

# 透视文旅持续“沸腾”：“流量”如何变“留量”？

新华社记者 何磊静

2024年，文旅市场以持续“沸腾”的方式开场。

从“尔滨”到“山河四省”，从网友自发“监工”到文旅部门在线“听劝”，各地文旅局“花式揽客”、奇招频出，希望用“泼天的流量”接住“泼天的富贵”。

各地文旅为何这么拼？真正的“流量密码”究竟是什么？更值得思考的是，流量“退潮”后，可持续出圈的路径是否更为清晰？

## 各地文旅“花式揽客”

“冻梨摆盘”“人造月亮”“飞马踏冰”……这个冰雪季，哈尔滨对游客的“宠爱”令其成为“顶流”旅游目的地。

今年元旦假期，让人陌生的“尔滨”创纪录实现旅游收入近60亿元。携程公司近日发布的2024春节旅游市场预测报告显示，春节期间哈尔滨旅游预订订单同比增长超14倍。

“泼天的富贵”一下让各地文旅部门“坐不住了”，纷纷开始“抄作业”，效仿哈尔滨向全国游客抛出橄榄枝。

先是“喊麦”。多地文旅局长跑到哈尔滨中央大街，带上土特产录制视频邀约全国游客，有的甚至扮成“白鹿仙子”给游客发冻梨汁，“不论是北方的游客还是自家的孩子都要宠”。

山东、河南、甘肃、江苏等地也纷纷创作“我姓……”的“喊麦”文旅宣传曲，用魔性音乐和洗脑歌词“刷屏”短视频平台。

再是“听劝”。网友留言“想在洛阳看鱼服帅哥”，洛阳文旅部门迅速组织专业表演团队在火车站和地铁站与行人互动。

河南文旅部门开展“题海战术”，一天发数十条短视频，吸引近百万新

粉丝，不少网友自发“监工”。“听劝”的山西文旅、河北文旅也“疯狂输出”，河北文旅创下日更视频纪录。

接着，多地文旅部门纷纷邀请各路流量明星“助力家乡上分”，引发新一轮关注热度。此外，北京圆明园派出“安陵客”冰嬉、河北太行五指山专设可投喂“孙悟空”、辽宁抚顺展示超长雪道游龙……

各地文旅“实力宠粉”是否提升了旅游热度？

携程数据显示，多个城市旅游产品搜索量攀升，春运期间国内航线搜索指数同比增长超170%。河南等多地景区也趁势官宣免票、优惠等活动，进一步刺激旅游消费。

这波热潮不仅令旅游市场更为活跃，也调动了更多人的参与热情。互联网上，从新媒体运营到公共服务，从挖掘特色文化到提升消费体验，网友纷纷为各地文旅发展支招，探求如何接稳“泼天的富贵”。

## 重塑哪些市场共识？

从文旅局长到文旅部门，各地文旅纷纷破圈突围，既能看出各地在塑造文旅品牌中营销手段的新变化，也反映出目前旅游消费市场的新趋势。

春节假期即将到来，消费者出游热情攀升，旅游宣传推广也迎来窗口期。

携程研究院战略研究中心高级研究员沈佳旻指出，目前国内旅游市场正加速恢复，如何吸引游客并将本土特色传递出去尤为重要。既熟悉文旅资源又想抓住机遇发展产业的文旅部门一马当先，想方设法推介本土文旅特色。

中国旅游研究院副研究员韩元军

认为，近年来“氛围式”消费悄然增加，不少人因为一场演唱会、一次赛事、一个展览，就可能来一段说走就走的旅行。

在多位传播领域专家看来，新媒体平台给文旅部门提供了直接对话游客的机会，游客也提出个性化需求，双向交流、有求必应的互动形式让游客感受到“尊重”甚至“被宠爱”，无形中激发“前往一游”的兴致。

文旅领域专家表示，年轻人已成文旅消费生力军，移动端大量宣传可以有效提升文旅产品曝光度。相比传统单向输出的营销方式，线上宣传具有低成本、大众化的特点，网友互动的不确定性可能带来高流量的回报。

韩元军认为，文旅发展对提振地方综合效益作用良多。

旅游形象是城市形象的重要体现，各地文旅部门卖力吆喝，除了展示本土旅游资源，也能积极促进产业投资。如河南柘城是“钻石之都”、黑龙江有蔓越莓、四川盛产鱼子酱等，都在一波波出圈中刷新了很多人的认知。

此外，各地文旅“同台竞技”也在不断重塑市场共识：旅游的本质是对未知的探索、对生活的热爱、对自然和人文的乡愁；卖力运营或许是“始于颜值”，但更要“敬于才华”，靠真心和实力圈粉，为游客提供真实深刻、文化植根于身心的体验。

## 让“网红”变“长红” 服务永远是王道

文旅产业是当下恢复和扩大消费的重要抓手，对促进经济复苏、提振发展信心作用显著。

此前中央经济工作会议提出，要积极培育文娱旅游等新的消费增长

点。各地文旅纷纷发力能否持续刺激旅游市场尚不可知，但这波“文旅热”无疑为2024年的消费增长开了一个好头。

然而，随着各地都想“分一杯羹”，线上跟风模仿又未能凸显本土特色的内容也层出不穷，同质化严重，易引发审美疲劳。业内人士认为，基于地方特色、文化底蕴打造的差异化产品才能形成竞争壁垒。一些网友更是直言：“没有宰客，提高服务，才是王道！”

业内人士表示，各地“花式揽客”为文旅产业链发展带来新的市场机遇，旅游行业企业应主动与文旅部门、景区、酒店等合作，共同开发具有地方特色的旅游产品，实现互利共赢。各旅游目的地应从细节上提升食、住、行、游、购等服务，在文旅产品与游客、网友的互动中迭代升级，促进社会资本和商户服务加大投入，形成良性循环。

“文旅部门不能因本地短期走红沾沾自喜，更重要的是要做好后端‘品控’工作。”江苏省文化艺术研究院助理研究员宋长善说。如果“弯道超车”变“翻车”，舆论风暴反而会影响长期打造的旅游形象。

专家表示，对于普通城市来说，想提升城市品牌、赢得人才和投资青睐，还需思考如何从“网红”到“长红”、让“流量”变“留量”。

宋长善建议，应在完善旅游公共服务体系基础上，结合自身资源禀赋，以特色文化赋能景区，打造高品质、多样化、个性化的“硬核”文旅产品。“线下的旅游体验取决于整个旅游产业链是否完善、管理是否到位，这并非仅靠拍短视频宣传片就能做到。”

新华社南京1月28日电

任务。

会议强调，领导干部如实名向党组织报告个人有关事项，既是必须遵守的政治纪律和组织纪律，也是检验领导干部是否对党忠诚的试金石。要提升站位，增强报告主动性。本着对组织高度负责、对自己高度负责的态度，以诚心、真心和细心，如实名向组织“亮家底”“交实底”。要强化学习，提高报告准确性。认真学习领会和把握中央要求，做到如实填报、精准填报。要从严审核，确保报告规范性。严格落实“三级联审机制”，确保领导干部准确完整填报。

会议还研究了其他事项。

# 中央军委举行慰问驻京部队老干部迎新春文艺演出

(上接第1版)“新的时代、新的征程，新的一年新目标”，歌舞《战歌迎春》拉开演出序幕，营造出喜庆热烈的节日氛围。情景表演唱《追光》，热情讴歌思想照耀前程、奋斗开创未来的壮阔实践，鲜明表达在党的旗帜下铸牢军魂的决心意志。混声合唱《淬火成钢》，展现深化军队政治整训焕发出的新风正气，彰显巩固纯洁光荣、扛起强军使命的坚定信念。表演唱《前出时刻》和舞蹈《决胜》等节目，反映部队枕戈待旦的戒备状态和闻令而动的冲锋姿态。合唱和表演唱《战士的远方叫家国》、《山河铭刻》、《向人民报到》激越高昂，再现人民子弟兵遂行边防斗争、抢险救灾、海外撤侨等重大任务的使命担当和大爱情怀，浓墨重彩讴歌英雄、礼赞英雄。全新编排的经典歌曲《延安颂》、《红梅赞》、《我是一个兵》唤起革命军人的红色记忆，短剧《喜报》讲述军地尊崇功臣模范的感人故事，铺展出优良传统赓续传承、强国强军力量汇聚的生动图景。“清澈的爱献给我的祖国，沙场追梦唱响强军战歌”，演出在混声合唱《强军有我》中结束，抒发了锚定目标勠力攻坚、不断开创强军事业新局面的豪情壮志。演出彰显简约朴素之美，阳刚雄浑之气，体现了强军文化的崭新气象。

歌英雄、礼赞英雄。全新编排的经典歌曲《延安颂》、《红梅赞》、《我是一个兵》唤起革命军人的红色记忆，短剧《喜报》讲述军地尊崇功臣模范的感人故事，铺展出优良传统赓续传承、强国强军力量汇聚的生动图景。“清澈的爱献给我的祖国，沙场追梦唱响强军战歌”，演出在混声合唱《强军有我》中结束，抒发了锚定目标勠力攻坚、不断开创强军事业新局面的豪情壮志。演出彰显简约朴素之美，阳刚雄浑之气，体现了强军文化的崭新气象。

张又侠、何卫东、刘振立、苗华、张升民一同观看。

观看演出的还有军委机关各部门、军队驻京有关单位领导和部队官兵代表。

# 扛牢政治责任 狠抓工作落实 确保全市安全形势持续平稳向好

(上接第1版)

刘星要求，要标本兼治、狠抓落实，扎实推动安全生产各项工作取得实效。围绕安全责任落实，强化制度刚性执行，压紧压实党政领导责任、部门监管责任、企业主体责任，严格落实“三管三必须”等要求，用好周调度等管用机制，把安全责任压力传导到每名从业人员和具体岗位。围绕夯实安全基层基础，加大投入保障力度，推进实施一批“人防、技防、工程防、管理防”措施，开展全覆盖的安全培训和警示教育，切实提升基层发现问题、解决问题的强烈意愿和能力水平，提高从业人员的安全意识。围绕风险隐患排查治理，落实“双重预防机制”，各级各相关部门要采取“四不两直”等方式，深入基层一线和生产最前沿开展排查，切实把问题解决在萌芽状态。对各级督导检查发现的问题，要坚持高标准严格要求认真整改，确保按期彻底整改到位，同时要举一反三，加快补齐短板漏洞，转化为标本兼治、固本夯基的举措成效。

刘星强调，要突出重点、从严管

控，坚决防范遏制事故发生。强化学校、培训机构等人员密集场所风险防范，以及大型综合体、宾馆饭店、“九小场所”等大客流场所消防整治，加强对重大节庆活动的安全管控。扎实做好低温雨雪冰冻灾害防范应对，严密防控森林火灾，全面开展重点地区地质灾害风险隐患排查治理。做好冬春救助工作，确保群众安全温暖过冬过节。强化重点行业领域排查整治，深入落实《国务院安委会关于防范遏制矿山领域重特大生产安全事故的硬措施》，扎实开展矿山安全集中排查整治专项行动，抓好交通运输、建筑施工、危险化学品、特种设备、冶金工贸、烟花爆竹、旅游、燃气、电力等行业领域安全管控，强化安全生产监督检查和应急值守工作，确保人民群众生命财产安全，为在全省推动高质量发展中奋勇争先、奋力谱写中国式现代化晋中篇章提供坚实有力的安全保障。

会议以视频形式召开，各县(区、市)、综改区晋中开发区设分会场。

## 晋中市市场监督管理局

## 关于报送2023年度经营主体年报公示的通告

各类企业、农民专业合作社和个体工商户(经营主体)：

依照《企业信息公示暂行条例》《外国企业常驻代表机构登记管理条例》《市场主体登记管理条例》《个体工商户年度报告暂行办法》《农民专业合作社年度报告公示暂行办法》，现就做好我市经营主体2023年度年报公示工作通告如下。

一、年报报送主体

凡2023年12月31日前在我市各级市场监督管理、行政审批部门登记注册的企业及其分支机构、农民专业合作社及其分支机构、个体工商户、外国(地区)企业常驻代表机构均应向市场监督管理部门报送2023年度报告。

二、年报报送时间

(一)企业及其分支机构、农民专业合作社及其分支机构、个体工商户年报时间为2024年1月1日至2024年6月30日。

(二)外国(地区)企业常驻代表机构年报时间为2024年3月1日至2024年6月30日。

三、年报报送内容

(一)企业年报“多报合一”。今年，我局在继续实施与人社、商务、海关、统计、外汇部门相关事项合并年报的基础上，新增了与税务部门相关事项的合并年报。所有企业如果在2024年1月1日到5月30日期间，已经完成税务年报的，通过国家企业信用信息公示系统(山西)报送市场监管年报时，相关资产状况信息会自动带入，无需重复填报。

(二)重点领域企业年报。与人民群众生产生活、生命财产安全密切相关的疫苗生产企业、特种设备生产企业报送年报时应报告相关许可信息，做到应报尽报。

(三)大型企业年报。按照《保

障中小企业款项支付条例》规定，大型企业应当将逾期尚未支付中小企业款项的合同数量、金额等信息一并填报公示。

四、年报报送方式

(一)线上报送的三种方式。一是登录“国家企业信用信息公示系统(山西)”的“企业信息填报”模块报送；二是登录山西省市场监督管理局门户网站，通过首页的“办事指南—年报信息填报”模块报送；三是关注晋中市场监管微信公众号，通过“网上服务—微信年报”模块报送。经营主体可以自主选择一种合适的方式报送年度报告，并向社会公示。

(二)线下报送方式。该种方式仅适用于个体工商户，可以向属地市场监管所(站)报送纸质年度报告。鼓励个体工商户选择线上方式报送年报。

五、法律责任

企业、农民专业合作社、个体工商户、外国(地区)企业常驻代表机构应当如实填报年度报告，并对报送公示信息的真实性、及时性负责。未按规定期限报送公示年度报告或者在年度报告中隐瞒真实情况、弄虚作假的，将被市场监督管理部门依法列入经营异常名录，同时依据《市场主体登记管理条例实施细则》等相关规定，长期未履行年报公示义务将被吊销营业执照。

六、重要提醒

年报无需缴纳任何费用，市场监管部门信用修复免费。任何以市场监管部门名义要求提供个人银行卡号、银行卡密码的行为均为诈骗。特此通告

晋中市市场监督管理局

2024年1月30日

# 市政协召开党组会议暨理论学习中心组扩大会议

(上接第1版)要牢牢把握人民政协在新时代统一战线中的基本性质和角色定位，坚持党的领导、统一战线、协商民主有机结合，把握强大团结大联合的时代要求，坚持发扬民主和增进团结相互贯通、建言资政和凝聚共识双向发力，为奋力推进中国式现代化晋中实践贡献力量。

任秀红强调，要深入学习领会省“两会”精神，紧扣市委“156”战略举措实施，在全面学习上出实招、在

融会贯通上下功夫、在贯彻落实上见真章，不断提升履职水平，促进政协工作提质增效。要学深悟透“千万工程”经验蕴含的科学方法，紧密联系 actual，坚持履职为民，为推进乡村振兴贡献政协力量。

会上，任秀红通报了市政协党组2023年度领导班子民主生活会情况。她指出，党组成员要根据查摆出的问题，以及相互批评的意见，列出整改措施，主动整改落实，做好民主生活会“后半篇文章”。

# “龙腾盛世谱新篇”晋中市2024年春节联欢晚会录制完成

(上接第1版)舞蹈《醋香浓》《秧歌情》《日子新》和群口快板《千万工程“金钥匙”》展现了我市乡村振兴新面貌和新时代农民新风采。相声剧《向绿而行》反映了我市甲醇汽车引领绿色发展的澎湃动能。摇滚歌舞《致青春》唱出了“双融双创”市校协同的火热激情。戏曲串烧《廉之韵》为观众奉上了一份清廉文化大餐。民歌联唱《桃花红 杏花白》让人们在悠扬的曲调中，伴着朵朵盛开的桃花杏花，共同迎接春天的到来。戏曲《凤

雅颂》由多名晋剧艺术家盛装登场、同台献艺、共贺新春。晚会在大型歌舞《沐春风》中划上圆满句号，预示着春天的脚步正在向我们走来，奋进新征程、奋斗向未来的集结号已经吹响。

晋中市2024年春节联欢晚会将于2月8日晚8:00在晋中电视台综合频道首播，2月9日上午9:00、2月11日晚9:00、2月13日晚9:00在晋中电视台综合频道重播。2月9日下午1:30在晋中电视台公共频道重播。

山西·晋中

甲醇汽车甲天下



- 牵引车、自卸车、专用车、子母车等车型
- 适合中长途干线，危化品运输、城建、资源短倒等全部场景
- 通过多场景背靠背的对标测试，相比于柴油重卡，拥有18%—32%的能耗经济性

远程甲醇商用车