

从“人民理发师”走红，看小切口变现后如何“长期主义”

◎ 记者 刘青

商因水而兴，城因商而盛。酉水、辰水、溇水、舞水、渠水，五水流经的湖南怀化被称为“五溪之地”，有“滇黔门户”“全楚咽喉”之誉。这座偏居西南一隅的内陆小城，诞生了“中国第一古商城”——洪江古商城。清代文人王炯曾在《滇行日记》中曾描述此地：“商贾骈集，货财辐辏。万屋鳞次，帆

樯云聚。”

而近期，“一个人带火一座城”的新文旅现象在怀化诞生了：一件紫色围裙、一把梳子、一把剪刀……11月，理发师李晓华火了，连带着湖南怀化也火了。从线上直播间观看，到线下网友“奔现”，去怀化打卡晓华理发店成了最新的互联网热潮。

一座理发店成了“5A级景区”



▲晓华理发店所在的街区现在已成为“网红一条街”（图源：怀化市文化旅游广电体育局）

网友对晓华最高的褒奖，要数“人民的理发师”。今年2月，李晓华在社交媒体上发布了第一条为顾客理发的视频，此后8个多月的时间里，她又连续发布了398个视频。10月，视频开始被广大网友关注，她的直播间观看人数有时超过10万人。截至11月25日，“发型师晓华”在抖音平台的粉丝数量已增长到444万人。



▲截至11月25日16时，“发型师晓华”的抖音平台粉丝达到444万，并且仍在不断增长（图源：网络截图）

李晓华走红的原因也不复杂，十分简单的概述就是“她听得懂顾客的话”，知道什么是“只剪一点点”“就想修一下刘海”“两边剪短”“眉毛下面一点 眼睛

上面一点”等等。李晓华走红后还带火了周边的生意，不仅当地文旅部门到现场宣传特产，理发店前也出现了特色美食街，网友戏称李晓华的店为“怀化5A级景区”。

仿佛一夜之间，围绕湖南怀化女孩晓华以及与之相关的理发店、怀化等话题突然就爆了。有的人欣喜若狂、有的人已经跑去剪完头发了、有的人正在收拾行囊……无论你理解不理解，熟悉的走红流程正在进行。

为了接住流量，在11月初，怀化交通部门还增开了4趟高铁。精准布局了这个离高铁站10分钟车程的街区，有设馆推介的地方文旅部门，有开展义剪服务的理发师，有提供水、盒饭、水果的志愿者贴心服务着外地游客。同时，怀化文旅宣布，外地游客凭入怀交通票据便有机会免门票游览黔阳古城、洪江古商城、黄岩旅游度假区、皇都侗文化村景区等十余个景区。

据介绍，怀化市文化旅游广电体育局在晓华的理发店对面设立“福地怀化文旅号”免费旅游专线站点，每天11时、15时发车，推出安江农耕之旅和芷江和平之旅两条特色线路；在晓华的理发店门口设置20个非遗代表性项目体验点，组织市非遗代表性传承人现场展示非遗技艺；在怀化高铁南站出站口设置怀化文旅迎宾点，安排身着民族服饰人员现场宣传，安排车辆免费接送游客去晓华门店打卡、去各景区参观旅游。

截至目前，据怀化市文化旅游广电体育局的统计数据，晓华理发店店前的长泥坡村，3000平方米的街区已接待全国各地游客近30万人次，现场消费预计3000余万元，带动全市消费约1.8亿元。

一个微小切口打开的局面



▲晓华理发店对面市集中的怀化扎染非遗展台（图源：人民网）

11月22日，2024中国国际旅游交易会在上海开幕，怀化文旅携同十三个县市区文化旅游资源精彩亮相，通过图片、资料、非遗文创产品陈列等方式，沉浸式、多角度、全方位向世界展示“福地怀化”深厚的文化底蕴和独特的旅游资源，喊出“邀游客剪美美的头发，游福地怀化”的口号同时，“福地怀化文旅号”线上报名预约通道也随之开启。

怀化市文化旅游广电体育局发布消息：即日起至2024年12月31日，游客凭本人身份证+三日内入怀交通票据（高铁票、火车票、机票）或高速收费记录，出示本人于【发型师晓华】门店靓点发型设计烫染洗护的“打卡”自拍照（无需进店理发），可通过怀化文旅公众号报名，免费乘坐“福地怀化文旅号”，畅游安江农耕之旅、芷江和平之旅。

“11月2日晚上，我们关注到晓华抖音直播间在线人数非常高，直播间不少网友喊出‘听得懂顾客需求’，这个点立即吸引了我们的注意。”在旅交会现场，怀化市文化旅游广电体育局党组书记、局长金建平说，“我们围绕‘听得懂话’，积极听取广大网友提出的合理建议，迅速整合文旅行业资源，广泛发动多方力量，积极联动新闻媒体和网红达人，充分发挥媒体矩阵效能，持续做好宣传推广和服务保障工作，推动事件热度从一

短期变现如何发展成“长期主义”

11月19日，在经历了大半个月的喧嚣之后，#晓华担心以后没人找她剪头发#再次冲上热搜。但记者梳理词条回复后发现，绝大多数网友对晓华释放的都是善意。有人回复：“善良朴实带点自卑的人被突然捧高有种不真实感，觉得自己不配拥有，会时刻保持清醒，繁华过后终归平淡。”也有人说：“她火得值得，也一定能火得长久！”

如果纯粹靠一人一梳一剪，中国旅游研究院副研究员战冬梅也认为能持续火下去不太现实。她说：“不管是城市还是景区，都需要网红，但网红绝不是一个城市的全部。尤其是城市的形象，都是自己和他人共同塑造的结果。持续的好口碑，离不开便捷的交通体系、完善的基础设施，以及优质的公共服务和商业环境。这些才是旅游目的地发展的底层逻辑。”

对此，金建平认为，任何一座城市的走红，网络媒介只是其中重要的一环，成为“网红”城市同样需要“内功”的积淀。“这一次热度对怀化文旅行业来说，既是机遇也是挑战。李晓华的走红

个人，逐步转向一座城，从一个美发行业链接到了文旅行业。”

现场，怀化展台设计独特，极具地方特色，安江农校、洪江古商城、黔阳古城的风光吸引了众多参观者的目光。展台上，精美的非遗文创产品和丰富的旅游资料让人目不暇接，参观者们纷纷驻足观看，拍照留念。

浙江工商大学旅游与城乡规划学院教授卞显红表示：“晓华的理发店不能长红有待观察，但是当地利用这个爆点，将这条街按照旅游休闲街区去做整体规划，打造成为网红一条街，我认为非常可行，也是非常必要的。”

只要是按照正能量的方向，符合文旅发展的主流，就可以大胆地去进行文旅开发，把这个街区打造成为以晓华的理发店为主的美容美发养生主题旅游休闲街区。



▲当地文旅部门抓住机会，积极布局（摄影：黄青青）



▲洪江古商城沉浸式夜游表演（图源：怀化市文化旅游广电体育局）

为怀化市带来了前所未有的宣传效应，为怀化市的文旅发展提供了新的契机。从挑战的角度来看，随着游客数量的不断增加，我们面对的是如何进一步加强文旅宣传推广，加强热点话题与文旅产业关联度，提升旅游服务质量和游客体验等问题。

“每个城市都希望能有这样的机会。”深圳文化产权交易所全国文旅事业部人才和文旅学院副院长朱小丁表示，无论如何，怀化市文化旅游广电体育局确实在做实事，人民得到实惠，这些都是好事情。只是在后续的运营上，要考虑如何将流量变成留量，并以此为切入口，真正做到城市推广，带动整个城市的文化和旅游发展。

“晓华商业街”现象带来的影响与机遇既复杂又充满潜力。卞显红建议，怀化应迅速将流量变现的做法转变为深度文化挖掘。可以通过晓华的个人故事，逐渐延伸出怀化在地文化的其他层面，比如社区共建、地方风物、市井烟火、非遗手工艺等，甚至举办有温度的小型市集。