发挥政府作用，

助力厦门网红地标推广与文创产业链开发

机关支部课题组

旅游已经成为新的消费热点和经济增长点。在当前的旅游热中，自助旅游成为主流，Citywalk成为新的时尚。社交平台小红书发布的《2023年度生活趋势观察报告》显示，2023年，Citywalk相关话题在小红书浏览量超过21亿次，搜索同比增长140倍，有超过370万篇笔记分享了与Citywalk相关的故事。

现在游客更注重新鲜感和参与感，不仅要拍摄旅游打卡照，还要体验独特的地方文化。他们喜欢将体验分享到社交平台的特点，又进一步推动了这些特色街景的知名度和人气。

在很多城市，游客热捧的打卡地点、特色街区往往就是当地的地标。这些网络时代最喜爱地标，除了有传统认为的标志性建筑物外，还有与大量以年轻人的视角发现的日常生活气息的大街小巷、街边转角、特色的商铺店面、某个桥梁、某段老铁路，甚至是某处花草树木。

在全国各地，都会有一些在网络上走红的景观景点，虽然不是名胜古迹，只是一些街头景观，但强烈的画面感和其特性，往往在网络上引发很多关注，也带来了大量的现场人流。如吉林省延边朝鲜族自治州延吉市街头的一栋大楼外，70多块中朝双语的商铺招牌悉数亮起。楼前人头攒动，上百名游客纷纷举起手机拍照。经社交媒体传播，这块“网红弹幕墙”已成为延边标志性景观，吸引众多游客前来打卡。在辽宁省大连市东港商务区，港东五街同样人气火爆。凭借直通大海的优美景色和巨轮“穿行”楼宇之间的拍照景观，这里每天吸引上千名游客前来打卡，有人甚至专门提前查好客轮经过的时间只等按下快门。重庆的轻轨穿楼景观、拥有独特建筑风格的上海武康大楼……随着Citywalk成为年轻人热衷的旅行方式，中国许多特色城市街景成为热门旅游目的地。

在厦门，在网络的推介下，一些原本习以为常的建筑、街区也成为新的网红时尚打卡地。集美的十里长堤因为远眺杏林大桥和夕阳，成为年轻人的聚集地，进而成为厦门的新热点；殿前的老街因为抬头可见飞机的降落，古老的宫庙、杂乱的街道上空蓝天白云的飞机，构成了极富对比效果的景观，也成为人们前来拍照的热门地。厦门人最认可的“集体厨房”八市更因为浓厚的市井烟火气、丰富的闽南特色美食，临近大海、传统街道和现代高楼的背景对比，在媒体、明星的推介下，成为厦门新的免费景点。

这些没有得到部门旅游规划、自然形成、不收门票的景观区域，通过网络的传播，提高了自身和所在城市的知名度，成为城市的网红地标。网红地标在给城市带来人气热度的同时，也促进了相关的旅游购物等消费，成为新的文化旅游门类。2024年国庆假期，集美十里长堤接待游客38.6万人次。‌[八市](https://www.baidu.com/s?sa=re_dqa_generate&wd=%E5%8E%A6%E9%97%A8%E5%85%AB%E5%B8%82&rsv_pq=bee7c63e00035454&oq=%E5%8E%A6%E9%97%A8%E5%85%AB%E5%B8%82%E4%BA%BA%E6%B5%81%E9%87%8F&rsv_t=ac0f32nbiwUjWDW3tSKog1aN7ePvSs9VJFbZaJmsnJQcRgDs3EHuKFvHyuY&tn=baidu&ie=utf-8" \t "/home/xmadmin/Documents\\x/_blank)的日均人流量约为4万到5万人次。

一、网红地标产生的原因

网红地标的出现，有几个原因。

**（一）本身具有的独特性和景观效果**。景观首先是视觉效果，有眼睛可看、相机可拍形成的画面，画面要吸引人。而要成为网红地标，除了符合审美要求，还必须具有独特的感受，如新旧强烈对比、传统与时尚的反差，或者具有人心深处的情感，如思乡、美味、怀旧、浪漫等特征。比如殿前的看飞机，就是具有这些特点。

**（二）人们求新求异的旅游心理。**所谓旅游，就是从自己熟悉的地方到别人熟悉的地方去。一些在厦门本地人司空见惯的街头巷尾、整天抬头不见低头见的市井生活，往往却被外地游客看出与众不同的角度和特色。追求与自己生活的不同点，了解不同于自己所在地的差异，正是当今旅游的一个目的所在。八市就是厦门最具烟火气和地方韵味的地方，虽然已有几十年的历史，对本地人来说，只是一个大型而又显得杂乱的农贸市场，却很能吸引外地游客的探奇心理。

**（三）旅游拍摄的网络传播。**当今旅游，人手一部拍照手机，随处走随处拍，在不经意间可能就拍摄到一个具有新奇场景的画面，在朋友圈发布引发的点赞，通过网上的传播，引发亲朋好友的好奇、收藏，很快打开知名度，从而吸引更多人前来查证并进一步扩散。鼓浪屿的最美转角也是因为游客的不经意间的拍照取景而走红网络。

**（四）影视作品的宣传。**影视作品的制作往往需要取景拍摄。剧组在各地拍摄时，需要寻找与情节相关并具有特色的外景，通过作品的放映传播，结合剧情和人物的塑造，带动相关地点的展现，观众在记住情节的同时，也会对某个地点产生印象，使之在一段时间内成为新的旅游热门。厦门的华新路别墅区、东渡金鼎路附近的小巷，原本都没有什么知名度，因为多部影视剧的取景，很快成为影迷的热门旅游地。

可以说，国内的网红地标形成和扩散过程都具有以上的因素。

二、网红地标的特色优势与作用

**（一）提升了城市或景区的知名度**

热门城市、经典景区要保持旅游热度，除了传统景区景点外，面对网络时代，还需要新的内容。而网红地标就契合了这一需求，网络的热传引发的关注、带来的网络流量，到可以转化为实际的人流，再形成新的网络热度，对城市和景区的知名度都有新的提升。泉州通过对古城的改造和浔埔渔村“簪花女”习俗的整理表现，成功地打造了新的网红旅游热点城市。厦门的鼓浪屿是世界文化遗产，也是全国著名的景区，是厦门旅游的代表名片。在原有的郑成功文化、日光岩、菽庄花园等景观外，近几年出现的“最美转角”又让鼓浪屿迎来新的热度。

**（二）制造新的景观和旅游热点地区**

在传统旅游建设中，打造一个景观景点往往需要规划、设计、建设和宣传，需要相当的人力物力；而在网络时代，网红地标的出现并不需要如此繁琐的过程，一张照片，一个影视片中的场景，就可以使一个原本不起眼的地方快速爆红，变成新的景观。由此也会让这些网红地标所在的城市快速得到宣传，快速收获巨大流量。比如，以前重庆旅游在国内一直不温不火，最知名的一直是红岩、磁器口、三峡等传统景点，而近几年重庆旅游却日益火爆，这与李子坝地铁站、洪崖洞的网络走红密不可分。

**（三）拓展旅游消费的深度广度**

许多网红地标因为不在主流宣传中，其背景、历史、文化内涵往往没有得到深入的挖掘。而网民对这些网红地标的好奇必然会产生关注和探究的欲望，不仅在网络上的热议，更会在现场去探寻了解，进而到这些网红地标的周围，对所在区域、所在城市的历史文化、人文风情、典故事件、名人轶事、美食小吃等展开更多的探访，在时间和空间都形成更多的旅游消费。

三、网红地标的局限和不足

网红地标的发展也伴随着限制性及不足。

**（一）出现的无规律和自发性。**网络热点往往具有突发性、随机性，难以事先预测，更难以事先谋划。厦门的十里长堤、殿前看飞机、八市等网红景观，实际上已经存在数年、甚至是几十年，却在一夜之间突然爆红，给人以“莫名其妙、毫无道理”的感觉。

**（二）可持续性不足。**网络的特点就是热点频出，大量事件难以维持足够的关注度和时间跨度。网红地标作为网络现象，自然也存在可持续性的问题。一旦网络关注度下降，如果没有后续的建设与开发，很容易成为昙花一现。

**（三）可能带来负面效应。**一是对本地产生干扰影响。这些网红景观基本都在闹市区、居民区，因为网络走红引来大量游客，必然对当地居民的正常生产生活造成干扰，有时也会影响交通。如沙坡尾区域的一些店面因为特色装潢成为网红热点，引发大量游客驻足观赏和拍摄，造成交通拥堵和安全隐患。高崎海堤因为具有大海、铁轨、火车的景物，也曾经一时成为网红热点，不少人不顾安全在铁轨上拍照，影响交通安全。二是网络内容的良莠不齐也会影响到网红地标的正反形象的表现。虽然一些网红地标有趣的景观、深厚的人文引发关注，产生了积极的宣传作用，但也有少数网红地标只顾追求新奇感受和流量效果，忽略了真实的内涵，有的甚至制造噱头、违反法规。如一段时间出现的“废旧医院探险”就让人反感。不久前有人在菏泽的车站直播唱歌走红，菏泽车站成了众多人直播的场所，甚至有人在这里做起了比较低俗的直播，菏泽的车站变得水泄不通。一些“野景点”的出现也是因为网络炒作，一些网民和驴友不顾自身能力和危险因素前来探险，造成被困甚至伤亡。今年国庆节云南的哀牢山在网络突然走红，不少人不顾危险和自然保护规定擅自进入。

四、各地利用和开发网红地标的做法

城市网红地标为城市盘活文旅资源带来新机遇，也为城市管理提出新课题。狭窄的街道空间如何承载这拥挤的客流？街头景观的火爆给城市管理者带来了“幸福的烦恼”，各个城市也在进行积极探索。

延吉“网红弹幕墙”前面的路上看到，有交通警察在指挥交通。为了确保拍照区域的安全，延吉市住建局与交警大队合作，设置了87个石球路障，将打卡区域与车道隔离开，街道中间专门有一个供游客聚集的缓冲带，从而保障游客的安全。马路对面的延边大学，原有的校门后移，留出一定的空间供游客拍照。

在大连市，有关部门通过协调，大连前往威海的客轮经过港东五街时会减速行驶并鸣笛示意，只为让游客多看一会儿。

在厦门湖里区殿前，当地街道为满足游客“拍飞机”的需求，寻找了4处最佳拍摄飞机的网红打卡点，结合场地情况，分别设置有网红谐音的打卡地标识牌，如“灰机”来啦，随“机”应变，一如“机”往、万事胜意等，此外，标识牌上更设置了四个点位的导航集合二维码。

网红地标给中国文旅市场带来新活力，为游客提供便利则体现了各地对文旅产业发展的高度重视。“这些景观带给游客的不仅是多元的文化体验，还有城市的贴心。”

五、更好地发挥好网红地标，推动城市文旅发展的建议

网红地标具有正反两方面的作用，一方面可以丰富城市景观和旅游资源，吸引游客，提高城市知名度；另一方面，网红地标也因为不在旅游规划中，存在扰民、妨碍交通的问题，甚至有违规游玩的风险。加强对网红地标的引导、管理和利用，是各级政府需要重视的课题。

对厦门来说，面临各地文旅竞争，如何在有限的地域面积和历史文化积淀中，进行进一步的挖掘资源和开发，适应网络化、时尚化、个性化的趋势，适应科技、国潮的热点，发挥好自身城市气质魅力，将网红地标纳入城市文旅景观，不啻为一个可以考虑的方向。

为此建议：

**（一）建立全市网红地标基本信息库**

加强对热门网站的跟踪，及时发现国内外游客对我市旅游的推介反馈，特别是涉及到景区景点、大街小巷、街道村落等，从热帖跟帖数据、网民反映点评中，发现新的具有可能成为网红的“景观景点”，进行现场核实，了解基本情况、包括所在位置、区域属地、交通状况、安全条件、可及性和可开发性，汇总成全市网红地标基本信息库。

**（二）及时加以宣传开发**

选择部分开发条件成熟的网红地标，通过网络和主流媒体的进一步报道，提高知名度，吸引更多市民和网民关注，前往打卡，制造网红热点效应。同时将所在区域的地理特征、历史文化、人文风情进行介绍，将流量变成“留量”，促进市民和网民消费。

**（三）做好管理服务**

加强新晋网红地标的旅游设施，完善交通组织和疏导，保证人车安全，完善消防和疏散通道。对不具备旅游开发的“野景点”，要及时发布风险提示，做好现场劝阻和必要的急救准备。岛内的万石山部分区域、岛外的莲花、汀溪、新圩山区自然景观优美，但很多地段没有开发，存在较高危险性。涉及铁路、港口、水域、以及文化保护、军事管理的区域，都不建议作为网红地标来宣传。一旦出现网络推介，应及时跟进提醒，并通知所在当地做好防范和疏导。可以结合科技手段，如设置路障、红外探测仪，阻挡游人进入，或在人员靠近时触发警告。

**（四）对传统景区景点挖掘和增添新网红地标**

组织市民游客对全市各景区景点进行“新发现”“再发现”。对传统景区景点的交通服务设施进行改造提升，扩大开发面积，提高游客发现新景观的条件，同时在建造新的旅游设施中，注意景观艺术性，打造成新的网红景点。山海健康步道螺旋走廊就是我市对万石山、仙岳山这两处老景区加以新景观改造的成功范例。建议开展街拍、巷拍、村拍，发现更多的厦门新网红地标。

**（五）做好网红地标的持续性开发**

通过节假日组织活动、主题活动、摄影活动、影视剧拍摄等，深度挖掘历史文化、美食小吃、工艺特产，保持网红地标的社会热度，结合街区改造、乡村振兴，保留拓展网红地标的景观，进一步维持和提升影响力。

**（六）谋划打造情景式网红地标**

地标不仅包括建筑、风景、街道等不可移动的景观，还可以有情景式的特定场面。比如某地的民俗节庆、在某个地段出现的街头表演、有趣的动物活动等，同样可以成为网红地标，而且因为连续的画面感和体验性，更容易吸引游客。我市可以对一些地方民俗、传统节庆、自然景观的四季变化等进行整理，比如送王船习俗、元宵游街、四季特色树木花卉景观变化等，提前发布旅游观赏提示，做好现场秩序维护、交通组织，并对其中某些仪式、动作进行编排指导，在保护和尊重传统的前提下，设置某些游客参与环节，优化景观布置，提高艺术性、观赏性、参与性，使之成为厦门文化旅游的新内容。

课题组成员：杨军、王复光、高毅、林璐、叶星宏、骆辰宇、邓楠

课题组执笔：杨军