

疫下看經濟之旅遊業

張家界，是世界級的旅遊目的地。全市旅遊從業人員超過30萬人，佔當地總人口的五分之一。去年8月開始的新輪疫情，令遊客盡失，至今景區內依舊遊人寥寥，生意慘淡。無數從事旅遊服務業的個人與家庭，失去了生活的依憑。是選擇躺平，還是另謀出路？成了擺在張家界大多數旅遊從業者面前的艱難抉擇。有數千當地導遊堅守着初心，嘗試轉型成為一名「導遊主播」，將張家界美景通過雲端，送到網友面前。線上主播、雲端旅遊，成為當地興起的新業態。

◆香港文匯報記者 姚進
長沙報道



掃碼睇片

記者到達張家界國家森林公園時，是下午的四點多。此時的公園沐浴在陽光中，更加靈秀逼人。但遺憾的是，美景之中卻是人聲寥落，格外清靜。這時候記者發現，景區內隨時能遇到拿着雲台、手機對着風景不停拍攝、介紹的「主播」們，他們守在不同的景點，聚精會神地直播身後曼妙的風景。

資深導遊汪華麗在手機前熱情地和直播間的老主顧打招呼。這是汪華麗每天必修的功課，每天，她都要深入到武陵源、天門山、大峽谷、九天峰戀、森林公園等景區現場直播5-6次，每次一小時左右。汪華麗告訴記者，她是1個多月前開始嘗試從專業導遊轉型成為一名「導遊主播」的。

大半年來 一張訂單也沒有

春天本是旅遊旺季，但疫情發生後的這幾年，旅遊業明顯萎縮，張家界也難以獨善其身。汪華麗告訴記者，從去年8月張家界出現一波疫情後，到現在的大半年裏，她沒有接到一個訂單，整個行業正在經歷前所未有的「寒冬」，這也是做了近20年導遊的她從未料想到的事情。

疫情前 天天帶團月入五萬

汪華麗2003年開始從事導遊工作，供職於張家界湘西中旅國際旅行社，是張家界的金牌導遊。疫情之前，她一個月要接待30個以上的團隊，月收入四五萬元(人民幣，下同)是常態。

與當導遊時一樣，汪華麗的直播工具很簡單，雲台、自拍桿、手機、話筒、充電寶等。「現在每天收入多時100元，少時20元，有時沒一分錢。」汪華麗告訴記者，直播收入完全靠粉絲打賞。雖然才開通不久，汪華麗的粉絲也快7,000人了，她說再過幾天，她的粉絲就能過萬。

儘管收入不及以往的零頭，但汪華麗依舊每天奔忙，樂此不疲，她坦言做直播不僅僅為了收入，現在張家界導遊業遭遇到前所未有的困難，只能想辦法自救，度過寒冬，才能迎來希望。

逾千導遊主播堅持走進景區

「每一位拿起雲台走進景區的導遊，直播收入還是其次，而是一種和生活融為一體的職業習慣，就是想把張家界的美景繼續介紹給全世界。」汪華麗說。

記者從張家界旅遊協會了解到，目前，像汪華麗這樣專注於室外風景直播的主播有1,000多人，他們通過自己的努力，在如此艱難的情況下，依舊不遺餘力推介張家界，也掙得維持生活的基本費用。

張家界有註冊導遊近1.3萬人，目前，95%以上處於失業狀態。許多導遊家庭因房、車月供無法償還而陷入困境，不得已自行開展生活自救，尋找各種就業渠道。這些人中，一部分人轉行自謀生路，從事滴滴、美團、快遞、餐館、保安、建築等工作；一部分在觀望；還有一部分人開始轉型，圍繞張家界風景做起了網絡主播。

張家界旅遊協會導遊分會秘書長劉洋向記者介紹，為幫助從業人員在新的形勢下實現自救，張家界旅遊協會導遊分會做了大量的工作，並開辦了「張家界導遊雲課堂」，開展免費線上培訓，涉及八個系統課程，30門課共100餘節，提升張家界持證導遊綜合素質和業務能力。

旅遊協會倡用新媒體自救

同時，組織開展《千名導遊網導張家界》抖音大賽，利用新媒體平台宣傳張家界，在抖音發起的「好山好水張家界」話題播放量達4.2億。導遊通過發布旅遊攻略、直播帶貨、直播打賞、私人訂製等方式獲得收入，穩定了隊伍，留住了人才，解決了導遊在疫情期間的生計問題，湧現出了龍梅(抖音粉絲244.4萬)、符田(抖音粉絲67.7萬)、高芳琴(抖音粉絲36.1萬)、吳濃(抖音粉絲31.3萬)、肖玉蛟(抖音粉絲15.3萬)等一批網紅主播。

分會還組織創作了抗疫歌曲《等我凱旋》，導演、作詞、作曲、演唱、剪輯全部由導遊擔任，唱出了旅遊人的心聲，一周播放量60萬次。

湖南大學教授吳江雄接受記者電話採訪時表示，疫情仍將是影響旅遊經濟發展的最大變數。在業內人士看來，國內旅遊市場在短期和局部可能有波動，但是長期復甦向好的趨勢不可逆轉。另一方面，這兩年的旅遊消費呈現出高品質、重體驗的新趨勢。

一樣的奇峰怪石 不一樣的人文風景

導遊變主播

轉型自救渡寒冬



01



02



03

01 ◆汪華麗(左)和同事一起在直播張家界森林公園景區內的美景。 記者姚進 攝

02 ◆每天，張家界的主要景點前都會聚集大量主播，變成另一種新景象。 記者姚進 攝

03 ◆主播在進行直播。 受訪者供圖

善用導遊經驗 室內賣行程室外跑景點

「立刻行旅遊網絡公司」是張家界首家大型室內直播平台。這家公司設在市區一棟商務樓的六層，辦公區域約300平米，擁有三個直播室。

辦公室裏，十多台電腦前全神貫注操作的全是年輕男女，大的不過30來歲，大部分是90後。經得同意後，記者走近一台電腦前，看到界面上出現的是一個微信聊天平台。

直播賣張家界旅遊線路

「和我聊天的，是我服務的客戶。她一個月前通過我們的直播平台，購買了一條張家界森林公園—阿凡達取景地—金鞭溪—十里畫廊—玻璃橋棧道等旅遊專線，問五一能不能成行。」工作人員小劉告訴記者。立刻行旅遊網絡公司成立才兩個多月，分成室內與室外直播。室外直播的工作方式和鄭宇航、汪華麗一樣，室內直播就等同於「帶貨」，而他們賣的，則是張家界的旅遊線路。

公司經理張衛星告訴記者，公司和全國各地的一百多個旅行社和散客簽訂了線上合作協議。因為疫情的原因，公司目前只做湖南與雲南兩省的旅遊專線，但全國各地來湖南的旅遊線路都沒問題。

記者從公司了解到，所謂賣旅遊線路就是景點+行程選擇。比如一個旅遊團來張家界五天遊，必去的景點有森林公園、天門山、玻璃棧道、大峽谷玻璃橋，這就是線路之一。具體到各個景區，就有好多入口，進入景區的入口各不一樣，看到的景點也各不相同。進入天門山也有A線、B線、C線，他們就是根據客人的條件規劃最優最省的線路。也有

客人自己安排好線路，他們同樣會給客人推薦最優最省錢的服務方案。

「一條線路從遊、吃、住、門票等收費一般在2,000元/人，不同的線路有不同的價格。目前，已簽單60多個。」張衛星說。

在第一直播室，記者看到主播陳紅艷正在實時直播，她身後的大屏幕上播放着張家界最具特色的景區景點。

導遊轉型 每月提成約3000元

90後女孩陳紅艷，2008年考取導遊證，做導遊工作13年多。「非常感激公司提供了平台，讓我們抱團取暖。公司招聘了近50個員工，底薪3,000元。還有提成，所有員工公司都買了五險。」儘管收入和以前還有差距，但目前的特殊境況下，陳紅艷還是非常滿足。

陳紅艷訴記者，主播的工作每天8小時制，每一場直播約一小時，場與場之間休息15分鐘。她上個月的提成有3,000多元，而且，隨着他們直播的影響越來越大，他們的粉絲增長很快。目前她負責的一組，粉絲有幾十萬了。

記者了解到，像這樣的直播公司，在張家界註冊登記的有5家，還有一些個人在家裏開設了直播間，主播人數也有上千人規模。

在旅遊的「寒冬」，張家界的導遊們共克時艱，化整為零，抱團取暖，網上直播是他們重新開闢的一條「賽道」，在這裏，他們逐步重拾信心，獲得了人脈資源與經濟收入的雙重回報。

25歲小伙不願放棄導遊夢

直播帶給小鄭和以往不同的體驗，他每天要播6-8個小時，最多的時候會播10個小時左右，講得嘴裏長泡，兩眼盯屏幕盯得腫脹。記者在凌晨五點多鐘跟隨鄭宇航來到天門山景區，這時候雲霧繚繞在山巒，天門洞時隱時現，無比壯觀。此時，天門山景區到處都是舉着手機的直播者。小鄭說，他要把不一樣的景致同步輸送給他的四五萬粉絲網友。

每天直播10小時 跑5個景點

25歲的小鄭是一個陽光帥氣的大男孩，本地人，老家在農村，上有爺爺和父母，還有一個妹妹今年讀高二了，家庭收入不高。

從湖南農業大學行政管理專業畢業後，小鄭2019年加入張家界中青國際旅行社，平均月收入在一萬元左右。從去年8月開始，小鄭基本上沒有收入了。今年春節前後，張家界就有不少導遊開始嘗試抖音直播，小鄭也加入了這個隊伍。他在做直播

前，朋友要拉他去跑貨的，應允給他高薪，小鄭不願去。他告訴記者，自己十分喜歡導遊工作，擔心一旦去了再也回不來，那樣是他不願意看到的。

小鄭在張家界市裏買了一套住房，月供3,500元。買房時已把積蓄掏空，家裏也沒能力幫上忙，只有依靠自己。小鄭很努力，每天都泡在景區裏，在不同的風景點奔走。

靠粉絲打賞 月袋4000元

他告訴記者，每天直播的時間一般在6-8個小時，會走4-5個不同景點，這樣會在路上耽誤很多時間，每天實際上要工作超過10個小時。一般情況下，粉絲會五元十元二十元的打賞，加起來也不少，一個月下來也有4,000-5,000元。雖然只能保障月供和日常開銷，但小鄭非常有信心。「再堅持一段時間，相信離張家界旅遊復甦的日子不遠了。」小鄭說。

旅行社轉型直播基地 發現新商機

鄭世勇是「立刻行旅遊網絡公司」老闆，他是個有經歷的男人。上世紀九十年代，鄭世勇成立張家界湘西中旅國際旅行社，因趕上旅遊火爆期，鄭世勇的旅行社壯大得很快，導遊人員最多時近300人，即便旅遊淡季，員工月收入也有8,000-9,000元，直到疫情前，鄭世勇的旅行社順風順水。

抵押房產做直播帶貨

鄭世勇是一個講義氣、有擔當的人，對員工很好，大家非常信任他。疫情之下，行業不景氣，鄭世勇的旅行社同樣難以為繼，大家為了減輕鄭

世勇壓力，三分之二以上的員工主動離開了，但也有一部分員工，即使不要工資也想跟着他幹。

現實讓鄭世勇不得不改弦易轍以求存。他用自家的房產作為抵押，在銀行貸款150萬元，以每月9萬元的租金租了一層樓房，創辦了「立刻行旅遊網絡公司」。公司錄用了40多名員工，最開始做直播帶貨，銷售臘肉、香腸、莓茶等當地的一些土特產品。

旅遊線路銷售受歡迎

一個偶然的機會，有網友問鄭世勇，到張家界要怎樣才能玩得還省

錢。鄭世勇根據自己的經驗，一一回答了網友的問題。沒想到，網友提出要他做一個線路方案。這件事啟發了鄭世勇，後來，他調整了思路，開始銷售旅遊線路，沒想到市場的反饋還非常熱烈。

「線上直播已經被大眾接受，在未來可能是一個新的產業趨勢。」善於動腦的鄭世勇透露，一旦市場好了，在恢復傳統業務的同時，他會考慮將直播繼續做大做強，做「大旅遊」。同時，他還有一個心願，就是早日把那些在外自謀生路的老員工全部招回來。



◆鄭宇航在天門山前直播。 記者姚進 攝



◆室內主播在綠幕前虛擬介紹張家界旅遊線路，電腦會自動合成背景。 記者姚進 攝



◆鄭世勇(左一)親自關注直播情況。 記者姚進 攝