

这些城市咋就成了网红

9月11日,历时4个月的2020南海区艺术四季活动之南海区网红音乐大赛落幕,南海以赛为媒再次擦亮城市品牌。近日,21世纪经济报道、21财经客户端联合知乎、快公司共同发布“潮经济·2020网红城市百强榜”,主要依据网络热度指数、直播指数、潮生活指数、产业发展指数、印象指数等五大指标,衡量城市“网红程度”,让“网红城市”这一概念更加具象。进入该榜单的前10座城市依次是:北京、上海、广州、深圳、杭州、成都、西安、长沙、南京、重庆。它们是你心目中的“网红城市”吗?它们都有哪些网红特色,一起来看看它们的城市名片吧。

No.1 北京

从绵延的八达岭长城、庄严肃穆的故宫,到精彩纷呈的工体和三里屯,北京无疑是最受欢迎的城市,2019年旅游收入达6224.6亿元,排名中国内地第一。

作为五朝古都的北京,给予了现代生活和传统文化碰撞融合。六百岁的故宫放下身段,转型“带货达人”,凭借一大批接地气的文创产品年入10个亿,每逢降雪,故宫雪景必定在朋友圈里刷屏,堪称流量收割机。

抖音里,北京相关视频的浏览次数超2118亿次,热度极高。此外,北京的文娱产业也十分繁荣,相关上市公司市值超2700亿元,两者均稳居全国第一。

No.2 上海

从摩天大楼到十里洋场,大上海数不尽的繁华。

2019年,上海共接待旅客3.7亿人,位居全国前列。上海是精致的,数据显示,上海每千万人拥有星巴克数量311家,领先全国绝大多数城市;上海也是市井的,繁华街头的深处,拐角说不定就是千万普通人生活的老弄堂,公开信息显示,截至今年6月,抖音中上海相关的浏览次数超1577亿次。

产业方面,上海直播相关企业达5700多家,排名全国第三。如今,高调引进“带货一哥”李佳琦的上海,又会与直播电商这一风口行业,擦出什么样的火花?

No.3 广州

拥有两千多年历史辉煌的广州,老街与高楼并存,传统与新潮兼容,堪称岭南文化的璀璨明珠。2019年,广州接待游客总数达2.45亿,位居全国前列。

广州是传统的,游客打卡最多的本地老字号茶楼“点都德”,名字起源于粤语,翻译过来就是“怎样都可以”;广州又是时尚的,直播电商兴起之际,先推出全国首个直播电商发展方案,计划用三年时间打造“直播电商之都”,数月后又启动“直播带货节”,3天直播27万场。

据不完全统计,目前广州网红直播带货企业接近四千家,网红KOL达4800多人。此外,广州文娱产业也十分发达,相关公司市值合计2451亿,排名全国前列。

No.4 深圳

“来了就是深圳人”——作为中国经济创新发展的重要引擎,深圳吸引了成千上万的人才扎根安家。据统计,深圳2019年GDP超2.69万亿元,常住人口达1344万,均排名全国前列。

创新是深圳的基因,福布斯中国发布的“创新力最强的30个城市”榜单上,深圳位列榜首。数据显示,信息技术产业方面,深圳相关公司市值达6.72万亿,领先全国。

在布局“直播电商”上,作为创新先锋的深圳,自然不会落后。目前,深圳网红直播相关企业6000多家,仅次于排名第一的北京。据统计,深圳文娱产业公司市值超1766亿元,排名全国第三。

No.5 杭州

“江南忆,最忆是杭州”——杭州,不仅是令白居易流连的“人间天堂”,如今还是一座数字经济之城,信息技术产业方面,杭州本地公司总市值位列全国第三。

漫步“湖滨”,醉游西湖。梦幻的雾森夜色、绚丽的夜幕千灯、5G湖上直播间……力图打造成为“新消费时代的香榭丽舍大街”的湖滨步行街吸引游客纷至沓来,“三步一网红,五步一摄影师”更是成为西湖十一景。

得益于以阿里巴巴为首的互联网产业的快速发展,杭州也吸引了越来越多的人,2019年杭州常住人口增加55.4万,位居全国第一。

No.6 成都

在竞争“网红城市”这件事上,成都天赋异禀。

首先,大熊猫颜值与实力并存,作为国宝,每年都为成都带去巨大的流量,据成都日报,某熊猫基地景区日客流量最高可达到10万人次。其次,成都巴适(舒服)的生活也让人极其向往。“和我在成都街头走一走”——从不缺勤的茶馆盖碗碰撞声,麻将牌友似乎永远在线。有萌宠国宝,日子还舒服的成都,谁能不爱?不红都难!

此外,除了“玉林路小酒馆的民谣”,成都的说唱也吸引了一众乐迷。数据显示,成都网红KOL达3200多位,相关的抖音浏览次数达1753.23亿次,均位列全国前茅。

No.7 西安

2018年,西安市旅发委联合抖音App开启文化旅游战略合作,“千年古都”西安在抖音上火了,相关的视频浏览次数达954亿次,位居全国前列。

“西安人的城墙下是西安人的火车”是西安人的乡愁,到“大唐不夜城”走走,去永兴坊喝一碗摔碗酒,和身穿汉服的不倒翁小姐姐握手,去Livehouse听一场摇滚乐……

据统计,2019年西安游客总数超3亿,位居全国第八。随着游客纷至沓来,这座十三朝古都也焕发出新的生机。

No.8 长沙

长沙既霸蛮,又有书生气。

点一大盆夜市里的“发烧”麻辣小龙虾,将江湖豪气挥洒在解放西路的酒精里,这是霸蛮的长沙;吃着糖油粑粑,登上岳麓山,静坐书院品茗,这是书生气的长沙。

有着3000多年建都历史的长沙,现已焕发成为一座“娱乐星城”。

作为行业内独树一帜的“广电湘军”,芒果台湖南卫视推出无数火爆全国的节目——《快乐大本营》《超级女声》《我是歌手》《爸爸去哪儿》,长沙传媒产业的优势,加上一系列优惠政策,更是吸引了无数的视频从业者。

据统计,长沙拥有1800多名网红KOL,其文娱产业上市公司市值达1543亿元,位居全国第四。

No.9 南京

六朝烟水,民国春秋,南京的生活像水一样温和。

2019年,南京共吸引国内外游客1.4亿人次。春天,去“南朝四百八十寺”之首的鸡鸣寺赏樱,到莫愁湖畔观海棠;夏天,隐在玄武湖的湖光山色中消暑。秋天,“栖霞山的枫叶红了吗?”成了南京人高频问句。冬日,园林亦可赏腊梅。

温和的背后,也有硬核的奢华。被誉为“中华第一商圈”的南京新街口,光是地铁站出口就有24个,与地铁站相通的德基广场,入驻的国际高端品牌有近100家,放眼全国,也算是数一数二。此外,南京文娱产业也不容小觑,相关公司的市值合计401亿元,位列全国第7位。

No.10 重庆

“雾是雾都!”——被誉为“小香港”的山城重庆,吸引着成千上万的人纷至沓来。据统计,重庆游客接待量连续三年居全国第一,2019年接待旅客数量高达6.57亿,几乎是第二、三名的总和。

火辣的重庆,还有着高低起伏的波浪公路、亚洲第二长的皇冠大扶梯、穿楼而过的李子坝轻轨,宛若“千与千寻”世界的洪崖洞、浓雾迷离的长江索道……在特别的地理和城市风貌上,这座8D赛博朋克之城的诸多网红点,给社交平台提供了丰富的素材。

数据显示,重庆本土网红KOL超过1900位,网红直播相关企业数量上577家,均位居全国前列。

打造“网红城市”要分几步走?

“网红城市”是伴随着新媒体发展衍生出的“人气热词”,2019中国网络媒体论坛上天津曾首次提出打造“网红城市”,也成为大家关注的焦点。一时之间,全国各个城市几乎都有了打造“网红城市”的说法。

打造“网红城市”,一些政府领导亲自上阵,有助于抓住眼球、吸引流量,这是新时代地方政府的主动之为,值得点赞。城市积极运用新媒体讲好城市故事,同网友自发传播形成共振效应,实现城市品牌的海量传播,这对于发展旅游经济、塑造城市形象、吸引客商投资都是有益举措。

那么,打造“网红城市”需要分几步走?

一要规划好。长期规划,要成为“网红”,但不能昙花一现,要“长红”。一些地方不考虑实际,跟风建设“古城”、独特街区、玻璃栈道,造成各个城市景区“千篇一律”,让游客审美疲劳,虚假繁荣过后变成冷冷清清,造成资源浪费。

二要宣传好。宣传,看似简单,其实需要很综合的城市素养。“酒好也怕巷子深”,如何利用各种媒体媒介形式进行推广,是一种学问。推广时能否提炼出所在城市的特色,也是关键。不能随大流。一座城市成为“网红”,有时是因为一件正能量满满的事件而红遍网络,也可能因为负面事件臭遍大街。在社交媒体时代,任何一件小事,都可能产生“蝴蝶效应”,形成舆情。如何宣传,是值得深入研究的课题。类似“雪乡宰客”等看似孤立的事件,对所在城市形象造成的损害不小。如何应对,考验地方执政智慧和素养,应对不当,就会产生次生舆情。

三要服务好。服务,是综合的。出租车、住店、购物等衣食住行方方面面都是旅游服务的一环,任何一环的脱节,都是对城市形象的破坏。一个对外展示的城市形象,包括建筑、道路、交通、景点、生活等基本要素,市民素质、风土人情等都是外来客直接感知的最基本服务。基于此,对市民文明素养的规范和提升也是必要的。

(综合新华社、21世纪经济报道、中新网)
整理/珠江时报记者 沈煜

