹联文化价值

皖南古村落作为世界文化遗产,其文化价值体现在很多方面,不仅建筑风格上独树一帜,而且在文脉传承上源远流长。皖南古村落文化传承的一个重要载体便是古楹联、匾额,几乎每栋古建筑上都留存着古楹联、匾额。很多国内外游客将这些古楹联当作微文化“简明读本”看待,每到一处都会细细品读,从中华楹联文化中为人处世、经商从政的道理。

西递履福堂:“世事让三分天宽地阔,心田存一点子孙耕”,笃敬堂:“读书好营商好效好便好,创业难守成难知难不难”。

宏村南湖书院:“读圣贤书行仁义事,立修善志存忠孝心”,乐叙堂:“尅己最严须从难处去尅,为善以恒勿以小而不为”,承志堂:“敦孝弟此乐何极,啻诗书其乐无穷”。

暑假期间,在屏山古村开展的一场研学活动中,有一项重要内容便是邀请相关专业人士讲解皖南古楹联。古楹联的深刻内涵以及背后的曲折故事,令听众回味无穷。

据讲解员介绍,联合国前秘书长安南2006年曾来到西递。在大夫第绣楼,安南对古楹联、匾额的文字内容十分感兴趣,听了导游的讲解,安南称赞:“这是一次伟大的经历,赞赏你们为保护人类文化遗产所做出的一切。”

皖南古村落对古楹联、匾额等的挖掘保护和合理利用,为世界文化遗产保护利用提供了很多创新思路。在此方面,黄山市一直在持续推进。

黄山市委书记凌云此前在黟县调研时强调,要充分发挥旅游、文化、自然、生态等多重叠加优势,善于把发掘徽州文化的积极因素与强化现代法治教育结合起来,注重发挥家风家训、村规民约、徽州楹联的作用,营造向上向善的乡风民风。

沂蒙老区:沉浸式体验“圈粉”

□ 新华社记者 杨文

“乡亲们,你们都来了?哎,三妮,昨天学的几个字你还认识不?”“认识,这个念‘中国’,那个念‘共产党’,那个念‘抗战’……”

在红嫂家乡——山东省沂南县马牧池乡常山庄村一处农家院内,游客们坐在长凳上,专心地观看沉浸式红色情景剧《识字班》:八路军指战员积极发动根据地农村妇女学习文化知识,身后的一块黑板上写着:抗战必胜……

没有舞台,演出在真实搭建的农家小院、战地医院中进行;没有灯光,演员真情实感地演绎着军民鱼水情深。演员是当地村民和文艺爱好者,在红嫂当年居住过的地方,他们说当地话、演当地事,深情质朴,受到游客欢迎。

旧院落的墙上,挂着几串大蒜、辣椒,院内还有石磨、纺车、锥子等老物件。在常山庄村,有不少这样充满年

代感的小院。今年“五一”开始,沂南县打造红嫂故事沉浸式体验小院,通过沉浸式演出,让红色教育“活”起来。

《识字班》,是沂南县打造的5个红嫂故事沉浸式体验项目之一。“以前只是参观红嫂纪念馆的时候,了解到沂蒙红嫂这个群体。如今通过代入感的演出,在现场更能体会到红嫂精神的伟大,这样的形式更容易让孩子们接受。”来自江苏沂沂市的游客满春江观看了演出后,深有感触地说。

缝军衣、烙煎饼、抬担架……这些沉浸式演出,以红嫂故事为主线,还原了20世纪40年代初,发生在沂蒙大地的感人场景。

“游客进入小院后,可自主观看或参与到演出互动当中,让他们从历史的‘旁观者’变成‘参与者’。”沂南县委常委、宣传部部长范如峰说,沉浸式体验紧紧扣住特定历史时刻中不同人物的境遇和性格,用情景表演的方式,展现当年军队和老百姓“水乳交融,生死与共”的沂蒙精神。