

于，它最初的热度并非来源于短视频平台的“事件营销”，而是和一部剧直接相关。

据阿勒泰市文旅局统计，《我的阿勒泰》播出20天后，阿勒泰全地区接待游客超286万人次，同比增长42.05%，实现旅游收入20.45亿元，同比增长77.98%。

在《我的阿勒泰》收官之后的半年时间里，阿勒泰地区的旅游热度仍一直高居不下。截至2024年11月底，阿勒泰地区年度接待游客3800万人次，创历史新高。

2024年11月29日，“新疆推动高质量发展”系列主题新闻发布会上，新疆阿勒泰地委委员、秘书长、宣传部部长蓝盛新称，今年的热播剧《我的阿勒泰》，形成了现象级传播效应，一部剧带火一座城，吸引了更多人来到阿勒泰，发现阿勒泰。

阿勒泰原本在国内旅游已有一定知名度，而2024年因为一部剧将其推到了前所未有的高度。这种“文学+影视+文旅”的模式，离不开背后各方力量的紧密协作。

爱奇艺高级副总裁陈潇曾透露：“《我的阿勒泰》开播前的一个半月，我们专门把开播的时间，然后接下来要做什么工作，与新疆维吾尔自治区相关部门一起做过一个沟通，提出了五个方向的共享共创的计划，其中包括共同创造一个形象来代表阿勒泰旅游以马为主体的形象，然后共同去做衍生品。

陈潇还表示，爱奇艺与自治区共同做了一个基金，来帮助相关产业的建设，还设计了四条旅游线路，“我们在这个过程中设计的一些景点、打卡地、旅游线路都采用了比较容易串联的方法，对旅游的拉动最大”。

当人们回顾阿勒泰的文旅在过去一年的成功，结合爱奇艺方面透露的信息来看，这片美丽土地的走红或许是必然，但具体的时间节点，还是离不开人为的推动。

不过，并非所有影视作品都能与地方文旅完美结合并产生长尾效应，真正实现“一部剧带火一座城”的，往往是那些能够深刻反映地方特色、与观众产生强烈情感共鸣的作品。

因此《我的阿勒泰》的成功，绝非轻易能够复制。

在阿勒泰土生土长的民宿行业从业者邹永萍此前告诉《新民周刊》，电视剧里的场景在她的记忆里非常真实，那些记忆中原本已经快要被忽略和遗忘的生活细节，又被这部剧呈现在眼前。

邹永萍最近接受本刊采访时表示，自己民宿所在的可可托海镇，也因为电视剧和雪季的双重加持，迎来了前所未有的客流高峰。

每个人心里的阿勒泰

在热爱滑雪的人眼里，阿勒泰是中国境内各方面条件最理想的滑雪地之一；而在大部分长期生活在沿海城市的人们看来，位于西北边陲的阿勒泰显得遥远而神秘。

在《我的阿勒泰》热播之后，其引起的反响，已经远超一部影视剧的范畴。除了带火阿勒泰的文旅，更引发网友在互联网世界中探讨“阿勒泰”的精神内核。

神秘的阿勒泰，究竟应该如何解读？急于“解读”，也许就是和这片土地蕴含的“无用”背道而驰。不要轻易解读，任何长久生活在城市里的人尝试以自己的方式去解读，会更快显得格格不入。不信，不妨看看此前董宇辉与李娟的直播对谈。

2024年8月的一场直播中，董宇辉用排比小作文夸李娟：“很多人喜欢你的欲言又止，喜欢你的纠结，喜欢你的犹豫，喜欢你的过度思虑和自我否定……”没想到李娟只能尴尬回应：“谢谢，真是一坨巨大的赞美。”

事后李娟做出了回应，说她对董宇辉的印象很美好，“一坨”只是四川人习惯用词，让大家不要借题发挥。之所以会有这场尬聊，或许一方还在尝试以世俗的方式去解读一个从小生活生长在阿勒泰的人，而另一方只想呈现一些不太高大上的真实。

也许阿勒泰在未来的热度不会超过已经过去的2024年，但是李娟以及她的作品中透出的这种真实而无用感，更值得每个人去追寻。民