

乘风破浪

(上接1版①)

新的体制机制运行后，国内旅游营销中心及其5个分中心不负重托，为我市旅游市场复苏抢占了先机。

2020年5月25日到6月2日的9天时间里，在做好疫情防控的前提下，市文旅广体局党委书记、局长邓剑及该局班子成员带队，组建了6个营销小分队，率先奔赴全国20个重要客源地开展市场营销，送去航线优惠政策，为张家界旅游市场复苏打好先遣战。

期间，他们保持着两天一城一场推介恳谈会的高效率工作常态，直接面向至少约1000人推介张家界，分发近3000份宣传资料。让客源地市场感受到了张家界旅游服务的诚信，更看到了张家界旅游市场的决心。这不仅让我市在旅游市场复苏的激烈竞争中脱颖而出，还收获到客源地市场的高度赞誉和鼎力支持。

11月3日至12月9日，我市再次组织6个小分队赴上海、广州、郑州等18个城市开展冬季旅游营销活动，进一步加深了客源地市场对张家界旅游产品的认知度。

据统计，2020年，共有来自广东、江苏、北京、河北、山东、四川、山西等地19批次466名旅行商前来我市考察踩线。

思路决定出路，疫情之下，因时而变、因势而定的极具创新的营销思路成为张家界旅游市场复苏的关键因素之一，更为我市后续一系列精彩纷呈活动的开展奠定了良好的基础。

湖南人游湖南活动启动仪式、张家界首届半程马拉松赛、张家界与米哈游、腾讯游戏战略合作签约、中国张家界首届世界遗产摄影大展

2020年，20余项含金量十足的文化旅游体育活动，让张家界这块金字招牌更加闪耀。月月有活动，个个都精彩，疫情冲击下的张家界，旅游活动营销强势推动旅游市场复苏。

2020年的全国旅游市场，云游成为热点话题，我市敏锐嗅到新的市场竞争突破口，突出网络营销，不断彰显张家界旅游品牌影响力。

2月21日，310行动计划出台后



资料图。

三天，我市迅速组织精干力量，在全国率先创新开展以网宣张家界、网播张家界、网购张家界为内容的

力，培育出一支以张家界本土主播为主的张家界旅游网红直播团队，更让张家界话题宣传持续火爆。

网游张家界活动。活动至6月30日结束，历时4月有余，内容丰富，亮点突出，形成了全媒体推广、全链条营销的旅游营销模式，带动形成全社会参与宣传营销张家界的热潮。

据统计，在抖音短视频平台，#抖音张家界嗨动全世界 #好山好水

张家界的话题播放量就高达7.9亿次；云上中国张家界微视频登上纽约时报广场中国屏一周时间；新华社、新华网、中国日报等媒体多次聚焦宣传张家界；山水组合土家原创歌曲《你莫走》蝉联酷狗音乐TOP500榜首，全网播放量达100亿次以上，成就张家界文化现象级传播；茅岩河景区新发现的网红景点天心湖也两次登上网络热搜。

在市委、市政府大力推进我市网红经济发展的背景下，我市旅游网红经济发展已经初显成效。2020年，汪涵、华少、吉杰、林依轮、大兵等多名明星主播相继走进直播间为张家界

带货，阿里巴巴飞猪旅游平台直播间推广张家界旅游线路与农产品，为旅游营销标新立异。张家界星途云、五六七、时光等一批旅游直播企业也应运而生。

2020年，旅游+游戏、旅游+汽车成为新的亮点，旅游+体育、旅游+摄影、旅游+诗歌等金字招牌也绽放更加闪耀的光芒。以活动为载体，我市不断拓展新的旅游产品，积极探索旅游+特色市场开发，旅游营销助力旅游融合发展可圈可点。

2020年，张家界旅游营销乘风破浪。未来，在湖南省2020年文化和旅游真抓实干督查激励对象这一荣誉的鞭策下，将继续丰富创新营销思维的内涵，发挥旅游营销的独特作用，用汗水浇灌收获，以实干笃定前行，直挂云帆，助力我市旅游市场全面复苏。

层出不穷的网络活动，形成了特有的张家界网络营销现象，深入挖掘了张家界成为网红经济聚集地的潜



乐团全体成员在天门山景区合影留念。

张家界爱乐乐团摘得棕榈滩国际音乐大奖

(上接1版②)

《欢乐颂》音乐作品经过了一段时间的排练。在日常排练中，团员们有的在乌克兰有的留在中国，虽然相隔万里，但是他们配合默契统一，刻苦训练，一遍遍攻克细节表现上的难关。最终，由世界著名音响工程师亚历山大·古谢夫进行曲目合成，在线云录音制作完成。MV画面中，展示了张家界天门山、百龙天梯等景区景点和土家族舞蹈表演，传递出张家界独有的地域文化。

这是在疫情期间创作出的作品，我们希望借此团结世界各地的人们对抗病毒。该作品的创作者之一库琴科·塔拉斯说。面对突如其来的新冠肺炎疫情，

他没有选择回国，而是坚定地留在张家界，并创作了《相信》《欢乐颂》《冻结》等多部抗疫作品。塔拉斯说：我像爱自己的祖国一样爱这里，我相信疫情只是短暂的存在，而灾难可以让世界人民团结在一起。

张家界爱乐乐团成立于2019年7月，以乌克兰国家功勋交响乐团为班底，乐团共有演职人员51人，其中演奏人员中乌克兰籍演奏人员31人。自成立以来，这支中西合璧的交响乐团积极主动为张家界经济社会发展服务，先后在景区景点、城市广场举办各类音乐会50余场，逐渐受到了越来越多人的关注与喜爱，成为张家界文化旅游的一大亮点。

(本报记者 唐晴)