

# 张家界，打造中国网红经济聚集地

(上接1版①)

面对2020年新冠肺炎疫情，从乌克兰著名指挥家、张家界爱乐乐团常任指挥库琴科·塔拉斯和乐团的成员集体创作歌曲《相信》抗疫，到以五号山谷跻身抖音APP全国网红民宿热门榜前十名，再到永定区、武陵源区、慈利县、桑植县等区县长网红带货，截至6月底，各类农产品销售量772吨，销售额超过1812万元。张家界的网红们在这个春夏季里第一次集体走上前台，犹如晨星般在中国大地上发出了独特的光芒，吸引着世人了解张家界、畅游张家界、购买张家界。

网红营销旅游，已经成为疫情下独特的张家界现象。这一现象的产生，离不开张家界旅游被疫情阻隔的现实背景下旅游人不得不做出的突围，更离不开市委市政府高瞻远瞩、果断决策。

4月18日上午，体验锦绣潇湘拥抱健康生活湖南人游湖南暨仙境张家界健康自驾游活动启动，市委书记虢正贵与张家界旅游网红一起，宣传营销张家界。

5月17日，由张家界市政府与阿里巴巴联合举办的“网游网购张家界 助力经济大发展”活动启动，在全国率先出手落子“电商直播+旅游线路”，副市长欧阳斌和著名主持人华少为张家界带货。

6月10日，市委副书记、市长刘革安主持召开市政府专题会议，听取《张家界市打造旅游网红经济实施方案（送审稿）》情况汇报，明确要求成立市网红经济发展领导小组，大力推动张家界市网红经济快速健康发展，把张家界打造成为网红经济的聚集地。

多年之后，如果有人回忆起2020年的张家界，一定会发现，这个时代里张家界旅游已经深深地烙上了网红的印记。

自2月21日市委旅工委办下发《关于印发2020年“网游网购张家界 活动方案”的通知》后，开设“每日一景”栏目，发起“抖音张家界，嗨动全世界”“好山好水张家界”抖音话题，开设“网约湘游”新浪微博话题，组建本地抖音旅游网红团队，与阿里巴巴联合举办“网游网购张家界 助力经济大发展”活动。几个月时间里，张家界旅游这股劲风，刮遍大江南北。

在全市范围挑选各行各业、多才多艺的人组建张家界抖音网红天团，组建网红培训学校，规划建设创意集聚产业园，打造网红经济品牌，营造网红经济良好氛围。张家界在最艰难的时刻，依靠自身的努力从泥淖中爬起，将自身站立成了这个时代独特的景观。

市委网信办的资料显示，张家界市在册的重点自媒体账号共有1983个，其中微信公众号1246个。张家界新浪微博总用户近56万个，日活用户（每日使用新浪微博时长达1.5小时以上）最低21万个。抖音日活用户已达（每日使用抖音时长达0.5小时以上）69万个。

有人说，危机也是转机。后疫情时代下的张家界，固然面临着种种危险和挑战，但网红的涌现和网红经济兴起，无疑成为张家界旅游化危为机的一个解决方案。

如何将张家界打造成中国网红打卡之地，打造成中国网红经济聚集地？这已经成为一个值得探讨和重视的话题。在7月6日本报召开的研讨会上，围绕这个话题，专家们显得十分关切。

随着互联网时代的发展，5G时代的到来，推动了旅游直播时代的到来。今年以来，市委、市政府顶层设计，推动网游张家界活动效果显著。在市文旅广体局副局长曾韦栋看来，张家界本身就是最大的网红，是独树一帜的网红城市。让网红城市能够长红，张家界现在必须要乘势而上，依托新技术，发展新产业，壮大新经济，着力打造旅游网红经济，推动我市旅游高质量发展。

吉首大学张家界学院教师、张家界市文艺评论家协会副主席朱岚武则表示，《你莫走》歌曲火遍中国，充分说明张家界有人才、有潜力。建议今后加大对历史文化资源的挖掘力度，把美好的、幽默的元素植入进来，有意识地引导，让各类艺术自由生长、万紫千红地



张家界电商主播培训现场。

绽放。

市旅游研究院副院长周芦岫认为，张家界既有世界顶级的自然山水高颜值，也有底蕴深厚的文化气质，还有吃得苦霸得蛮的旅游营销策划人和良好的营销氛围，这都为网红的出现创造了良好的条件。张家界打造成为网红经济聚集地，现今天时地利人和！

张家界天门山景区市场部副经理丁云娟则认为，搞好网红经济要充分考虑接待质量和景区品质的提升。建议旅游促销主题不能过于商业化，而是要让大家去参与去体验，引起大众共鸣，联动起来挖掘品牌价值和内涵。

对于当前网红队伍建设中的问题，张家界市广播电视台新闻中心主任吴远海认为，打造网红经济聚集地必须创新守正，加大对人才的培养，进一步规范网红队伍，借助大V的力量成长壮大。

发展网红经济有利于进一步提高地区知名度和地区经济消费水平。张家界万达原野国际旅行社有限公司总经理兰国武认为，当前张家界发展网红经济亟需孵化一批懂旅游的本土网红，让受众看了相关视频之后觉得很专业、很规范，最终形成良好的口碑效应。

6月30日，副市长欧阳斌召开市网红经济发展领导小组第一次办公会议，进一步明确了工作目标、职责任务和工作重点。

全市也将充分利用好《你莫走》现象，在理智研判、服务、推广等方面着手，搭建平台，培育渠道，完善产业链条，促进张家界网红经济长足发展。

6月24日，在我市召开的旅游网红经济推进暨《你莫走》现象座谈会，市委常委、市委宣传部长郭天保这样提出要求和期许。

目前，阿里飞猪旅行正考虑将张家界作为全国十大旅游目的地全面推广。可以预见的是，一张新的名片，即将从张家界山水之间冉冉飞起，映照出一片辉煌！



网游网购张家界 助力经济大发展 活动启动仪式上主播带货。向锐 摄

# 《你莫走》火遍中国

音乐人 山水组合 的成长故事

(上接1版②)

两个人经常在许多民间表演中相遇。音乐做媒，时间孕育，爱的种子生根发芽。

2007年，结为夫妻的他们开始以组合出现。当时，凤凰传奇正当红，他们也经常模仿。

每次登台，《荷塘月色》曲调一出来，台下就欢呼雀跃。舒维回忆说，他们成了乡亲们眼中的大庸传奇。为了提高自己的辨识度，他们取名山水组合。释义非常简单，张家界有澧水，有天门山。男人像山，女人似水。

当时，只要有更多的演出，他们便已知足。谁也没有预料到，15年后，在中国乐坛，山水组合也能成为偶像、明星，被万众追捧和模仿。

从小山沟一路唱进《星光大道》

山水组合正式被当地主流媒体公开报道，是在2010年登上张家界春晚。

晚会上，他们演唱了一首由他们原唱的《青青桑桑树》，荣获最受观众喜爱的歌手与歌曲奖项。这首歌改编自著名的桑植民歌《桑桑树儿搭灯台》，属于桑植民歌的新式唱法。刚一亮嗓，就惊倒一片。后来，许多市民在街头就认出了他们，直呼山水组合。

他们意识到原创音乐的魅力。接下来几年，除了演出维持家庭开支，他们开始为音乐梦想投资。与张家界的词、曲作者合作，拓展自己的原创音乐领土。《高山流水》《嗨嗨也》《中国山水》《三下锅》等一系列作品相继呈现。

许勇的粗犷、烟嗓和舒维的细腻、清甜既相互对抗，又完美融合。歌的定位基本为世界音乐（民族流行音乐），歌唱内容以张家界山水、文化为主，渐渐在民间形成了张家界山水代言人的形象。

回望从艺路，2010年是他们人生的新起点。在湘西西北千人电视歌手大奖赛斩获二等奖；2014年，冲进《歌从黄河来》全国总决赛前20强；2015年，第一首MV单曲发布；先后登上央视7台和各大卫视节目录制；担任中国环保大使；作为民间歌唱达人，夫妻二人两次走进《星光大道》，先是参赛，后是评审，用歌声征服了全国观众。

重拾山野民谣不是改变而是回归

我们的歌大多是唱张家界的，很难走向全国。如果翻唱，永远只能做别人的影子。许勇感慨到。2018年，他们开始重新思考音乐定位。回想起年轻时街头卖唱的画面，许勇果断地认为，为什么不用民谣去讲故事呢？回归，做民谣。由于时间的洗礼，生活的打磨，他更加理解民谣的内涵。

此后，他们决定闭关，沉淀。为享受孤独，他俩要么在家创作，要么上路采风，减少了很多演出和交际。在家里，许勇便抱着吉他，两人一唱一和。每当深夜到来，许勇便习惯性地提起笔，一字一句，写下一稿又一稿的歌词。对着歌词，舒维就能自然地哼唱起来。不会作曲的她，跟着感觉走，用手机录下来，放给许勇听。

这些日子，他们写了不少富有烟火气的歌，《你莫走》只是他们沉淀两年、自己独立完成词曲唱的作品之一。它的火爆，不在意料之中。

疫情发生以来，他们作为网播张家界的网红天团成员，奔走在各大景区，在风景里直播、歌唱，为张家界旅游复苏助力。除了《你莫走》，他们还演唱了其他多种类型的原创歌曲。

我的直播一开始只有一二十多个人观看。这首歌的短视频发了以后，当天就涨了三万个粉丝。我们赶紧开直播，瞬间吸引了六千多人。许勇意识到，《你莫走》要火了。

为什么火？许勇也在不断思考。除了男女声线和唱法的极大反差，副歌部分三字经式的词简单、上口，他认为张家界白话的唱法也是一个大的亮点。

因为一首歌，唱响一座城。此后，演出和采访邀约不断，他们还被聘为张家界旅游推广大使。

后面的路怎么走，他们认真、笃定。坚持山野民谣的定位，从生活中寻找灵感，把更多对生活的感悟用张家界的白话唱给世界听！