

从金牌导游到文旅顶流 “泰山娟姐”的跨界坚守与文化破圈之路

本报记者 刘小东 见习记者 杨玉洁

在零下25℃的泰山玉皇顶，一位头戴毛线帽的主播正面对镜头讲述千年碑刻的故事，直播间涌入数万名网友。这不是普通网红，而是拥有350多万名粉丝的文旅顶流“泰山娟姐”张娟。

记者初见张娟，便能感受到她身上对生活和工作的极大热情。作为一位从导游成功转型为文旅主播的奋斗者，她的故事犹如充满挑战的传奇，在泰山文化传播的道路上留下了深刻的印记。



张娟为直播做准备。 记者 刘小东 摄

坚持直播 成就文旅新名片

张娟的直播之路堪称一部拼搏史，她曾经一个月直播83场，每场3到4个小时，有时早中晚都播。“我就是想把泰山文化讲给更多人听，让大家感受泰山的魅力。”张娟说。她的努力没有白费，她对泰山文化的深入讲解吸引了大量粉丝，直播逐渐受到关注，直播间人数常常达到两三万人。

文旅主播的工作强度远超想象。“这和带团完全不一样，带团时游客的体力有限，行程相对轻松。但做自媒体，对个人体力和脑力的要求都很高。”张娟介绍。除了直播，张娟还面临着视频日更的压力。“短视频是重要的传播方式，我不能落下。虽然很辛苦，但为让更多人了解泰山，一切都是值得的。”张娟说。

她的坚持和努力得到了回报，越

来越多人认识并认可了她，“泰山娟姐”逐渐成为泰山文旅的一张新名片。2021年，因致力于省内文化和旅游资源的宣传，“泰山娟姐”被评为山东省十佳导游主播。张娟说：“经常有粉丝在直播间说，来泰山碰到热心的出租车司机推荐关注我的账号，通过我的视频了解泰山。这让我特别感动，我宣传了这座山，也宣传了这座城市，付出被看到了，他们的每一句认可，都是对我的最高赞赏。”

一个人可以走得快，但一群人可以走得远。随着粉丝数量的增多，张娟逐渐意识到团队建设的重要性，于是成立了属于自己的团队。如今，她的8人团队分工明确，既有专职摄影师记录泰山美景，也有专业客服在线解答网友咨询。

结缘泰山 知识奠基成长路

1994年，年仅15岁的张娟来到泰安上学。“我第一次到这个城市的时候，就被那座山吸引了。”张娟回忆道，“一个外地人来到这里，抬头就能看到一座有名的大山，那种感受至今难忘。我当时就觉得，这会是我以后生活一辈子的地方。”

此后，张娟在国企担任商场营业员，工作之余，隔壁矿院（现山东科技大学）的图书馆成了她的知识宝库。在一名教授的鼓励下，她在那里阅读了近10年的书，从《红楼梦》到与之相关的服饰、饮食、建筑文化书籍，她都有所涉猎。“当时读的时候，并不清楚这些知识有什么用，现在看来，它们是我人生最宝贵的财富。”张娟感慨地说。

后来，张娟所在的单位破产，她考取了导游证，于2003年正式踏入导游行业。凭借深厚的文化底蕴和出色的讲解能力，张娟迅速在众多导游

中脱颖而出。2006年，她当选第一批全国优秀导游。

读书的意义在于拓宽视野、丰富内心、提升自我，并为人生增添更多可能性。“站在人民大会堂领奖的那一刻，我知道，那些读过的书都化作了前行的力量。”张娟自豪地回忆。

在当导游的过程中，张娟将从书本中汲取的知识转化为讲解词，用通俗易懂的语言讲解泰山文化，让游客对泰山有了更深入的了解。“我希望我带的游客不是走马观花式的游览，而是通过我的讲解感受到泰山文化的博大精深。”张娟说。

2017年，张娟被评为中国首批国家金牌导游，入选了国家文旅部师资库。从那时起，张娟开始奔波于全国各地开展导游培训，并到旅游院校作讲座。工作、收入稳定，有时间、受尊重，还有鲜花和掌声，张娟活成了很多人羡慕的样子。

疫情之下 勇闯自媒体新征程

2020年，因受新冠疫情影响，张娟的工作量明显减少。这位习惯手持导游旗，站在讲台上滔滔不绝的文旅人，选择握住自拍杆开启了转型之路。

转型之路远比想象的艰难。初入自媒体领域的张娟遭遇三重困境：设备购置的资金压力、文旅直播的体力极限、知识输出的流量困局。“一开始真的不被看好，有人说我长得不好看，40岁的年龄跟不上新媒体的步伐，体力也比不过年轻人。”张娟笑着说，“但我就是不服输，我对文旅的热爱不允许我放弃。”

最初，张娟对视频剪辑一窍不通，只能以10元每条的价格请学生帮忙剪辑。那时候，她独自一人上山拍摄的画面常出现“半个人头”的尴尬。“很多人看了我的视频都觉得我

语速太快，其实是因为没人给拍，为了不耽误游客行程，找他们帮忙我都尽量快点儿，争取一条过。”张娟说。

转型做自媒体，张娟也受到了不少质疑，有同行说她的讲解太有文化，吸引不了太多粉丝，也曾有专门的评定机构说她账号的粉丝数量最多不超过30万。不服输的张娟说：“不要轻易下定论，我相信，只要坚持就一定能够迎来转机，努力就有可能出现奇迹。”

越来越多人认可张娟拍摄的短视频，2020年5月15日，张娟爬到泰山之巅，拿着自拍杆，以“泰山娟姐”之名直播了第一场泰山日出，从1.4万名粉丝开播，到4万名粉丝下播，创造了属于自己的奇迹。如今，“泰山娟姐”这个账号的粉丝数量已经超过350万。



张娟在雪中直播泰山。 通讯员供图

双轨运营 助力地方经济发展

随着直播的深入发展，张娟开始思考如何破局，实现可持续发展。“如果单纯做文旅主播，一直没有收益，这个行业肯定做不下去。”张娟说，“于是我开始尝试带货。”然而，带货的决定遭到了一些人的质疑，他们认为讲文化就不应该卖货。

“我每次都会认真地和大家解释，如果让你们从兜里掏钱去宣传这座山和这座城市，很多人是做不到的，但我可以通过带货来实现。我要吃饭、要建团队，也要更好地宣传泰山。”张娟耐心地解释。

面对“讲文化为何要带货”的质疑，张娟选择用数据回应。她带货的第一个产品是家乡平阴县的玫瑰花。“我们老家的玫瑰花是被李时珍写入《本草纲目》的，是药食同源的玫瑰，品质非常好。”张娟自豪地说。她的推广也取得了显著成效，不仅帮助花农增加了收入，还提升了平阴玫瑰的知名度。2022年，张娟获得“平阴玫瑰推广大使”荣誉称号。

带货这件事不但支撑了“泰山娟姐”账号的运营，也惠及了其他企业。在给泰山紫草油带货前，很少有人知道这类产品。“泰山紫草是泰山四大名药之一，泰山紫草油作为泰安的特产效果非常好，应该被更多人知道。”张娟告诉记者，她第一次在直播间上泰山紫草油时，5000瓶的货瞬间就卖光了。通过她的直播间，了解泰山紫草油的人更多了，产品销路也打开了。2021年河南发生水灾，企业把带货得来的全部收入都捐赠给了河南用于救灾，传递了爱心与正能量。“这就是我带货的意义所在。”张娟说。

当同行纷纷转向室内专场直播时，张娟仍坚持风雪无阻的户外直播，宣传文化与直播带货并存。这种创新模式背后，是文旅传播者的生存智慧。张娟团队开创了“大号做文化、小号养团队”双轨运营的模式，既保证了350万名粉丝主账号的内容纯粹性，又通过7.4万名粉丝的带货号实现了商业转化。

（下转A03版）