



10月2日,“飞往我心中的日光之城”——西藏航空×《日光之城》主题航班从长沙飞往拉萨,旅客们通过机载屏幕在万米高空领略西藏湖泊草原、日照金山的美丽风光。国庆期间,新中国成立75周年“与时代同行 与人民同心”电视剧展播活动重点剧目《日光之城》在CCTV-1黄金档热播,芒果TV、腾讯视频同步播出,湖南卫视、江苏卫视、西藏卫视即将联合播出。片中西藏勇敢追梦的年轻人、美好纯净的风土人情、各族人民大团结的鲜活景象,在观众心中留下“日光”般温暖印象。

《日光之城》首播两集后,据酷云数据,平均收视率1.2813%,位于全部频道平均收视率TOP3。截至目前,电视剧《日光之城》获央视新闻联播及央视10余家官方新媒体矩阵推荐,人民日报、新华社、光明日报、经济日报、中国日报等160余家主流媒体发布超160篇报道,西藏40多家本地媒体及重点单位大力宣传,环球时报海外社交媒体矩阵向全球观众推荐。观众们纷纷“晒”出自己在西藏找到的生活答案,艺人胡歌录制视频称电视剧拉回了他的情感记忆,“2005年我第一次去到拉萨,感受到一种安静治愈的神奇力量”;网友们分享,“是我勇敢无畏的20岁”“风里是自由的味道”“在拉萨,晒太阳是最好的运动”。电视剧首播,《日光之城》索朗刚进门就被扫地出门##《日光之城》开播##等话题登上微博热搜;在短视频平台,《日光之城》开播##跟着日光之城打卡西藏##双话题登抖音主榜,收获近十万赞爆款短视频,其中多条短视频点赞破十万。

文/记者 赵越
图由芒果TV提供

他们晒出青春答案

首部西藏当代都市生活剧播出超200家单位及媒体热议追梦青年

“阳光初生,希望的光照耀在这片纯粹的大地上。”电视剧《日光之城》一开始,拉萨在日光中渐渐苏醒,巍峨庄严的布达拉宫、时尚气派的商场和写字楼、奔流不息的拉萨河与环抱拉萨的雪山……勾勒出当代拉萨人的都市生活全景。故事由此展开,观众们结识勇敢在高原开拓新商业模式的索朗,将成熟电商运营模式带回家乡的达珍,从山东远赴西藏投身社区建设的许少杰,对家庭和家乡深情守护的曲宗,在选择藏戏爱好还是医生职业中两难的扎西……

这些追梦的热血青年群像,折射出当代西藏的新风貌与新气象。央视新闻联播报道《日光之城》:“展现了西藏自治区在中国共产党领导下日新月异的经济发展和时代变迁,以及西藏各族群众勇于追梦、不懈奋斗的美好新篇章。”

人民日报、新华社、光明日报、经济日报等160余家主流媒体报道该剧。其中,人民日报报道该剧“在传统与现代碰撞中展现西藏人民积极向上的生活态度与价值观念,呈现在建设西藏的工作中,不断凝聚的多民族团结友爱之情”;光明日报报道该剧“通过当代西藏人的生活变迁和喜怒哀乐,折射新时代西藏日新月异的变化”;经济日报报道该剧“在青年视角下,八廓街呈现出传统与现代碰撞、理想与现实的交织,成为日光之城拉萨现代化进程的缩影”。

电视剧呈现了西藏人民原汁原味、充满烟火气的真实生活,西藏自治区40多家当地媒体及重点单位报道推荐。其中,西藏日报报纸头版推荐该剧,“将西藏青年积极向上、勇于探索、敢于担当的艺术形象传递至观众面前,展现一个更加开放、包容、自信、发展的新时代西藏形象”;西藏电视台记者王海森评价电视剧的取材真实,“这个故事也是作为一名在藏记者期待有人讲述的、想要看到的当下这个时代的西藏故事”;拉萨融媒记者拉姆次仁称剧中的故事就是身边正在发生的事,“每一个场景、每一个细节真实描绘了西藏特色,原汁原味地呈现大院生活,剧组的用心体现在剧中的每个细节上”。

跟着《日光之城》打卡西藏
三大活动联动“日光”暖人心

随着电视剧《日光之城》播出,在多方联动下,全国掀起“追日”打卡热潮。

电视剧《日光之城》开播带动“追日”热

出青春答案

线上,“跟着日光之城打卡西藏”活动吸引国庆假期来到西藏旅游的网友打卡参与。@芒果TV联动@西藏文旅@拉萨文旅@CCTV电视剧@电视剧日光之城 共创#跟着日光之城打卡西藏活动,吸引多位抖音旅游博主参与二创;电视剧片头曲《追日》编排成“日光舞”走红,由拉萨文旅带动网友们在西藏各景点接跳,歌曲旋律与西藏美景完美融合,推动舞蹈及歌曲迅速出圈,带动全网“日光热”。

“热腾腾的日光,爱情长长的歌唱,这座城充满了希望,扎西德勒吉祥……”来自世界各地的人们在蓝天白云、雪山高原间,记录属于自己的“宝藏日光”。网友们的热情带动电视剧未播先火,播前#日光之城索朗刚进门就被扫地出门#就登上微博文娱榜;开播五分钟#日光之城开播#成为微博上升热点;#日光之城开播##跟着日光之城打卡西藏#双话题登抖音主榜。

线下活动同样丰富多彩。10月2日起,西藏航空、东方航空共47架《日光之城》主题航班载着游客抵达拉萨。游客们在万米高空欣赏《日光之城》的精彩片段,拉萨鲜活的烟火画卷在机舱内展开,与机舱外的雪山高原美景交相辉映,在独特的观影体验中,抵达心中那座“日光之城”。好剧共赏、“空地互动”、心意互联,这场跨界打造的活动,也引发了众多网友的关注与讨论,“好有意义的主题航班”“这才是沉浸式的走进‘日光之城’”“我也想亲眼看看拉萨美景、感受四季如常的日光”。

同时,“跟着《日光之城》打卡西藏”打卡装置出现在拉萨12处代表性地标景点,布达拉宫、八廓街、罗布林卡……观众们在“热腾腾”的日光中打卡《日光之城》同款景点,在电视剧空间与现实空间自由“穿梭”,喝甜茶、吃藏面、看藏戏、观赛马,体验高原生活的独特韵味。

《日光之城》通过线上社交打卡挑战、线下主题航班体验、同款旅游线路打卡三大活动联动,实现了剧情与实景的完美融合,不仅让观众在观剧之余能够亲身感受西藏的独特风情,享受沉浸式的畅游体验,还极大地加深了他们对“日光之城”地理与文化的认知和理解,让高原美景更加深入人心。

被“日光”治愈的人们
“晒”出他们的生活答案

习近平总书记在全国民族团结进步表彰大会上发表重要讲话时强调,要推动各民族全方位嵌入,积极促进各民族交往

交流交融。《日光之城》正是从西藏人民勤劳善良、谦逊豁达的品质出发,艺术呈现西藏各民族交往交流交融的生动景象,客观反映了西藏在新时代新征程上的鲜活实践。

明明可以安于现状的索朗,想要干一件有特色还能帮助更多人的大事,于是他同样想将西藏特产推广出去的达珍合作,将以岗巴羊为代表的西藏特产与现代化运营方式的电商接轨,故事中融入了新一代年轻人对于传统牧业发展零售模式与现代电商标准化营销全链条的迭代思考;从山东来到西藏的社区第一书记许少杰开办综合职业技术培训,为社区居民解决就业问题,从北京来到西藏的医生尹巍长期看诊,连两公里外的布达拉宫都没去过,他们代表着来到西藏、建设西藏的年轻人,牢记“老西藏精神”,缺氧不缺精神,艰苦不怕吃苦;实习医生扎西、牧区少女格桑则呈现出年轻人对于职业发展与个人价值的探索状态……

这些真实鲜活的人生议题,吸引着年轻观众们来到“日光之城”拉萨,来到西藏,寻找自己的生活答案。他们在电视剧《日光之城》评论区“晒”出了真诚动人的回答。有网友分享自己在雪山张开手臂的照片:“为什么那么多人都想去西藏?想不明白,但这也是我18岁的梦,19岁的最后几天,20岁刚刚开始,去到西藏了!”有网友发布阳光照耀在雪山山顶的照片说:“是去过一次还想再去的地方。”有网友分享和朋友在布达拉宫前的合照并引用电视剧中的台词作答:“我觉得这得你自己寻找答案。”有网友动情回复:“拉萨,一个弥补自己的地方,从没有见过那么美的风景,那里可以美到让人不自觉地流泪。”

“拉萨好吗?”在这片被日光亲吻的土地上,剧里剧外皆是新时代故事的书写者,共同“晒”出生活答案,各民族共同团结奋斗、共同繁荣发展。

《日光之城》是国家广播电视总局重点扶持剧目,由中共湖南省委宣传部、中共西藏自治区委员会宣传部联合摄制,中央电视台、湖南广播影视集团、芒果TV、湖南卫视等创作出品。该剧由黄伟执导,于小千编剧,周游、杨秀措、张桐、旺卓措领衔主演,多布杰、严晓频、洛桑群培、是安、央金卓嘎特别出演,班玛加、卡毛吉、更登彭措、陈奕龙、奚宇主演。今天20:00在CCTV-1黄金档继续热播,芒果TV、腾讯视频同步播出,湖南卫视、江苏卫视、西藏卫视即将联合播出。

