



文旅局长“卷上天”，每天都有一个挂在热搜上。近两年，各地文旅局局长纷纷从幕后到台前，在短视频里秀才艺，使出浑身解数为当地旅游业代言：有的在-20℃气温下身着民族长裙、唱rap介绍当地风情；有的化身宇航员拍摄科幻大片；还有的变身古代侠客骑马舞剑展示家乡风景……有网友评论称：“现在没点才艺，都当不了文旅局长。”

文旅局长们的“花式秀才艺”视频多次登上热搜，引发巨大的关注。以四川为例，截至2022年底，共有上百位文旅局长参与拍摄“文旅局长说文旅”系列短视频，110条短视频在全网播放量超3.5亿次。

## “记住了局长，没记住景点” 文旅局长频繁出圈如何脱虚向实？

出圈之后，如何将“网红效应”转化成实际流量？3月22日，甘孜州文旅局局长刘洪告诉华西都市报、封面新闻记者，“卷”起来并不是目的，如何做好服务，让游客玩得安心舒心才是重要的。

四川省社会科学院生态文明研究所副研究员赵川表示，“出圈”只是开始，一个地区的旅游发展不能只靠局长，要孵化更多热爱家乡、踊跃展现家乡之美的当地“网红”，从不同特色展现地方之美，形成人人都是代言人的氛围。

### 一个争议

#### “卷”出了审美疲劳

众多文旅局局长“卷”起来后，在一片叫好声中，质疑和争议随之而来。

今年2月，黑龙江塔河县文旅局局长都波身着鄂伦春族白鹿服饰，在-20℃的天气中宣传家乡成功出圈。然而，不少网友却质疑其个人宣传占用大量篇幅，用公款拍个人写真，没有突出景区特色，有网友表示“光记住了局长，没记住景点”。

无独有偶，前段时间四川乐山市文化广电和旅游局局长成冬娟携犄为嘉阳小火车开“卷”。不同的是，相比于别的局长的独特新颖，网友对此似乎并不买账。“乐山文旅大胆一点嘛，这一点特色都没有”“局长们‘卷’不动了，我也审美疲劳了”的评论屡见不鲜。可见，在局长们层出不穷的花式“出圈”中，网友的“口味”也越发难以满足。

面对争议，3月21日，湖北随州市文旅局长解伟在接受华西都市报、封面新闻专访时表示，去年因为白衣飘飘的古装造型出圈的他，现在依旧在不断更新短视频内容。

“网友的质疑也是很客观的，现在越来越多的局长加入短视频拍摄，产出的内容更丰富了，但网友是很挑剔的，可能会造成审美疲劳，这就需要创新。”解伟表示，这是“卷”起来后必经的挑战，如何将当地最有特色的元素植入短短几十秒的视频中，让游客能根据需要精准选择。

解伟认为，在“抢眼球”的时代，内容固然重要，但最根本的还是要将旅游品质提起来。“拍视频只是手段，最重要的



黑龙江塔河县文旅局局长都波  
-20℃花式出圈：“你离泼水成冰，就差一个塔河”



四川甘孜州文旅局局长刘洪  
霸气出圈：“谁砸了甘孜旅游的锅，我砸他饭碗”



新疆伊犁州文旅局副局长贺娇龙  
身披大红斗篷，雪地策马奔腾“美出圈”



湖北随州市文旅局局长解伟  
长剑古装扮侠客“丑出圈”，大气不惧嘲

还是树立旅游品牌，不能本末倒置，一定不能让观众看到视频满怀期待地来，却失望而归。”他谈到，在尝到了爆火的“甜头”后，还需要坚持进行持续性内容输出，让人们更加深刻地记住当地旅游特色，才会成为旅游出行的一个选择。

解伟的短视频账号从未停更，抖音粉丝量达到了31.6万。公开数据显示，今年春节，随州市境内炎帝神农故里、大洪山等景区都实现了历史最高的游客量。同程旅行公开数据显示，春节期间随州酒店预订同比上涨68.4%，火车出行前往随州的人数比2022年春节上涨77.78%。而根据携程最新数据，今年以来随州酒店订单量同比增长75%。

“只要愿意站出来宣传家乡的局长，不管怎样，都值得点赞。”解伟说，虽然“卷”起来的局长更多了，但还不是大多数，未来留给文旅市场的宣传空间还是很大。

### 一个理念

#### “卷”出内涵练好内功

当全国文旅局长们“卷”得火热时，初代“网红”局长却选择了“低调”起来。

点开四川甘孜州文旅局长刘洪的抖音号，可以注意到，近段时间他的视频更新频率明显减少了。

“卷起来并不是目的，更重要的是，

希望通过网络，把甘孜的大美风光推广出去，把游客带进来。”刘洪表示，近几年，甘孜的旅游数据增长明显。今年春节接待游客45.66万人次，旅游综合总收入5亿多元，分别较去年同期增长106.33%和107.42%。

“火了之后，甘孜应该苦练内功，把旅游市场整顿好，做好品质服务，让游客玩得安心舒心，这也是现阶段我们正在做的事情。这样每个人来了甘孜，都会成为甘孜的代言人。”刘洪说。

他已经付诸行动。今年2月，有网友在短视频平台投诉康定一酒店。随后，刘洪及时回应网友关切，迅速给出处理结果。同时，借此告诉甘孜州所有的经营户，一定要诚信经营，净化市场，并霸气喊话“谁砸了甘孜旅游的锅，我砸他饭碗”。随后，康定市也立即启动“净旅行动”，全城摸排酒店行业存在的相关问题，找差距、补短板、提服务。

提到网红局长，贺娇龙同样备受关注。2020年，时任新疆昭苏县副县长的贺娇龙因“策马雪原”短视频爆火。2021年，她从昭苏县调往伊犁州担任文旅局副局长。随着贺娇龙爆火“出圈”，她所在的昭苏县乃至伊犁州也被带火。如今，她已成为“新疆文旅推荐人”之一，带起直播团队朝着乡村振兴前行。目前，她直播带货农副产品销售额

已经突破了2.1亿元，带动当地直接就业2300多人。

### 一个建议

#### 希望孵化更多当地“网红”

四川省社会科学院生态文明研究所副研究员赵川认为，全国文旅局长“卷起来”是一个好现象。“有一种推动和促进作用，能让相关部门深入思考和亲身推动当地的文旅宣传，形成你追我赶、传承创新的态势。”同时，通过这样的短视频宣传活动，全国各地文旅局都建立自己的短视频团队，掌握了新媒体传播经验，对未来的旅游宣传推广打下了基础。

“出圈只是开始，还应更深入地思考和持续采取系列举措。因为一个地区的旅游发展，离不开局长的工作，但也不能只靠局长。”赵川建议，通过文旅局长带动当地的自媒体传播，孵化更多热爱家乡、踊跃展现家乡之美的当地“网红”，从不同特色展现地方之美，形成人人都是代言人的氛围，推动当地的文旅产品宣传和营销。

同时，还应促进更多的旅游消费转化。“各地把包括景区、酒店、餐饮、特产、娱乐等各产品链接做好，要思考怎么通过这个活动推动文旅市场繁荣，真正进一步恢复和扩大社会消费。”赵川说。

华西都市报·封面新闻记者 杨金祝 赵奕

## 2023年度载人航天飞行任务标识发布

# 神十七任务标识为四川美院研究生设计

3月21日，中国载人航天工程办公室发布2023年度载人航天飞行任务官方任务标识。其中，神舟十七号载人飞行任务标识为一名美术学院研究生设计。

当前，中国空间站已进入应用与发展阶段，天舟六号货运飞船、神舟十六号载人飞船、神舟十七号载人飞船将于今年接续造访中国空间站。2月15日，中国载人航天工程首次面向全社会公开征集任务标识，从来自全国500多家单位、组织和个人的1500余件投稿作品中，最终选定了天舟六号飞行任务、神舟十六



神舟十七号载人飞行任务标识。

号载人飞行任务、神舟十七号载人飞行任务标识。

天舟六号飞行任务标识将外围艺术

化处理为货运飞船对接接口轮廓，空间站设计以不同角度更好表现和突出当前任务飞船状态，并用黄色轮廓突出天舟六号货运飞船对接位置。空间站的白色配色使其在深蓝色背景中脱颖而出，任务飞船型号数字字体“6”设计彰显了现代感和科技感，寓意速度和轨迹。

中国神话传说中的神兽鲲鹏融入了神舟十六号载人飞行任务标识设计。鲲鹏得极高、极远、极稳，寓意力争上游，也意味着吉祥。标识整体采用红蓝配色，主体图案为鲲鹏身披祥云向上游动环抱空间

站，空间站以昂扬的姿态屹立于宇宙星河之中，金黄色的神舟十六号载人飞船对接于天和核心舱径向端口。

神舟十七号载人飞行任务标识作者为四川美术学院研究生谭昊瑜。标识采用居中均衡的构图方式，表现此次飞行任务中神舟十七号对接空间站的前向端口。神舟飞船喷射的尾焰与数字“十七”相结合，整个画面展现出向上勃发的视觉冲击力，寓意着我国载人航天事业蓬勃发展。

据北京晚报