



扫二维码,
关注新华每日电讯

“网红之城”的重庆逻辑

马勇 城市

张丰

城市的光亮

大城市,人们越来越习惯使用网约车。手机软件叫车,可以清楚地看到司机的位置,让等待变得从容。更高级的专车服务,车上有矿泉水,也可以为手机充电,给人一种相当尊贵的体验。相比之下,传统出租车就处境凄凉了,那些追求进步的朋友,都认为这种传统出租车会被淘汰,谈论这个问题的时候,他们甚至没有一点同情的语气。

最近,我却更多地乘坐传统出租车,这不是什么古典主义趣味,而完全出于实用目的,有时候我会发现,几辆出租车都闪着“空车”的标志灯驶来,而那些年轻人却还拿着手机在张望他们叫的车,这时我就会感到窃喜,上一辆出租车,扬长而去。

其实,换一种思维你也许会发现,专车虽然高级,司机往往不苟言笑,我曾收到过对专车司机的测评,和乘客聊天是其中的一个“缺点”。普通的网约车,司机可能随和一点,但他们往往是导航的奴隶,对城市没有一点了解。在他们心中,城市就是从A到B的一个个点,心里并没有“路”的存在。他们可能开了很久,对城市仍然一无所知。

出租车司机却是城市的主人。他们啰啰嗦嗦,有时候骂骂咧咧,这不是很好的服务态度,但却有一种只有本地人才有的热度。他们对城市了如指掌,大多时候对导航嗤之以鼻。城市的更新很快,这让他们经验很容易过时。但是,他们更愿意向同伴求助,而不是使用导航。他们心中始终有一张地图,要自己手动完成更新。在城市中,再没有哪个群体能够像出租车司机这样,和城市保持同步。

事实上,如果愿意了解下他们,我们在车上可以听到很多。有一个下雨的夜晚,我听一个师傅在他的妻子发微信语音:“这边雨下得挺大,等我把这个师傅送到,我就收车回家啦。”“今天跑了多少?”“很一般,还不到七百。”“没事,还可以,快回来吧。”“你还不想吃点什么?串串香这些。”“不啦,我困了。”我扭头看了师傅一眼,他四五十岁的样子,但是却像一个刚谈恋爱的年轻人一样,脸上写满了温柔。

这并不浪漫,而是一个普通家庭的真实情感,他们就那样日复一日地行驶在城市的道路上。七百元,是一整天的收入,其中还包括份子钱和油钱,真正属于自己的“利润”少之又少,但是即便是一点收入,也需要他们驾驶10个小时以上。在这种状态下,一个人还能做到温柔,内心该有多少爱吧。

不是每个司机都能这么幸福。前几天,一个晚上,天还比较凉,我上了一辆出租车,发现车窗竟然是开着的,我随手插上,师傅又把它开了一个缝。正在感冒中的我,感到一丝不快。但是司机似乎没有注意到我的情绪,开始抱怨起来,“现在生意真是太差了,你看这多少空车啊。”

我只能随便附和两句,“现在谁都不容易呀。”师傅却像是受到了触动:“你知道吗?今天一个师傅开着开着就挂了。”“什么挂了?你是说有出租车司机今天在车上去世了?”“是的,就是今天下午,在平市口。这样的新闻媒体可能不会报道。”师傅降低车速,打开他的微信群,点了一个视频给我看。视频中,一辆出租车停在路中间,交警正在处理。一个声音在喊:“走喽,先荣退休喽。”师傅提醒我,“走喽”就是死了。他给我看一张照片,是那个司机的执照,照片中的那个人,白白胖胖,“四十多,还有点帅气,太可惜了。”

在出租车司机群中,这一定是一件大事。接下来的路程,师傅行驶得很慢。他一直在关注微信群里的事情,有视频,更多是语音。在这个有一千多万人口的大城市,媒体没有注意到这个司机的离去,这是再正常不过的事情。但是,对司机来说,这就不只是一个悲伤的消息,它还意味着很多。一个同行死在工作岗位上,总是让人震惊。

我要下车了。师傅意犹未尽,他再次点开视频。我上车门的时候,听见师傅说:“他一定是一直开着空调,这样暖和,但是很闷。”说着,他又把车窗摇下一点点,仿佛也有点喘不过气似的。“对的,要注意休息,别开太久。”我安慰他。这个晚上,他一定是吓着了,想找人聊聊。他调头驶开,我没有马上离去,看着他的尾灯闪烁,那也是属于这个城市的光亮。

重庆像火锅,包容、混搭、杂糅各种文化与元素,矛盾中有和谐,混沌中有秩序,人间百味尽在其中,让人酣畅淋漓,难以忘记

本报记者李勇、黄路、陶治

飞机划过蓝天,桥上车流如织,桥下轻轨列车奔驰,长江索道飞跃南北,江中轮船往来穿梭,滨江路上人来人往……渝中区东水门老街的一个江边平台,近来成为重庆最新的游客“打卡点”。在这里用手机可以把“飞机、汽车、轻轨、索道、轮船、步行”等六种出行方式同时囊括在一个画面里,然后发个“抖音”见证重庆立体交通,这让他们一批又一批的游客趋之若鹜。

近年来,国内涌现出不少“网红”城市,但要论哪些城市最“火”,重庆肯定名列其中。洪崖洞、轻轨穿楼、鹅岭二厂、川美校园……重庆的“网红”打卡点层出不穷,重庆作为旅游目的地在国内城市中异军突起。

2019年春节假期,常住人口3000余万的重庆共接待境内外游客4700多万人次,成为国内接待游客人数最多的城市,各种有关重庆“神一样的地形”“8D魔幻城市”的话题在网上形成一波又一波的热潮。

重庆红了,不少重庆人却觉得充满了喜感,甚至有点困惑——游客感觉新奇异常的山城,在本地人眼中再正常不过,“爬坡上坎,轻轨与索道,这都是我们的日常生活嘛,又不是景点,有啥好稀奇的?”的确,重庆是个很难被定义的城市。别的地方“千城一面”,而重庆却是“一城千面”。

有人说,重庆像火锅,包容、混搭、杂糅各种文化与元素,矛盾中有和谐,混沌中有秩序,人间百味尽在其中,让人酣畅淋漓,难以忘记。

有人说,与其他“趴”着的城市不同,重庆是一座“站立着的城市”。江、山、城融为一体,两江环抱,山是一座城,城是一座山。不仅城市向上生长,人的精神面貌也是“雄起”的,积极向上的。

世界上没有无缘无故的爱,也没有无缘无故的“红”。从曾经的“山城”“雾都”“火炉”到如今的“网红”重庆,其间必有其自我的逻辑,一个城市的得天独厚与自我修养,使其卓尔不群,澎湃而来。

别样的山水之城

到过重庆的人都会惊叹于重庆各种的“不一样”。

这是一座没法分清东南西北,只有“上下左右”的城市;这是一座上班都要上天入地,翻山越岭的城市;这是一座1楼是街道8楼也是街道,2路汽车真的可以停靠在8楼的城市;这是一座立交桥可以“弄哭”导航,走错匝道就是“一日游”的城市……而这一切,都要从重庆特殊的地理地貌说起。

重庆,位于四川盆地东部的平行岭谷地区,地貌以丘陵、山地为主,占据了总面积的90%以上,山城名副其实。仅重庆主城区就有缙云山、中梁山、铜锣山、明月山等四座南北走向的平行山岭,如同一只伸开的手掌,支撑起城市的骨架。

山势既定,骨架已成。与此同时,长江、嘉陵江、乌江等大河,也从西、北、南各方奔流而来。大江与大山在此碰撞交汇,刚柔并济,将奔腾不息的能量和无限的生气活力,注入这巴山渝水的骨子里。山水塑造出的重庆地形复杂、景观多样,资源丰富、景色优美,在今天,都成了旅游业发展的天然优势。

坐拥大山、大水的城市形态,反映在重庆的交通和建筑上,就是红遍“宇宙”的各种“网红”。洪崖洞、穿楼的轻轨、长江索道、大扶梯、盘旋立交……去年几乎是在一夜之间,各大社交媒体、短视频平台都被重庆的一个个“网红”景点“攻占”了。

“表面上看,是它们超乎常理的设计引人注目,而其爆红的深层原因和内涵,则是它们对山、水、城三者哲学关系的空间视觉呈现。”重庆地理信息中心高级工程师张海涛说。

“一直生活在地势平坦的地方,重庆这种依山傍水的城市,对我们来说特别新鲜,特别在交通上。”来自广州的杨华和周思妍在重庆旅游期间,体验了李子坝的轻轨“穿楼”、长江索道以及轮渡,深深被重庆独特的景观所吸引。

重庆师范大学重庆旅游发展研究中心主任罗兹柏表示,外地旅客眼中,山城景观是“魔幻”的,能够给予他们视觉上的冲击,相较于其他一些城市越来越“千城一面”,重庆有着特别不一样的体验。

“国内的大城市看起来都差不多,没有特色,一样的CBD,一样的街道与高楼,拍张旅游照如果不加说明,朋友都不知道在哪里。而重庆的城市风貌独一无二,值得与人分享。”一位外地游客如是说。张海涛认为,如果没有山城、江城,重庆也成



▲1月26日,游客在重庆轻轨二号线李子坝站附近与穿楼而过的轻轨合影。 本报记者王全超摄

不了“网红”。重庆城市的气质和发展的优势,就是大城与大山、大水共舞,城市无论走向何方,始终离不开山和水这两个主题——从起于长江、嘉陵江之间的渝中半岛的一隅;到1929年后突破城墙往城西山地拓展;再到后来通过一座座大桥跨越长江、嘉陵江向南北两岸延伸;而后又借助一条条隧道打通大山,将山间峡谷连通;终于发展成两江四岸、四山之间的城市。重庆整个城市的成长史,就是3000年与山水共舞的历史。

来了就是重庆人

从前有座山,山上有座城。城头没得神,住了一群重庆人。男的嘿(很)耿直,女的嘿(很)巴适。火锅没得海椒他们从来不得吃……电影《疯狂的石头》中的片尾曲“我是重庆崽儿”用重庆方言生动地展现了当地人对火锅的喜爱。

起源于重庆水码头的麻辣火锅不仅是重庆美食的代表,更是这座城市独特气质的完美展现。热气腾腾的火锅,正如热情洋溢的重庆人,风风火火,爱憎分明;而一口九宫格,什么菜都能烫得下去。素不相识的人也可以在一个锅里“烫毛肚”,将重庆人开放、包容的个性体现得淋漓尽致。

有着3000年历史的重庆,其实一直是一座“移民”城市。秦灭六国后,不断将六国贵族迁入四川盆地,以巩固统治;明清两朝,为解决因战争导致的人口锐减,持续数百年的“湖广填四川”形成的庞大移民群体成为今日重庆人的祖先;抗日战争时期成为“陪都”和上世纪60年代的“三线建设”,都为重庆带来了大量新市民。

位于东水门一侧的重庆“湖广会馆”是“湖广填四川”移民大迁徙的见证,也是迄今为止国内最大、保存最完好的会馆建筑群。近年来,湖广会馆游客访问量一直呈上升趋势,外地游客从这里了解重庆,而重庆人也在其中读懂“我是谁?我从哪里来?”

“各种移民文化的交流融合,大山大水的自然环境,塑造了重庆人‘守大礼不拘小节’,开放包容、敢于创新的鲜明性格。”重庆湖广会馆馆长杨路认为,重庆人成为“网红”的底气,精髓在于未曾变过的世俗而不世故,浑然天成演绎出的独特气质。

一位网友的回答表达了众多网友的心声:“重庆之美固然出于青山与大江相倚,高楼与梯坎相邻,出于那些错落有致的建筑混搭出的朋克风,但重庆成为网红的底蕴,精髓在于未曾变过的世俗而不世故,浑然天成演绎出的独特气质。”

一方水土养一方人,爬坡上坎的地形、重工业的基础和嗜麻辣的饮食习惯孕育了重庆人耿直、豪爽、实干的性格特点,城市也弥漫着一种世俗而不世故的“人间烟火气”。

陶醉于重庆这种气息的还有年轻的导演们,从十几年前的《疯狂的石头》《好家伙死猫》,到近年来的《从你的全世界路过》《火锅英雄》,无一不散发着浓郁的渝派生活味。

至今,在寸土寸金,高楼林立的解放碑、观音

桥等商圈,那些繁华旖旎的黄金地段的街角巷口,仍然有仿佛从上个世纪七八十年代“穿越”而来的陈旧杂货铺、小面馆,与时尚、现代的CBD对比如此强烈却又如此和谐。这些重庆人日常的生活空间,虽然并不现代也不华丽,但却展现出质朴生活的真实面貌,深受外地游客喜爱。

来了就是重庆人。所有看得见的“不同”,都能在这里“和而不同”,这就是重庆的魔力。

新媒体时代的“到此一游”

“76号在吗?”尽管才过下午3点,渝中区较场口珮姐老火锅店前的台阶上已经坐满了排队等待的食客,此时小桌已经排到181号。春节期间,这里每天平均要排上400-500号。大年初三最火爆时达到了520号。要是下午1点来拿号,要等到晚上8点才能用餐。像珮姐老火锅这样人气爆棚的地方,如今在重庆比比皆是。

“我是从抖音和小红书上发现重庆的网红景点的。”来自山东的游客王女士说。除了自身独特的“魔幻”立体城市形态,年轻化的新媒体传播方式是重庆“网红”之路的重要推手。

《2019抖音春节大数据报告》显示,春节期间,重庆超过西安、成都,成为国内“打卡量”最多的城市。自2018年4月开始,洪崖洞、千厮门大桥、轨道李子坝站的各类视频在抖音等社交平台上传,激活了游客对重庆的热情,五一小长假时“打卡重庆”因此突然火爆。

业内人士指出,相较于以往官方主导的城市形象传播,网络上对重庆的推介都是游客的自发行为。抖音、快手、小红书等软件的用户多为年轻人,他们有着全新的消费观念和出行方式,更愿意去寻找新奇、特别的事物。

据携程所发布的报告,重庆是一个年轻游客占比很高的城市,70后、80后、90后占比58%,其中80后、90后就占总游客数的40%。他们利用社交网络积极互动重庆作为旅游目的地的热度,实现了口碑营销。

在网络社交平台上广泛传播的重庆“网红景点”,并非传统意义上的旅游景区,更多的是特有的建筑和不同于其他城市的生活场景,它们向外地游客形象地反映着重庆的城市气质,因此备受大众所推崇。

2018年,抖音与清华大学国家形象传播研究中心城市品牌研究室联合发布《短视频与城市形象研究白皮书》,通过对369个中国内地城市、近8000万条视频内容分析后数据显示,西部三城重庆、西安和成都,在抖音上的火爆程度已经超过了北上广深。其中,重庆是最受欢迎的“抖音之城”,其相关视频总播放量破百亿。

在传播主体方面,数据显示,个人成为城市形象传播主力军。播放量最高的前100位城市形象视频创作者,个人账号占比超过八成。在传播内容方面,城市热门视频一般有四大特点,可以归纳为“BEST法则”,即BGM(城市音乐),Eating(本地饮食),Scenery(景观景色),Technology(科技感的设施),而这些正好是重庆所“擅长”的。

“这种新媒体时代的‘到此一游’已经成为一种社会现象,它颠覆了传统景区旅游的概念,也给城市营销和城市管理提出了新的课题。”重庆社科院研究员孙元明说。

红得“猝不及防”之后

2018年的“五一”小长假,洪崖洞3天共接待游客14.2万人次,同比增长120%,成为全国仅次于故宫的热门景点;轻轨李子坝站出入客流量达7.28万人次,较2017年增长141%;长江索道平均每日接待游客1.9万人次,已达单日最大接待量……

红得“猝不及防”,给重庆带来急速增长的游客的同时,也增加了城市管理和服务的难度:重庆绝大多数“网红”景点从来都不是“景点”,要么是交通工具,要么是高楼大桥,从来没有考虑过旅游配套和服务——没有人能想到一个城市的特殊地形和生活方式能够掀起旅游热潮。

洪崖洞、千厮门大桥周边每逢长假都因游客众多而被迫交通管制,大桥封闭成为游客熙攘的临时观景台;作为市民过江交通工具的长江索道人满为患,游客“排队几小时,体验10分钟”;举着手机拍摄“轻轨穿楼”的游客在公路干道上穿行,影响交通安全;各种“网红民宿”在居民楼内遍地开花,不少居民被投诉……

“爆红之后更需要冷静的思考,必须针对新的旅游需求,提升旅游服务水平,提供更优质高效的旅游产品和服务,才能让重庆打破不少网红迅速过气的怪圈。”业内人士和有关专家普遍认为。

从重庆旅游相关数据看,重庆存在“游客数量大,过夜人数少”“客人来得多,消费释放少”等问题,一半以上的游客集中在主城区,停留时间较短,体验式深度旅游不足,如何实现从数量到质量的转变是需要解决的新问题。

去年5月以来,重庆市明确提出:“要对旅游热‘冷思考’,积极关注、及时回应游客的意见建议,打造高品质旅游,推动旅游业高质量发展。适应大众旅游时代新趋势,加快推动全域旅游发展,不断提升重庆旅游的美誉度和影响力。”

为推进文旅融合和高质量发展,重庆市进行机构改革,成立了文化和旅游发展委员会,诗和远方深度合作,用文化的理念发展旅游,以旅游的方式传播文化。

在城市管理服务中,重庆主城区的“文旅思维”明显增强:洪崖洞设置了限流道匝系统,并在节假日高峰期进行通行引导和提示;轻轨李子坝站完成观景台、文化墙和公厕等配套设施;长江索道开通预约分流排队取号系统,推进大数据智能化在旅游领域应用;开通了串联网红景点的城区观光巴士和江上“水上巴士”,让游客体验“水路并进”的乐趣。

升级,不仅是网红景点,整个山城都在提升品质。长江、嘉陵江从重庆主城穿越而过,形成的“两江四岸”是城市提升的独特资源,是重庆城市发展的主轴。2018年,重庆打响了主城区“两江四岸”治理提升行动,以将“两江四岸”滨江区带建设成为“山清水秀生态带、立体城市景观带、便捷共享憩带、人文荟萃风貌带”为目标,建设与国家中心城市地位相适应、彰显山魂之雄、水韵之灵、人文之美的国际一流滨江带,打造“山水之城·美丽之地”。

千里为重,广大为庆。这就是“远者来,近者悦”的重庆。

更多精彩
请扫描二维码

