

↓在“拍照阿姨”的指导下，来自湖北的游客小吴拍到了心心念念的“武侠大片”。(资料图片)



从阳朔『拍照阿姨』持续走红

看桂林文旅体验式升级之路

从『山水甲天下』到『体验甲天下』

在刚刚过去的“五一”小长假中，阳朔县兴坪镇老村头村民“拍照阿姨”赵莲娥忙到“脚不沾地”。自三月因为一条视频“火”出圈后，慕名而来找她拍照的人越来越多。五块钱，游客不仅收获了美照，更从“拍照阿姨”一声声夸赞中收获了满满的情绪价值，“种”下了“下次还要来”的心锚。

山水陶醉，情感留人。在我市，不仅仅是“拍照阿姨”，还有“栓Q哥”“鸬鹚爷爷”“竹筏大哥”“气球叔叔”，他们共同为世界级旅游城市写下了温暖注脚。近年来，我市也在提升游客体验感上下功夫，让国内外的游客在甲天下的山水间收获独一无二的观光体验和情绪价值。

从“打卡同款”到“深度入戏” 旅游消费需求正改变

“上车睡觉，下车拍照”，曾是游客旅行的常态。如今，打卡观光已经“过时”，“像本地人一样生活”逐渐成了游客追求的旅行体验。

一条竹筏，一根扁担，两只鸬鹚，一顶斗笠。身后是群峰碧绿、一波万顷。网友纷纷晒出了自己在漓江边的“武侠大片”。这些照片，出自阳朔县兴坪镇老村头村民赵莲娥之手。六十七岁的她没学过摄影，却凭借着一张张手机“大片”和拍照互动中提供的情绪价值而一炮走红。粉丝们从全国各地坐飞机慕名而来，请她为自己在山水间留影，现场感受一下“被夸的快乐”。

赵莲娥说，平均每天都有200多人前来请她拍照。纷至沓来的游人为乡村旅游注入了人气与财气，村里的民宿和农家乐生意更加火爆。

无论是“拍照阿姨”“栓Q哥”，还是“鸬鹚爷爷”“气球叔叔”“竹筏大哥”，他们的走红很大程度上是因为满足了游客对情绪价值的需求。当前，情绪价值消费已成为文旅消费的重要部分。在AI技术日新月异的今天，人与人之间具有烟火气的真实互动显得格外可贵。从“打卡同款”到“深度入戏”，游客更愿意为体验式、沉浸式、互动感强的旅游产品买单。

一组数据可以直观地看出人们是如何为情绪“买单”的。“美团研究院”发布的一份报告中，在旅游领域，97%的旅行者认为旅行能帮助情绪充电，25%的人希望按“情绪”而非“地点”选择目的地。2026年元旦，“00后”以39%的占比成为出游主力，“仪式感”“悦己”“松弛感”成为年度文旅关键词，约4成消费者在旅游和户外活动上增加了支出。人们越来越愿意为“被看见、被赞美、被治愈”的情绪体验付费。

↓“拍照阿姨”赵莲娥热情地为来自河北的游客唱山歌。(资料图片)

