

打造全省旅游热点门户城市

城市“出圈”，路在何方？

——关于我市打造全省旅游热点门户城市的思考

刘宁胜 马佳丽

新年伊始，文旅市场活力涌动。去年，从贵州“村BA”“村超”和淄博“赶烤”，到近段时间火爆的“尔滨”……越来越多的城市通过社交平台走红。“网红城市”在激发消费潜能、推动消费从疫后恢复转向持续扩大方面取得突破，实现了经济效益和社会效益双“丰收”，也将大家的注意力聚焦到城市“出圈”这一现象。

站在全媒体时代的风口，运城如何打造全省旅游热点门户城市，在城市文旅突围中成功“出圈”，踏出一条文旅融合、转型发展的新路，亟待探索和思考。

向前走，探知文旅“流量密码”

互联网时代，流量已经成为高频词。随着信息技术的高速发展，万物皆媒的时代已然到来，媒介化社会正在打开。传统的城市形象传播方式逐渐失去主导地位，新媒体时代下更主流，媒介化传播生态将城市的影响力推到超过以往任何一个时期的高度，城市营销迎来新的变革。过去在传统媒体看来的一些普通事物和社会现象，经由短视频平台、微博、微信等媒介的“推波助澜”和“裂变式”传播，随时随地可形成网络热点，在短时间内“C位出道”。大家追逐热点的本质是在追求美好生活，网上流量的形成其实是网民线下情绪的传染放大。了解大众的体验、读懂他们的需求、激发他们的情感、提升他们的好感，进而唤起他们的行动和忠诚，正是以“流量密码”成就城市火爆传奇的要义。

“流量密码”火热的背后有着巨大的经济效益和社会影响力。据有关资料介绍，去年“五一”假期，淄博旅游订单同比增长超2000%；今年元旦，哈尔滨接待游客304.79万人次，旅游总收入59.14亿元，均创历史新高。除了巨大的经济效益，流量在树立城市品牌、激发城市活力、提升城市价值等方面也发挥着不可估量的作用，城市火爆“出圈”打开了发挥资源禀赋、展示营商环境、塑造城市形象的新窗口。例如，淄博烧烤火爆之后留下了招商合作的亮眼成绩，为这座重工业城市注入新活力；哈尔滨的冰雪旅游强力复苏市场，激发了城市发展新动能。难能可贵的是，这些“顶流”城市文旅服务中以人为本的价值导向和“人人都是参与者”的主人翁意识更是提升了城市治理水平和文明程度，是对共建共治共享的社会治理制度的有力实践。

流量是把双刃剑。网络时代，一切行为都像是透过显微镜放大后呈现在大众面前，在追求流量红利“热行

动”时还应多一些“冷思考”。不可否认，流量可以迅速捧红一个人、带火一座城，但“翻车”的例子也不是没有。一些城市虽然一时“爆发”，但终因缺乏硬实力支撑等原因，如同昙花一现，很快便退出人们的视线。因此，相较于过度追求一时的流量，应在自身服务管理和旅游承载力足够的情况下，合理运用“流量密码”，这才是抓住“流量经济”的关键。

向外看，破译城市“出圈法则”

媒介是推动城市出圈的“排头兵”。“网红城市”“出圈”看似偶然，实则都是媒介传播厚积薄发的必然结果。贵州省黔东南苗族侗族自治州榕江县孵化培育了1.2万余个短视频账号和2200余个本地网络直播营销团队，以社交平台上的现象级传播创造了“村超”的“出圈神话”。淄博从2022年就借助新媒体推广烧烤文化，直到2023年大学生感恩“回家烧烤”初燃爆点，网络大V现身说法“推波助澜”，递进式的宣传成就了“进淄赶烤”的火爆传奇。近段时间在社交媒体上火爆的哈尔滨同样在早期就策划打造系列高流量IP，邀请头部主播为冰雪旅游引流造势，矩阵式营销点燃了“冰雪烈火”。在媒介传播过程中，人们透过初始爆点看到了城市的人文内核，塑造出城市的形象气质。可以说，社交媒体传播、平台网红参与、主流媒体助力、游客现身说法、政府联动运作等多维立体式传播构建起的前置性经验，最终会演变成强大的说服力，吸引大众关注。

真诚是彰显城市魅力的“必杀技”。“网红城市”的底层逻辑是大众对城市形象的情感认同与审美再造，城市“出圈”的一个关键因素是真诚。“尔滨”变着花样宠客：中央大街“遛”企鹅、索菲亚大教堂“升”月亮、地下通道铺地毯……面对游客的各种需求，哈尔滨“掏心掏肺掏家底”，被网友趣称为“讨好型市格”；遭遇冰雪大世界“退票”风波，哈尔滨连夜反思整改，以真诚的态度和迅捷的反应成功挽回形象，赚来流量和口碑。“最是一城好风景，半缘烟火半缘君。”无论游客旅游出发点是美食、美景还是文化，终究离不开心灵共振。只有将真诚融入点滴服务中，不断传递出温情，塑造出良好的城市形象，才能让游客在旅行中收获更多感动和回忆。

创新是升级城市热度的“主引擎”。在文旅融合的大背景下，以市场需求为导向，持续创新产品和服务，才能更深层次地挖掘和展示地域特色。哈尔滨火爆后，没有“躺”在现有热度上止步不前，而是在既有资源的基础上“花式整活”。长翅膀的雪地黑马、冰面上的热气球、走出大山的鄂伦春族和赫哲族人……层出不穷的新玩法、好玩法让游客有了更强的体验感和参与感，增加了城市的吸引力。城市文旅创新也在于发展思路的创新。沈阳市文化旅游和广播电视局局长有求必应式的“听劝”率先“蹭”到哈尔滨热度，东北三省对“小砂糖橘”的贴身护航成功引发全网关注和效仿，全国特产互动多次掀起城市间新的流量热潮，文旅互动式发展屡屡解锁“流量密码”新应用。

联动是提升城市治理的“向心力”。成为“网红城市”可能只需要一个爆点，但能接住这“泼天富贵”，则是城市治理与综合服务共同发力的结果，展现的是全民共构的城市形象与人文气质。去年“五一”假期，淄博率先出手开展酒店专项整治，各职能部门和工作人员全力保障市场稳定，商家店铺无一缺斤少两，市民自发充当“免费客服”，全民众志成城守护城市荣誉，超强的凝聚力为城市品牌传播注入了新活力和可持续发展动力。面对游客激增的现状，哈尔滨号召市民让路、让景、让利给四方来客，协调公安消防、交通应急、市场监管、宣传网信等部门联合发力，加大市场监管力度，政府与市民的“双向奔赴”为这座城市抹上了最打动人心的底色。显而易见，在“出圈”的“网红城市”，人人都是主人翁，守护家园“人人参与”，保障服务“人人尽力”，最终创造出了“人人共享”的发展成果。

向内求，解答走红出彩“压轴题”

文旅供给要“拿得出”。运城作为华夏文明重要发祥地之一，文化旅游资源禀赋突出，关公文化、根祖文化、黄河文化、池盐文化、德孝文化交相辉映，要做好文旅供给供给侧这篇文章，资源、服务和创意缺一不可。塑造具有辨识度的城市IP，重点要打造关公、盐湖两张“王牌”，着力塑造“关公故里”“七彩盐湖”文旅品牌。构建旅游要素供给矩阵，同步开发各县(市、区)龙头产品，深入挖掘优质资源，持续推动A级景区提档升级。深化文旅融合发展，培育文旅新业态，加大文创产品开发，在休闲旅游路线、沉浸式演艺、主题街区、夜间文旅消费等方面提档升级，放大和拓展“国宝第一市·天下好运城”的品牌内涵，让运城深厚的历史文化底蕴可感可知。

宣传营销要“引得来”。新媒体营销在塑造城市形象上有着“四两拨千斤”的作用。改变传统媒体时代自上而下的宣传思维，引导大众围绕“关公故里”“国宝第一市·天下好运城”“这里最早叫中国”等城市名片创作富有

趣味性和故事性的短视频，通过对话、讲故事等方式，将“好运之城”的形象植入到有趣、有味道的传播内容中。打造宣传矩阵，以立体格局代替扁平传播。把握新媒体传播规律，孵化一批短视频账号，打造一批独具特色的流量IP，整合网红大V力量，从城市文化、非遗文创、文旅体验等方面全方位为城市引流，形成多层次、多角度的宣传效应。培育引进具备互联网思维和新媒体运营能力的高素质人才，以主动出击代替被动承接，制造潜在爆点，及时抓住流量窗口，高效应对网络舆情。同时，文旅宣传要把握好尺度，量力而行，既不能低俗化、庸俗化，也不能过度美化、夸大，避免不当宣传带来流量反噬。

“泼天富贵”要“接得住”。站在文旅发展的风口，随时都有爆红的可能，这“泼天的富贵”能否接得住，考验的是一个城市的综合治理水平。政府部门要加强联动，因势利导出台便民政策，制定应急处突和服务管理预案，从市场监管、治安安全、交通运输等方面细化服务，给游客营造放心、舒心、安心的旅游环境。相关部门要形成对游客需求的快速反应机制，随时洞察游客需求，迅速跟进满足。通过“有求必应”和项目创新保持游客的新鲜感，用线下优质服务高效衔接“线上流量”，实现流量“裂变式”增长。市民要发挥主人翁精神，商家可以提供有创意、有特色的服务产品，通过全社会积极参与，共同激发文旅市场持续发展活力。

“出圈”效益要“留得住”。爆红“出圈”能够在短期内给“网红城市”带来超乎寻常的收益，但热度下降之后的“出圈”效益才是留给城市最长久的“富贵”。要进一步提升旅游环境，坚持以游客为中心，提升市场化服务、标准化建设、规范化运营和智慧化赋能水平，全方位提升吃、住、行、游、购、娱等多方面的旅游体验，让没来过的游客心向往之，让来过的游客流连忘返，愿意推荐身边的朋友亲身体验；要进一步提升消费环境，在城市治理、商家营销、产品创新等方面持续发力，让游客有品可选、有质可保、有价可比，体验到这里更具“性价比”；要进一步提升就业环境，在待遇保障、成长空间、人文环境等方面持续创优，发挥人文历史比较优势，增强城市吸引力，让本土人才回乡、外地人才回流；要进一步提升投资环境，深化“放管服”改革，持续创优“三无三可”营商环境，营造“重商、亲商、富商、安商、稳商、聚商”的浓厚氛围，吸引更多创业者投资兴业，为运城带来持续稳定的发展力。

(作者单位：运城市政府发展研究中心)

去年12月，在全省新型工业化推进暨制造业振兴升级大会上，省政府确定盐湖水泵专业镇为第二批山西省省级重点专业镇。这是省政府赋予盐湖践行新发展理念、实现高质量发展的神圣使命，也是加快推进盐湖新型工业化、发展先进制造业的光荣使命。当前盐湖区水泵行业存在“市场规模大、企业规模小；距离市场近，距离客户远；有形价值大，无形价值少；扩张动力强，内生动力弱；衍生产品多，主导新品少”的突出问题，这些问题是加快推进盐湖水泵专业镇平台功能建设的制约瓶颈，应当引起高度重视，采取有效举措，切实加以解决。

解放思想，规划引领

盐湖水泵专业镇作为全市第二个山西省省级重点专业镇，是盐湖区的一个金字招牌。从字面上深度理解其内涵，“盐湖”不带“区”，“水泵”没有“潜”，“镇”不是“行政区划”的概念，本质意义就是要解放思想、更新观念、拓展空间、引领发展。加快推进盐湖水泵专业镇建设，需要我们在思想站位和认知高度上，既要立足盐湖区，更要放眼全市、全省、全国和全球；在产品开发和产业链条上，既要立足做强做优做大水泵主导产品系列，更要加快研发生产离心泵、化工泵、轴流泵等多元化水泵产品系列。与此同时，盐湖专业镇建设不是一个静态的区域概念，而是加快推进新型工业化、产业转型升级的政策机遇，加快推进新型城镇化、带动就业增收的发展平台建设，加快推进区域经济崛起、促进共同富裕的动力机制形成。因此，只有思想的觉醒、认知的突破，才能实现颠覆性的增长和发展。

战略和规划是高质量发展的灯塔。加快推进盐湖水泵专业镇建设，要尽快高质量编制水泵专业镇三年至五年发展规划，坚持谋划、策划、规划同步实施，明确战略目标、总体布局、重点任务、关键环节、实施举措、跟踪问效、成果评价等指标任务，真正做到战略布局、清晰定位、精准战术、重大节点、人才梯队、产城融合的推进实施一张图、一盘棋、一体化、依靠定位准确、科学有效的战略规划引领盐湖水泵专业镇建设快起步、快推进、快发展、快见效。

龙头带动，集群发展

加快推进盐湖水泵专业镇建设，应发挥核心企业的龙头带动作用，形成一马当先、万马奔腾的发展态势，强化核心企业带动。要充分发挥山西海泵泵业有限公司发展历史悠久、市场体系健全、技术研发领先、品牌信誉卓越、综合实力雄厚的“链主”企业优势，引领和凝聚山西释义水泵股份有限公司、山西省运城华洋电泵制造有限公司、山西解州合盛兴泵业有限公司等产业主导型企业，影响和带动盐湖区乃至全市其他水泵企业，把盐湖水泵专业镇率先打造成为全国级的新型工业化产业联盟，把省政府赋予的专业镇和“链长制”两种发展机制深度融合，最大限度发挥“1+1>2”的几何倍增效应。强化集群发展策略。集群发展是产业发展的必然趋势，盐湖水泵专业镇建设要立足全区、全市，放眼全省、全国，通过“共创市场、共担风险、共享利益、共谋发展”的共赢机制，聚集水泵行业关联性的实体企业、研发机构、供应链企业、金融部门和其他相关机构组建合作发展的命运共同体，通过水泵行业产业链、供应链、要素链的高效协同创新，聚焦做精做专做细产品、产业的每一个部件、环节，采取专业化、多元化、链条化的方式，逐步克服和解决水泵行业“多、小、散、乱”的现象，在两三年内，把目前盐湖区占据全国潜水泵行业市场规模体量的30%提高到50%以上，快速扩大市场占有率。大力挺进国际市场，在占领巩固全国市场的同时，积极进军东南亚、中东、非洲、南美洲等国际新兴市场，扩大潜水泵和其他水泵产品系列的海外市场占有率，加快形成水泵行业的规模效应、集聚效应、系统效应，优化配置生产要素，打造产业竞争优势，促进水泵产业多元化发展。

深度研发，融通资金

加快盐湖水泵专业镇建设，核心在于源源不断地研发和生产高科技含量、高附加值、高品质体验的新技术、新产品、新服务，实现供给创造需求，需求引领供给的有机统一。要坚持“政产学研市”一体化模式。放眼世界，海纳百川，运用水泵专业镇的平台机制，坚持“做之一，不如做第一；做第一，不如做唯一”的研发理念，采取“政产学研市”一体化模式，充分发挥龙头企业在科技创新中的主体地位作用，深化与高校、科研机构的合作发展，吸纳和集聚全国乃至全世界的先进发达技术和高端研发人才，进入市场、深耕技术、深层研发、深化应用，快速把具有个性化、差异化、新颖化的新技术、新产品、新服务，转化成市场份额、营销收入、经营利润、上缴税金，拓展水泵行业高质量发展的新赛道、新领域。要坚持科技赋能创造市场。通过科技赋能，加快水泵产品、产业的高端化、数智化、绿色化，切实加强知识产权保护，以高强度的技术研发和高效率的成果转化，加快培育和打造水泵产业生态主导型的企业集群，加快形成和发展新质生产力，在未来的三年至五年内，把以山西海泵泵业有限公司为核心企业的盐湖水泵专业镇平台，建设成为行业标准的制定者、发展方向的主导者、核心技术的研发者、终端市场的主导者、关键资源的整合者、产业生态的构筑者和行业利益的调停者的水泵行业新型产业联盟。要坚持创新资金金融通机制。资金是加快新型工业化的血脉，只有真金白银的有效投入，才能推进水泵专业镇的突破性、跨越式发展。坚持把盐湖水泵专业镇作为招商引资的重要平台，通过产业链招商、“链长制”招商、专业镇招商、园区化招商、大数据招商等方式，吸引央企和省属大型国企、科研机构参与专业镇建设；主动对接协调各类金融机构，以股权投资、产业基金、专项债券和知识产权合作等方式，通过多元化、多渠道、多领域创新投融资模式、拓展融资渠道；讲好“水泵故事”，策划包装一批符合国家政策、顺应行业态势、市场前景广阔、富有创新特色的新项目、大项目、好项目，勇于走出去、走出去，积极争取国家和省级发展改革、工信、科技、财政、商务等行业领域的专项资金；用好省、市、区的三级财政奖补资金，大力度投入到市场推广、技术研发、项目报批等方面，助推发展新质生产力。

建好平台，营造环境

盐湖水泵专业镇建设是一项系统工程和长期任务，绝非一朝一夕之事，更不能半途而废，应当立足盐湖区长远发展和新型工业化的迫切需要，坚持不懈地把盐湖水泵专业镇打造成为一个新型产业联盟、产业聚集平台、持续发展引擎。要加快产业链融合发展。坚持把产业供应链、技术创新链、要素保障链融入盐湖水泵专业镇建设的全过程、各环节，盐湖区水泵生产制造企业和全国各类水泵企业，运用水泵专业镇的机制和平台，实现供需端、上下游、内外方的多主体协同，领军人才、创新资源、营商环境的多要素联动，市场推广、技术研发、生产制造的多领域合作。要持续创优营商环境。正确处理政府和市场的关系，科学精准定位，列出政府和企业的责任清单、项目清单、问题清单、成果清单，杜绝缺位、错位、越位。政府及其职能部门树立“政府创造环境，企业创造财富”的理念，实行专业机构、组建工作专班、列支专项资金的“三专结合”一体化，与国家检测中心合作，集中精力加快省级水泵技术检测中心立项报批和项目建设，实现产品质量、技术标准、品牌打造、知识产权、人才培养、行业文化等综合服务，提升盐湖水泵专业镇的引领力、竞争力、影响力。要积极引进高端人才。柔性引进高端技术人才，建立人才“镇”的激励机制，营造拴心留人的人才洼地；持续优化水泵行业专精特新“小巨人”的成长发展环境，进一步打造市场化、法治化、国际化的一流营商环境。

(作者系盐湖区政协委员)

进一步加强绛县晋文化发展

丁卫娜

绛县历史悠久，文脉绵长。在绛县纷繁复杂的文化符号中，晋文化无疑占据显赫地位。

据文献典籍记载，公元前669年，晋献公诛杀狄族，始都绛，历晋献公、晋惠公、晋怀公、晋文公等8位国君，绛作为晋国都城长达84年。虽然这在整个春秋晋国史上只是短暂一瞬，但它却是春秋晋国最灿烂、最辉煌、最鼎盛的时期。晋国从这里开始崛起，百年霸业从这里铸就。

绛县即是故绛，故绛就是绛县。这不仅仅被《左传》《国语》等正史典籍所记载，更被镶嵌在故绛地表之上。这里既有“天下第一县”的历史渊源，又有勤劳智慧“绛县老人”的千古佳话；既有绛地瑞麦嘉禾的石刻，又有历经沧桑存存的《晋国都》石匾；既有沉寂烽烟足以印证晋国都城“戎狄环伺”的横北邕国和唯村翟相国西周墓地，又有巍然耸立在槐泉村、下村、南刘家村的晋国三公墓……众多久远而真实、携带着晋国历史信息的绛山烽火、名人名村、地望遗存，构成了春秋晋国文化谱系，成为中华民族传统文化的重要组成部分。

秀逸俊美的山川河流、丰富多样的特色农业、厚重独有的兵工遗址、源远流长的历史文化……这是推动绛县发展的优势和“王牌”，也是绛县人引以为傲的自豪和对外宣传的亮点。多年来，绛县在晋文化的挖掘开发方面进行了诸多有益尝试，先后组织力量收集出版了《晋文公》《晋文公传说》《晋国故绛》等专著，建成晋文公展馆，极大地提高了晋文化宣传力。

但是，目前绛县晋文化的保护利用局限于“小打小闹”，没有实质性、突破性、前瞻性进展，缺乏文化呈现的具象载体，文化服务经济社会发展发展的软实力未能充分发挥。横向比较，同属春秋绛地的兄弟县市已捷足先登，纷纷打造出晋国博物馆、晋国古都博物馆，亮出“晋之源”等文化名片。

绛县也应当迎头赶上，传承、发展、保护绛县当地的晋文化符号，让晋文化真正“活”起来，成为故绛高质量发展的源头活水。

坚定文化自信，突出思想内涵，彰显价值观念。习近平总书记强调：“文化自信，是更基础、更广泛、更

深厚的自信，是更基本、更深远、更持久的力量。”晋文化属于我国优秀传统文化的重要组成部分，其所包含的仁义礼智信、和合精神、晋商精神、改革创新精神、“外举不避仇，内举不避亲”的选贤任能品格，铸就了故绛儿女坚定文化自信的强大底气，应充分挖掘晋文化的当代价值，坚定地故绛晋文化所赋予的优秀时代价值作为“四宜绛县”建设的强大精神动力。

加强顶层设计，深挖文化内涵，推动文旅互促。晋文化的文化内涵渗透散落在绛县的角角落落、方方面面，需要政府以全域旅游为底色、文旅融合为路径，在全县打造“晋国故都”，并且邀请专业团队进行整体规划、设立专项扶持资金，深入挖掘收集绛县境内的晋文化元素，让扎实的晋文资料研究成果，成为晋国故绛的有力证明，让文旅融合丰硕成果惠及百姓、拉动区域经济增长。

推动全民普及，创新传播形式，实现联动发展。要让晋文化从博物馆走出来，从古籍的字里行间走出来。首先，要加大晋文化的全民普及教育力度，以县政协新近出版的书籍

《故绛晋韵》为基础普及材料，定期开展晋文化讲堂，推进晋文化进校园、进社区、进企业、进农村、进机关。其次，要打造晋文化的多种表现形态。在县城，以“晋国故都”为主题，全面注入晋文化符号，建设晋国博物馆、图书馆和晋文化公园、小游园，打造晋文化地标、主题餐厅、主题会展等；在农村，结合乡村振兴工作，将与晋文化有关的20多个村子，设立为“晋国文化村”，每个村根据其所携带文化基因的差异性和特殊性，融入当地乡土民俗，建村史馆，设立春秋晋文化驿站，修民宿，发展乡村旅游。再次，在传承晋文化的同时，赋予其新的时代内涵和现代表达形式，用现代大型实景沉浸式演出的方式，将晋国故绛千古情搬上舞台，丰富文旅产品，刺激夜经济发展，不啻是一种“资源”变为“财源”、扩大对外影响力的有效举措。最后，还可以通过每年开展大型文化节庆活动，为当地一二三产的联动发展注入活力；通过校企合作，研发、设计、生产、销售晋文化创意产品，作为旅游产品和故绛礼品。

(作者单位：绛县文化和旅游局)

加快推进盐湖水泵专业镇平台建设

关键

学习笔谈