

紧跟文旅新风尚 变“流量”为“留量”

“重庆造”文旅微短剧谋划“出圈”

新重庆-重庆日报记者 周双双

●随着微短剧在内容生产、传播手段、产业规模等方面优化,跟着微短剧去旅行逐渐成为一种新风尚

●“重庆造”微短剧正积极探索“微短剧+文旅”,如何才能打动人心,变“流量”为“留量”



微短剧《温度》《重庆遇见爱》海报。



(受访者供图)

《中国微短剧行业发展白皮书(2024)》日前发布,数据显示,截至今年6月,我国微短剧用户规模已经达到5.76亿人,占整体网民的52.4%。随着微短剧在内容生产、传播手段、产业规模等方面优化,跟着微短剧去旅行逐渐成为一种新风尚。

被治愈系微短剧中的慢生活打动,想要去古城墙边走一走;因剧中呈现的家国情怀而追忆古今,准备去历史博物馆逛一逛……今年以来,随着文旅微短剧创作热度飙升,在打动人心的同时,也为各地文旅消费再添热度。

“重庆造”微短剧正积极探索“微短剧+文旅”,推介了江津区会龙庄、北温泉、南温泉、崇龛油菜花海、双江古镇等地。微短剧如何才能打动人心,变“流量”为“留量”?记者就此进行了走访。

5部“重庆造”微短剧获推荐,带动实景取景地“出圈”

为了引导推动一批聚人气、接地气、暖人心、有生气的微短剧作品的拍摄与传播,今年初,国家广电总局发布“跟着微短剧去旅行”创作计划。如今,该计划已经发布了5批162部推荐剧目,这些作品积极探索“微短剧+文旅”,以“微短剧+”实现以文塑旅、以旅彰文,推动文化和旅游融合发展。

在这些推荐剧目中,有5部各具特色的重庆作品入选。《铁拳无敌杨芊芊》讲述了天赋异禀的女子杨芊芊成长为武林盟主的故事,展现了坚韧勇敢、拼搏进取的侠义精神。《温度》讲述了围绕温泉元素发生的孤独症疗愈、文化传承、乡村振兴等温情故事,展现重庆的历史人文、山水风景和新时

代人们的美好生活。《重庆遇见爱》则以重庆独特的城市风貌为背景,聚焦新时代青年投身乡村创业的历程。此外,《嗨!微剧场之烟火星辰民生季》《遇见可克达拉》也于近期入选。

这些剧目以微短剧来推介地方文旅资源,带动实景拍摄地和各个文旅场景“出圈”。从这些作品的取景拍摄地来看,《铁拳无敌杨芊芊》取景地为江津区会龙庄,《温度》取景地有北温泉、南温泉等12个温泉景区,《重庆遇见爱》主要在潼南取景,包括崇龛油菜花海、双江古镇等。

通过故事的包裹,微短剧中那些极具地域性的地理标志、文化标识和精神标识变得温润而丰富,剧中呈现的旅游场景也在潜移默化中影响着观众的选择,带动实景拍摄地旅游产业发展。以《铁拳无敌杨芊芊》为例,全网曝光超21亿,古装题材与有着百年历史的会龙庄相契合,让这座群山环抱、绿野幽静的庄园吸引了不少游客探秘。

政策扶持,微短剧更具辨识度

事实上,自从国家广播电视总局出台“跟着微短剧去旅行”创作计划之后,各大城市频频颁布相关利好政策,从资金支持、资源倾斜、基地建设、人才培养等方面“卷”了起来。比如郑州要打造“微短剧创作之都”,杭州临平提出要打造“全国微短剧名城”。

每年接待上百个影视剧组的重庆也在暗暗发力。早在今年5月底,市委宣传部、市广播电视局就联合印发《重庆市推动网络影视剧高质量发展实施方案》,提到了9项行动,第一项就是推进“微短剧+”创作计划。

具体来说,就是把微短剧作为网络影视剧创作生产的重要内容,注重与各行业融合发展,赋能各行业高质量发展;深化拓展“跟着微短剧去旅行”创作计划,联动各行业主管部门,多方整合资源力量,共同打造涵盖文化旅游、乡村振兴、产业发展、都市生活等领域的微短剧IP矩阵;建立微短剧精品选题库,组织开展精品选题剧本创意征集活动,聚力打造系列精品微短剧。

“尤其是今年以来,我们加强了对微短剧创作机构、相关影视拍摄基地的调研走访,在选题策划、剧本打磨、资源调配、宣传推广等方面提供全流程指导服务。”市广播电视局相关负责人表示,为了更好地服务微短剧创作,市广播电视局主动压缩备案审批时限,从30天缩减到15天,激发创作积极性。

双向奔赴,影视公司积极投入创作浪潮

在政策与业态双重利好的背景下,重庆本土微短剧公司积极投入创作。根据调查机构DataEye10月底发布的“2024短剧热力值1—9月盘点”显示,1—9月在各城市的微短剧平台热力值(投流金额)方面,重庆以19亿元位列第二,其中仅重庆麦芽传媒有限公司一家就达到15.34亿元。而在短剧承制方的盘点中,重庆四月联盟以9.27亿元热力值位居全国第一,几乎是第二名和第三名数据的总和。此外,重庆年度视野文化有限公司等亦在微短剧领域深耕。

“地形错落造就山水相依、高楼林立的城市景观,使重庆成为影视拍摄的‘天然摄影棚’,重庆大学美视电影学院、四川美术学院等本土高校的专业人才培养,也为影

视拍摄提供了沃土。”麦芽传媒相关负责人介绍,重庆微短剧产业能够在全国占有一席之地,得益于重庆特有的城市风貌和较为丰富的从业人才供给。

在前几日刚刚落幕的2024成渝影视发展大会上,麦芽传媒打造“短剧+文旅”跨界产业融合新标杆还入选了2023—2024年度川渝影视发展“10+1”成果。除了《铁拳无敌杨芊芊》以外,麦芽传媒创作的《绝世红颜》《咸鱼化龙震九天》等10部爆款微短剧,为江津会龙庄、永川松溉古镇等景点带去超50亿流量。麦芽传媒相关负责人表示,希望通过“微短剧+文旅”的深入实践,引导观众沉浸式感受微短剧与旅行地的强链接,为重庆文旅推广、IP打造、出圈曝光出力,让重庆城市特色、文化底蕴和旅游目的地的IP价值被更多更好地看见、感知。

重庆年度视野文化有限公司除了出品的第一部文旅微短剧《重庆遇见爱》即将上线腾讯播出外,该公司已经储备了超过20部本土文旅微短剧作品。

年度视野相关负责人十分看好重庆的地域优势。在她看来,微短剧与文旅之间更像是双向奔赴的关系。“微短剧需要挖掘文旅资源中的文化内涵让作品更具辨识度,而文旅产业需要微短剧等影视作品来扩大知名度与影响力。”该负责人说,在这样的背景下,年度视野将坚持精品策略,无论在剧本打磨还是拍摄阶段,都以市场需求为核心,深挖地方文旅资源,让文旅不再当背景板,而是融入人文情感、故事情节,使作品变得有活力、有生命力、有感染力,进而推动“微短剧+文旅”实现高质量发展。

据《重庆日报》

发放1.5亿元文旅大礼包“冬游四川”火热开启

成都日报讯(成都日报锦观新闻记者 王嘉)12月7日,在九寨沟举行的2024四川省冬季旅游启动仪式上,2024“冬游四川”消费季活动进行了推介。从今年12月至明年3月,四川省继续聚焦“赏蜀山冰雪·享攀西暖阳”主题,为广大游客朋友呈上丰盛的冬日文旅大餐。

今年“冬游四川”消费季焕新升级7类冬季旅游产品。重点推出滑雪场、特色

温泉、重点旅游度假区等7类优质冬季旅游产品,让游客冬游四川充分感受“吃住行游购娱”的妙趣:在16家重点滑雪场的洁白世界里,体验冰雪运动的速度与激情;到16处特色温泉,在暖意融融中尽享润泽、放松身心;走进12家重点旅游度假区,享受悠闲时光;栖居百家特色酒店民宿,观雪覆山林,赏彩池冰凝;品809道天府旅游美食,纵享回味悠长的“舌尖盛

宴”。

冬游四川,线路更“精彩”。四川省精选整合五大自然和文化遗产以及各类优势资源,推出10条全新的精品旅游线路。其中包括世界遗产经典之旅、萌宠大熊猫生态之旅、雪山彩林小西环线之旅、冰雪奇缘之旅、寻觅香格里拉之旅、《黑神话·悟空》取景地打卡之旅、烟火成都City Walk之旅(城市漫步)、“双城记”巴

蜀探秘之旅等。

冬游四川,服务更“巴适”。活动期间重磅推出1.5亿元文旅大礼包,包括发放9500万元文旅消费券,联动美团、携程、高德推出0元购和出行优惠,投放3000万元“安逸熊猫·文旅一卡通”权益资金,以及景区门票大放送和入境旅游奖励。同时,还将全面开展文旅志愿服务,开行接驳旅游公交,免费提供停车泊位。