

求姻缘为啥要去法喜寺,十里红妆长什么样

两位抖音旅游主播花式说杭州

本报记者 杨希林/文 图片由受访人提供

“为什么一说在杭州求姻缘就要去法喜寺?看,这是著名的姻缘御守,粉嫩色的外观,颜值挺高……”

如果你最近在抖音搜索“杭州 旅游”等关键词,应该看过这条法喜寺视频。寸头、微胖、戴着眼镜,视频中的男导游自带萌感。目前,该视频点赞量为4.7万人次,评论量1.8万人次。

他是刘进进,2011年来到杭州,2017年成为国家高级导游员。2021年4月,浙江省文化和旅游厅联合浙江日报报业集团主办的“文旅筑梦·西行记”(以下简称“西行记”)中,刘进进一路随行做公益直播。途经阿坝州壤塘县时,因海拔较高,刘进进出现了高原反应。但接下来3天,他仍坚持拍摄短视频,且每条短视频至少复盘两三遍。敢拼爱拼的他,给人留下了深刻印象。



刘进进



迟铁林

刘进进

春天追花、夏天避暑游 他的直播间有当下最美的杭州

去年4月前,刘进进还是一名普通线下导游,平时做日本地接业务较多。年初疫情发生后,刘进进被迫待业在家。看着身边不少资深导游在尝试抖音短视频,刘进进也动了心思。

“当时只是想玩玩,也不懂要如何抛话题、引流量。”跟风入局的刘进进,从身边小区的小众风景到西湖美景拍了个遍,在尝试1个多月后,粉丝量只涨到了3000人。不甘心的他,跑去了各个网红抖音导游主播的云讲堂,学习做抖音旅游主播的技巧:原来,做抖音视频,内容定位必须精准、本地化、接地气;要实时紧跟抖音热点,把观众感兴趣的与日常讲解串联起来,才能引发更多流量;视频发出后,要注意粉丝评论,从中挖掘粉丝感兴趣的点,可以用作下一期视频主题……

去年12月,进进带家人去了一趟

浙江省博物馆,随手打开摄像头,讲了一段十里红妆中,万工桥、千里拔步床、子孙桶等背后的历史故事,获得7.6万点赞;今年3月初,因为粉丝提议,刘进进用一个月时间去杭州各赏花胜地追花,38天开了30场直播,从灵隐寺的玉兰花、植物园的山茶花到孤山梅花,刘进进追了个遍,播放量平均约50万人次/场;最近,杭州出梅后迎来高温季,刘进进特别做了“杭州夏季避暑三日游”,实地探访西湖博物馆、雷峰塔、西湖游船等景点。38℃的高温天,刘进进的日均户外运动时间仍约在5小时左右。

如今,刘进进的抖音粉丝量已有近60万。“通过抖音这个平台,我想把杭州的美传递给更多朋友,也想让大家知道,西湖不是一个普通的湖。进进愿意陪大家走读西湖。”



扫一扫,看网红旅游主播说杭州

记者手记

做网红,做推介 疫情常态下 导游们在“升级”

在抖音上做旅游主播,是现在导游们转型思变的一个出路。刘进进的粉丝,从6000到近60万,用了不过短短一年;杭州西湖区金牌导游、网红女导游胡娜娜,是为数不多的、至今仍客源不断的导游。即使她每天都在带团,在工作间隙,仍一直坚持做直播。每发现一个新事务,或需要提醒的内容,胡娜娜就录制一段小视频。由于更新速度快,细节到位,胡娜娜获得了更多网友喜爱,随之也收获更多客源。

2020年底,杭州登记在册的导游共1.5万余人。疫情常态化下,人们的旅游观念更迭换代,也对1.5万余名杭州导游的服务方式发起挑战。为助力杭州导游转型升级,杭州文化广电旅游局也将云游杭州、线路品牌推广、直播带货等环节纳入杭州金牌导游考核标准中。不同导游有不同风格,但他们都是杭州旅游的一张名片。杭州导游先行转型之路,践行了浙江文旅人“敢为人先”的责任与担当。

迟铁林

讲雷峰塔坍塌时间精确到分钟 有粉丝叫他“杭州宋小宝”

杭州市金牌导游迟铁林,来自黑龙江鸡西市,讲话风趣,业务能力强,以前是出境领队。疫情后,迟铁林一边做杭州地接导游,一边开始试水抖音,带粉丝“云旅行”。

迟铁林喜欢深挖式的讲解,平均每条视频时长约5分钟,内容偏向于景点的历史文化故事。去年11月30日,他发布了一条雷峰塔讲解视频,特别提到雷峰塔老塔的故事:“雷峰塔在1924年9月24日下午1点41分轰然倒塌,后来保护下来的塔砖所剩无几。进入雷峰塔就能看到,雷峰塔塔砖中空且有个洞,有些塔砖上还刻有镀金经文,都是杭州文化的见证……”最终,这条干货满满的视频,点赞量达15.1万人次。因为迟铁林长得有几分像宋小宝,有粉丝在评论区叫他“杭州宋小宝”。

做信息量大的旅游讲解视频,意味着背后工作更多。比如雷峰塔视频,迟

铁林先看了三天资料,包括与雷峰塔修复相关的历史书籍、专家资料及相关纪录片。“视频中观众们关注的雷峰塔老塔倒塌时间,就是我从纪录片中看到的。”在迟铁林看来,这些细碎的知识经过重新梳理、归类、串联,就成了新旅游故事。

不是所有干货视频都能引爆流量。在迟铁林的抖音关注列表里,有几个专门讲当地历史文化的外省导游抖音号,但部分导游的粉丝数,只有寥寥几万人。

“和他们相比,我是幸运的。”迟铁林告诉记者,自己做过八年杭州地接,也做过境外导游,如今抖音粉丝量20余万的他,可以一边在抖音直播,一边做导游工作,生活慢慢回到正轨。“虽然收入和疫情前相比有所减少,但抖音促进了我们这批老导游转型升级,也帮杭州导游提升了整体形象。”