

开封《王婆说媒》爆火 堪比《非诚勿扰》

人民网点赞：文旅需要这样的温度

近日，开封万岁山武侠城的《王婆说媒》，在社交媒体上引发了大量关注。栏目主持人“王婆”以其出色的口才和表演功力赢得了众多观众和网友的喜爱，被网友戏称为“接地气版《非诚勿扰》”。甚至连人民网都对其赞不绝口！人民网评：“文旅营业不仅需要专业度，更需要温度。”

《王婆说媒》饰演者赵梅今年61岁，是景区的工作人员，在此已经工作近7年。万岁山武侠城景区一位工作人员对记者表示，正常情况下《王婆说媒》每天都会出演，一日两场，现在来观看的游客很多。

据悉，“王婆”是我国四大名著之一《水浒传》中的经典角色，景区将这一小说人物搬上舞台，与游客们进行互动表演，本意是展现开封传统“宋文化”一部分。有分析认为，“王婆”作为景区内的演员，她的出圈体现了年轻人对于文旅“接地气”和“人情味”的关注。

1 最近一年已经促成了几十对姻缘

近日，网上流传了“王婆”的饰演者赵梅5年前的表演视频。视频里的赵梅虽然是在角落舞蹈，但依旧认真对待角色。

这位“王婆”就是最近河南开封万岁山武侠城爆火的一档现场互动节目《王婆说媒》的主持人，这项节目也被网友称为“线下版《非诚勿扰》”。主持人“王婆”因给年轻人介绍对象，最近一年已经促成了好几十对姻缘，游客都亲切地喊她“干娘”，网友也强烈建议“王婆”全国巡演。

因为实在太火，高强度的演出让“王婆”的身体似乎吃不消了。3月23日，万岁山武侠城公众号景区曾发布“重要通知”，告知游客“王婆”因身体原因，需要在3月25日、26日告假两天，另一位李姓演员老师扮演王婆。3月27日“王婆”继续“牵线”。

2 “王婆”为何受年轻人喜欢？

“王婆”不仅凭一己之力带火整个景区，也在社交媒体上受到年轻人的追捧。

“王婆”在接受媒体采访时就谈到对现在年轻人婚姻观的看法：“我尊重每一位年轻人对婚姻的见解，因为每一位年轻人都有自己的人生观、价值观，只要三观正确，我都会支持和尊重。”对于自己的走红，“王婆”专门发视频表达对大家的感谢，她呼吁观众把舞台留给真正有需要的单身朋友，想拍照的朋友等她下台后再合影。“王婆”还表示：“干娘也做不到尽善尽美，我也想在我这个60多岁的年龄里，再燃烧一把。”

根据“王婆”的介绍，由她组织的500人相亲群都加满5个了，“全是不会谈恋爱的年轻人”。很多人都说，这是他们第一次看到这种形式的演出，觉得既新奇又有趣，同时也为单身男女提供了不少结识新朋友的机会。可见，年轻人的婚恋需求一直都在，整个婚恋市场的潜力更是不可估量。

《王婆说媒》的魅力到底从何而来？首先是真实。正如“王婆”的饰演者赵梅自己所言，“没有托儿，不是演的，没有任何的局，绝对不存在造假，营造现场效果，全都是我不认识的人，都是现场叫的人。”

《王婆说媒》走红网络的另一个重要原因是其能够设身处地为游客着想，甚至亲自“监督”有意向的游客互加微信，现场教学年轻男女聊天表白。这不仅说明“王婆”是一位名副其实的热心人，也在提醒我们，要让年轻人勇敢去“追爱”，就必须为他们创造一个轻松、愉快、宽容、开放的交友环境。

↓ 开封市万岁山武侠城演员赵梅在演出中。



← “王婆”
饰演者赵梅。

3 开封旅游搜索热度近一周环比上涨94%

《王婆说媒》也带动了开封旅游热度的上涨。根据美团数据，截至3月26日，开封景区门票订单量周环比增长超3倍，在开封美团趣玩榜中，万岁山武侠城位列“必玩人气榜”第一名。此外，随着樱花、槐花等花种盛开，该景区也成为春季踏青赏花的热门去处。

同程旅行数据显示，截至3月26日，万岁山武侠城景区近一周旅游搜索热度环比上涨超过7倍，门票预订量环比增长超过2倍。除河南本省游客外，山东、江苏、安徽、河北、上海的用户最关注万岁山武侠城的景区门票和旅游相关信息。

由于现场说媒成功率高，“王婆”被网友戏称为“月老手下的销冠”，也成为开封旅游的带货达人，带动当地文旅消费热度快速上涨。根据同程旅行数据，开封旅游搜索热度近一周环比上涨94%，酒店预订量较同比增长44%，前往开封的火车票预订量也出现明显提升。

4 开封 下一个天水？

随着相关视频的持续发酵，在为开封旅游业带来了大量流量的同时，也引发了对开封文旅产业发展的探讨。开封，能否成为下一个天水？

近年来，开封文旅产业发展迅速。根据开封市人民政府官网公布的数据，2023年，开封以文旅产业为代表的第三产业经济贡献率达50.6%，文化及相关产业增加值年均增长10.7%。

与此同时，从2014年到2023年，开封的旅游接待总量从3969.8万人次增加到9983.6万人次，旅游综合收入从192.6亿元增加到727.88亿元，旅游人次和收入都呈现显著增长趋势。

此次开封因为“王婆”在社交媒体爆火，让不少人对开封能否成为下一个火爆的城市充满期待。

中国旅游研究院副研究员黄璜在接受记者采访时提到，随着媒体渠道和关注点的变化，旅游营销也需要不断创新。

“一个成功的旅游目的地需要有完善的旅游体系和产品体系作为基础，而亮点宣传只是其中的一种工具。”黄璜说，开封作为古都，拥有丰富的历史文化资源和完整的旅游目的地体系，而“王婆”并非其文化的精髓，也不能完全代表开封旅游。

深圳大学旅游发展研究中心研究员刘杰武也表示，开封是否能凭借《王婆说媒》一事火爆出圈还有待进一步观察。他表示，开封的旅游发展面临着同质化竞争和缺乏突破性创新的问题。

他说，近年来，许多城市形成了一套行之有效的网红城市营销模式体系，如淄博、哈尔滨、天水等，都可以看到相似的“宠粉”行为和宣传方式。然而，随着这些营销方法的普及，后续城市要达到同样的火爆程度将变得越来越困难。

“河南文旅尤其卷，各城市普遍采用了相似的自媒体营销方式，导致同质化竞争严重，这使得开封很难脱颖而出。”刘杰武说。

综合羊城晚报、潮新闻客户端、中国新闻周刊、潇湘晨报