

“上新”不断，“火力”不减——

# “网红”城市“五一”文旅市场观察

## “网红”城市又“上新”

高达18米的大雪人，曾是冬日“尔滨”的流量担当。5月1日，哈尔滨冰雪大世界“上新”一个1:1还原的充气大雪人。这个占地近万平方米的超大充气城堡乐园开园首日，很多家长带着孩子前来体验趣味挑战和互动游戏。

“尔滨的繁花不仅在冬季绽放，四季都是‘花季’，我们要把‘好菜’端上来。”哈尔滨市文旅局局长王洪新说，日前“江鸥号”等三艘主题游船崭新亮相，带领游客畅游松花江，还能欣赏夜间灯光秀和无人机表演。在哈尔滨大剧院、老会堂音乐厅，话剧、交响乐、芭蕾舞等轮番登场，“音乐之城”名不虚传。

在“村超”发源地贵州省榕江县，十余场足球比赛在假期火爆开场。1日，参加“村超”的首支非洲球队入场，相关短视频阅读量突破200万次。贵州“村超”新媒体传播负责人王永杰说，“我要上村超”“约球到村超”、全民K歌和万人“村迪”等20多种新玩法，吸引各年龄段游客参与。

在新一轮进“淄”赶“烤”中，地处淄博近郊的金岭回族镇晋升“网红”。一家烧烤店里，三四个游客围坐一桌，每人一个小马扎，羊肉、牛肉、板筋在炙烤中香味四溢。“我们早

“尔滨”出圈、进“淄”赶“烤”、“天水麻辣烫”、榕江“村超”……“五一”小长假，风光正好，这些热门旅游城市有何新意？客流怎样？“网红”能否“长红”？记者实地走访。

就联系好牛羊肉、小面饼等货源，确保假期食材新鲜充足。”烧烤店老板王志鹏说。

“白加黑”超长待机，是不少游客的假期写照。为升级打造“夜经济”，甘肃省天水市将中心广场、东煜金街麻辣烫一条街等重要商圈、夜市进行串联，推出“名厨名师制作夜”“现场制作互动夜”等餐饮夜场活动，甘谷辣椒、秦安花椒、武山粉条等农副产品走红。调整优化、延长时间的公交线路，也为游客夜间通行提供保障。

## 文旅融合更“吸睛”

始于流量，不止流量。随着旅游业发展和消费升级，网红城市不断挖掘文化底蕴，打造特色项目，提升消费品质，为游客带来更多新鲜和惊喜。

秦腔音乐剧《麦积圣歌》、原创舞剧《一画开天》、大型室内情景体验剧《天水千古秀》……连日来，一系列文娱活动为“天水麻辣烫”文旅展演季拉开帷幕。当地还举办文创商品展

销活动，发展汉服旅拍、非遗体验等新业态，深受年轻游客喜爱。

“五一”前夕，哈尔滨交通集团推出移动主题巴士，主打“美食+旅行+文化”的跨界融合，其主要停靠点包括中央大街、索菲亚教堂、中华巴洛克历史文化街区等热门景区。在车厢里，游客一边品尝红肠、格瓦斯等俄式美食，一边品味深厚的城市文化，邂逅流动的城市风光。

在榕江，除了足球赛，村寨里的斗牛比赛、侗族大歌、苗族芦笙舞等民族文体表演热度不减，露营烧烤、花海打卡、长桌宴等积攒人气，仅1日就有逾7万人涌入。在县城及周边地区，大桥上、榕树下、鼓楼边，随处可见穿着民族服饰拍照的游客。

“淄博，从来不止烧烤一张名片。”淄博市淄川区洪山镇党委宣传委员仇慧清说，全新改造的聊斋园景区成为新的打卡点，《聊斋惊梦》体验馆、《夜话聊斋》夜游项目实现“文旅+科技”，奇幻的光影变幻带来视觉盛宴。在不远处的蒲松龄故乡蒲家庄，不少游客踏着青石板路寻访。

## 多措并举促“长红”

面对假期“一房难求”等状况，“网红”城市不断发力。榕江县持续提升接待能力和“吃住行游购娱”服务品质，一批酒店和民宿产品在加紧装修即将开业。天水市提前建立两区五县房源信息共享机制，引导部分游客入住邻近县区。

以往应对“突发状况”的有益探索，逐渐成为常态化机制。天水市商务局成立“天水麻辣烫”服务保障工作领导小组，在假期前做好研判，及时引导游客有序分流。哈尔滨市坚持“露头就打、快查快处”工作机制，重拳打击出租车违法违规行。淄博实行“首接负责制”“一日办结制”“即诉即赔”，优化涉旅投诉处置。

据介绍，榕江县正着力打造“以足球为媒、让文化搭台、用经贸发展唱戏”的平台，让“村超”成为“文体旅嘉年华”。哈尔滨从4月起持续推出“2024迷人的哈尔滨之夏”系列活动，吸引游客前来感受夏日“滨滨凉”。

美团研究院副院长厉基巍等业内人士指出，文旅融合是旅游新模式，更搭载着文化交流与传承，让文化在旅行中焕发新的生机。

(据新华社 杨思琪 邵琨 张武岳 齐健 王紫轩)

# “100%香菜汁”上线一月就下架

这类紧蹭网络“梗”的营销你怎么看？

天气渐热，消费者开始囤起饮品。各种口味的果汁颇受大众青睐。但令人大跌眼镜的是，在橙汁、苹果汁等常见品种之外，一种口味奇特的蔬菜汁不久前“横空出世”，它就是知名果汁品牌汇源推出的“100%香菜汁”。

记者在汇源果汁官方小红书账号看到，早在2月初，汇源就发布过这款香菜汁的预告，文案用了网络流行“梗”和流行歌词，如“哈哈哈，被我香拥啦”；3月，陆续发布多条宣传帖推广；4月1日，汇源香菜汁正式上线，并与白象“超香香香香香菜面”一起高调出现在宣传图中，组成“真香定绿CP”。

此外，品牌方的花样促销手段还包括购买汇源100%香菜汁，即可获得“香囊儿·香包”，限量10000份，书签、清洁袋赠品相送等方式。在好奇心驱使及花样赠品“诱惑”下，不少消费者激情下单。

这款100%香菜汁味道究竟如何？从网友留言来看，评价分为三大阵营。



人数最多的为“难喝派”。“实在是太难喝了！我明白它为啥一箱里面只有四盒了，因为喝一口绝对不会喝第二口。我也明白为啥箱子里面还要送两个呕吐袋了，这波自嘲自黑，汇源你是明白的！”众多网友晒出自己被香菜汁“差点送走”的体验，并表示卖家赠送两个清洁袋（“香yue专用清洁袋”）“太贴心”了。其余两个阵营显得“势单力薄”。“包容派”阵

营中，大部分人觉得该香菜汁有类似中药的苦味，但不至于完全无法接受；还有人挖掘产品妙用，发现其与柠檬茶、白象香菜面、RIO香菜冰激凌味鸡尾酒等搭配时味道还不错；人数最少的阵营由一些香菜汁爱好者组成，他们说“真的不难喝啊，有点像某种汤。”

4月底，记者尝试在电商平台下单。搜索网页，可看到多家店铺在售

汇源100%香菜汁，其页面多为四小盒（一盒125ml）的包装款，售价为30多元至60多元不等。

但打开淘宝，在汇源官方旗舰店已搜不到“汇源100%香菜汁”；打开京东，在汇源自营官方旗舰店搜索“100%香菜汁”也显示“无货”。记者以消费者身份咨询淘宝的汇源官方旗舰店客服，对方称该产品目前已下架。记者追问下架原因，客服表示是“限量的”。客服还介绍，在售时“挺火的”，但是顾客的评价“不咋地”。记者注意到，目前还有一些非官方旗舰店自称在售该款香菜汁，每盒已从之前的近八元涨至十几二十元，还有些非官方旗舰店店铺显示“预售”。

记者在一家非汇源官方旗舰店下单了该款香菜汁，到货后却发现是一个包装相似、但并非汇源的“山寨版”香菜汁。根据包装上的饮用方法加入温开水冲调，味道着实一言难尽，苦中带酸，只能吐掉——尽管记者其实是一名香菜爱好者。

(据《扬子晚报》马燕 王雯莹)