

以小切口破题 以大格局出圈 一把“真可椅” 读懂泉州文旅



借力闽超赛事带动文体旅商融合

小椅子大文章,承载着泉州最柔软的善意。

“五一”假期未至,泉州文旅已率先破圈。

4月15日,泉州正式发布“跟着品牌去旅行·泉州真可‘椅’”“五一”文旅消费季;4月20日,“泉州文旅真可‘椅’”发布会创意短片发布,迅速刷屏出圈,网友点赞:“泉州文旅来了一帮天才,他们的视频满世界传!”

一把便携折叠椅,为何能成为城市级文旅IP?这并非一次简单的创意营销,而是泉州市文旅局立足世遗资源、紧扣游客需求、联动产业优势、强化服务保障的系统性谋划,是继“漫游慢生活”“非遗年味”之后,泉州文旅在IP打造、业态创新、消费激活上的又一次精准升级。

融媒体记者 张素萍 通讯员 曾世彬 文/图

1 营销升维 小椅子,大共情 一把椅子里的城市温度

观察泉州近两年的文旅营销路径,一条逻辑跃然眼前:从“卖景点”向“卖体验”转变,从“产品思维”向“用户思维”升级。

去年国庆,泉州洞察到游客对“特种兵式旅游”的倦意,推出“来泉州先拖鞋”,主打“漫游慢生活”;今年春节,“泉州文旅帮你请假”主题营销结合产业优势,与世遗巧克力联动,打造出“来泉州甜一下”现象级传播。此番“五一”,泉州文旅选择直面假日旅游最普遍的痛点:排队久、赶路累、体验差,推出“真可‘椅’”。它既是一把便携折叠椅,更代表一种“允许停下、允许疲惫、允许发呆”的城市态度。

泉州市文旅局深刻意识到,当下游客最需要的不是更多景点,而是情绪释放、身心松弛与有温度的旅行。因而,泉州下沉到游客的身心体验与情绪感受,以“椅子”这一日常物品,承载“慢游”“松弛”“治愈”的文旅新价值。这也正是文旅融合从“资源驱动”转向“体验驱动”的典型体现。

“真可椅”谐音“真可以”,它代表心理上的“情绪容器”。表面看,它是便携挎包椅,深层里,它是传递“坐下即沉浸”的慢游理念,它以极简载体,承载泉州最柔软的善意,诚邀广大游客在古厝、滨海、街巷间随时停靠,静赏世遗风光、细品闽南烟火。

网友的评论一语中的,“文案懂世人的累”“时间在泉州,都是慢下来的”。这种精准共情,正是泉州文旅持续破圈的关键。

2 全城联动 全城一张椅网超四百场活动等你坐下来

创意落点最终要靠全域活动支撑。泉州市文旅局以系统思维统筹全市资源,构建“1个主场+6大系列+N项活动”的全景格局,联动推出超400场特色活动,把“真可椅”的松弛理念落到每一处场景,以实景、实演、实购、实食、实享的多元供给,推动文旅业态跨界融合。

在场景营造上,泉州于13个县域布设艺术打卡装置,打造“一县一景”的松弛场景,同步定制万把便携式折叠椅免费发放给游客,让整座城市成为“开放式慢游客厅”。丰泽“躺营”、晋江“创一桌”、鲤城“古城up游”等县域联动,让主题活动遍地开花、各具特色。

在业态供给上,六大板块形成全链条消费矩阵,戏曲演艺、工业购物、体育赛事、美食体验、便民服务有机串联、一体推进。“购可以”打造源头购物体验,“超可以”借力闽超赛事以“票根经济”带动文体旅商深度融合,“刷可以”让百场戏曲非遗展演遍布古城街巷,“食在可以”推出精品美食线路与市集,“神马都可以”以免费讲解、免费奉茶、行李寄存、交通优化等举措提供全方位暖心护游。一系列活动背后,真正实现“全城一盘棋、全城一张网、全季不停歇”。

3 产业联动 制造业+文旅 这个「品牌朋友圈」很硬核

“跟着品牌去旅行”,是此次消费季的另一个核心关键词。泉州未将文旅局限于景区,而是将其与雄厚的制造业家底深度绑定,精准响应国家“深化‘文旅+百业’‘百业+文旅’融合发展”“推进文旅深度融合,大力发展文化旅游业,以文化赋能经济社会发展”的政策导向。

作为制造业强市,泉州拥有鞋服、茶业、陶瓷、石材等千亿产业集群。市文旅局系统梳理“文旅+工业”资源,推出茶之旅、瓷之旅、鞋服之旅等主题线路,发布“泉州乐购地图”,把工厂店、品牌馆、产业园变成旅游打卡点,让游客既能逛世遗,又能购好物,还能听匠心故事,并享受源头实惠。

以往,文旅与产业各自为战,“跟着品牌去旅行”打破了这一壁垒,让“泉州制造”与“宋元中国·海丝泉州”城市品牌双向赋能。

从一把椅子看一座城,泉州文旅的探索颇具启示:好的文旅营销,从不依赖噱头,而贵在懂游客、贴生活、有温度;好的文旅工作,也非单点出彩,而在于全域统筹、业态融合、服务兜底。这个“五一”,泉州以最松弛的姿态告诉世界:慢下来,更美好;坐下来,更入心。

