

连线评论员

绣出城市的品质品牌

——“网红城市”的治理思考(上)

对话人：
邹翔 本报评论员
张兆友 大众日报评论员
张文博 甘肃日报评论员

邹翔：近段时间，甘肃天水很火，山东淄博的热度也不低。刚刚过去的“五一”假期，两地旅游市场火热。有意思的是，两地的走红都跟美食紧密相关。淄博烧烤和天水麻辣烫有哪些“独树一帜”的特色，能够吸引游客纷至沓来？以美食圈粉的过程，又是如何融入文化元素的？

张兆友：小饼、烤炉加蘸料的三件套，食客可以享受自己动手在小炉上复烤的乐趣，这是淄博烧烤的不同之处。来自天南海北的朋友聚在一起，边吃边聊，本身就构成了热腾腾的烟火气。作为齐文化发源地，淄博历史悠久，截至2023年底有A级旅游景区81个，旅游资源丰富。感受烧烤的美味，体会齐风韶韵的魅力，历史积淀与多彩现实交织相融，赋予了淄博这座城市独特的生命力。

张文博：一碗天水麻辣烫里，丰富的“甘味”食材、裹上酱汁的手擀粉，配上色泽红亮的香辣汁，那鲜香麻辣的滋味，隔着屏幕吸引了万千网友。“走椒出武都，秦椒出天水”，《齐民要术》中记载的这些西北农业特产，至今仍是西北人家的餐饮日常。游客在体验美食文化的过程中，能真切感受到天水人对手工艺的传承、对土地的眷恋，以

近年来，黑龙江哈尔滨、山东淄博、云南大理、甘肃天水等城市在网络上走红，成为人们津津乐道的“网红城市”。这些城市不仅吸引了“流量”，更提升了自身形象、拓展了发展空间。如何借助互联网打造城市品牌？如何借旅游热度提升城市品质？本版今起推出系列评论，共同探讨“网红城市”带来的发展启示。

——编者

及流淌在血液里的勤劳朴实、坚守乐观。这样的“热辣滚烫”怎能不让人流连忘返。

邹翔：城市的走红，社交媒体尤其是短视频发挥了重要作用。“酒香也怕巷子深”，目前越来越多地方注重在各类平台上推广文旅亮点，但能够出圈的还是少数。在打造品牌、提升热度方面，两地有哪些经验？

张兆友：回顾淄博烧烤走红的过程，政府与公众的积极互动发挥了关键作用。面对新闻热搜、博主打卡，当地政府抢抓时机，专门召开新闻发布会向社会介绍“淄博烧烤”美食品牌，同时优化服务、提升体验，通过社交媒体的口碑传播持续推升热度、形成文化现象。由此来看，城市宣传推广更需要齐众心、汇众力、聚众智，借助社交媒体的流量，推动各类传播同频共振、线上线下同向发力。

张文博：在公众看来，麻辣烫好像与地处西北的天水关系不大，打破这种印象偏差能形成一种文化上的“张力”。以这个“偏差”为切入点，透过美食漫话美景，借助味道畅聊古道，讲述天水这个丝绸之路商

埠重镇的美食渊薮、文化故事，激发好奇心，满足求知欲，持续推高了天水的网络人气。同时，甘肃省内许多其他城市也拿出“压箱底的宝贝”给天水添彩，形成了城市品牌传播的合力。

邹翔：城市的品质品牌，不是一朝一夕就能打造出来的。从更长的时间维度看，怎样让“流量”变“留量”、推动“走红”变“长红”仍是各个城市需要不断探索的问题。

张文博：不论是接稳“流量”，还是将短期流量转化为长期的“留量”，都需要操指成拳、合力致远。立足一道菜，让麻辣烫品牌化，打造区域产品的独特IP，有助于拉长产业链；跳出一座城，扶持甘肃各地打造更多新的文旅IP，让文旅发展的动能更强劲；下好一盘棋，扎实优化营商环境，全力做好服务保障，让大家“来了不想走、走了还想来”，将为甘肃文旅产业注入源源不断的生机活力。

张兆友：习近平总书记强调：“既要善于运用现代科技手段实现智能化，又要通过绣花般的细心、耐心、巧心提高精细化水

平，绣出城市的品质品牌。”城市提升口碑，传播是“加分项”，服务才是“基础分”。立足本地特色，不断提高城市治理的精细化水平，才能不断吸引客留人。借助烧烤成功吸引年轻人关注之后，淄博升级“人才金政50条”，并着力构建青年创新创业孵化体系。从吸引游客注意到通过营造良好的就业创业环境招揽人才，短期网络关注才有可能变为长期发展机遇。

邹翔：城市治理是国家治理体系和治理能力现代化的重要内容。城市发展需要依靠改革、科技、文化“三轮驱动”。淄博与天水都是具有悠久历史文化的老工业城市。这次“美食热”，对于增强城市可持续发展能力，有何启示？

张文博：天水之“重”不仅体现在“羲皇故里”、麦积山石窟等珍贵的历史文化遗产上，也体现在厚重的工业发展史上。坚持文旅赋能、工业强市，以相对轻资产的文旅项目提升城市的吸引力、竞争力和承载力，不断吸引更多投资，进而带动传统工业转型“蝶变”，彰显了协调“重”与“轻”、“四两拨千斤”的智慧。

张兆友：让古城焕新彩，离不开守正的底气，更少不了创新的魄力。淄博近年来坚持绿色低碳高质量发展，涌现出一批专精特新“小巨人”企业，城市转型升级已初见成效。把握“老”与“新”，既注重传统遗产的发掘弘扬，又致力于从“新”出发、向“新”而行，城市发展的底气将越来越足、动能也会越来越强。

一个产业的发展壮大，正是内部与外部条件、主观和客观因素共同作用的结果

缝合五颜六色的布片，将机器对准充棉口，“嘭——”，一个可爱的小熊就大致成型了。每天，有3万多件这样的毛绒玩具，在陕西省安康市恒口示范区恒安玩具工厂“出生”。

活力满满的生产场景，正是安康毛绒玩具产业发展的写照。2018年1月23日，第一只“安康制造”的毛绒玩具下线；仅5年多时间，这里聚集起800多家相关企业，吸纳就业近2万人，实现年产值超过61亿元，成为中国毛绒玩具产业四大基地之一。小玩具为啥能在西部山区形成产业大集群？

产业的匹配度，取决于各地实际。地处秦巴山区的安康，与毛绒玩具产业契合。在避险搬迁、生态搬迁、扶贫搬迁中，这里有近百万群众从山区搬进社区；毛绒玩具产业可以吸纳大量劳动力，让群众搬得出、稳得住、能致富。同时，安康是南水北调中线工程的重要水源涵养区，而毛绒玩具产业符合环境要求。立足实际，供需匹配，毛绒玩具产业自然就成了安康的“富民产业”“生态产业”。

把小玩具做成大产业，要在产业链上发力。清洗、切片、熔融、纺丝、绕卷、干燥……在陕西恒通纤维环保科技有限公司，废弃透明饮料瓶“变身”PP棉，洁白柔软如同棉絮。过去，这种毛绒玩具填充材料，一直无法在安康实现自主生产；2021年3月，恒通纤维建成投产，产业链在安康延长一环，原辅料运输成本下降5%，产业集群的效益随之提高。往上看，有填充棉、面料、纽扣、饰品；往下看，有潮玩、文旅、IP开发。毛绒玩具带动发展，背后是延伸产业链、畅通供应链、构建价值链的探索。“链式”思维贯穿发展过程，集聚行业资源、培育产业集群，无疑是一条重要经验。

产业往高处走、远处行，必须依靠持之以恒的创新。利用当地盛产的桑蚕、毛竹，研发毛绒玩具新材料、新品种；“搭车”文创产品，与知名博物馆、景区联合进行特色IP开发；推出工业旅游线路，毛绒玩具广场、主题酒店、主题街区让游客乐而忘返……毛绒玩具，在安康有了更多“新玩法”。关注行业趋势、加大研发投入，才能不断提高创新能力，在激烈的市场竞争中脱颖而出。

短短数年，从零起步的安康发展成为全国第四大毛绒玩具生产基地。“看得见的手”和“看不见的手”同向发力，十分关键。2017年10月，苏陕扶贫协作常州驻安康工作组经过调研论证，提交了一份报告，建议安康抢抓毛绒玩具产业转移机遇，打造创意玩具之都。安康毛绒玩具产业由此萌芽。从设立1亿元毛绒玩具文创产业发展扶持资金到举办创意设计大赛，从打造毛绒玩具文创产业创新基地到建设“无水港”、搭乘“安西欧”中欧班列降低物流成本……产业转移的外部需求、就业富民的内部需求、产业发展的客观条件，与当地果敢决策、整体部署、大力推进的主观努力，形成了有机统一。一个产业的发展壮大，正是内部与外部条件、主观和客观因素共同作用的结果。

经历“无中生有”的构建期，进入“有中生化”的成长期；走过承接产业转移的试水区，进入产业重构的深水期；打破传统产业发展的老路子，塑造创新驱动发展的新格局，引企业、聚产业、促就业的创新之路没有尽头。立足资源禀赋、抓住市场机遇，“看准了就抓紧干”，定能找到适合自身发展的路子，让产业活一方经济、富一方百姓。

(作者为本报陕西分社记者)

小玩具如何形成产业大集群

当好中国式现代化建设的坚定行动派、实干家⑥

张铁

中国道路中国梦·与时代一起奔跑

技艺流传 文化流芳

陈俐

如何让一门偏冷的传统艺术课出圈？今年春季学期，我把主讲的《赣剧艺术鉴赏》课程做了一点调整：把讲台变舞台，自己登台演，也邀请同学们上台体验。没想到引起热烈反响，学生拍摄上传的视频片段还在网络走红，全网浏览量近2亿次。

“深夜三更半，村村有戏看；鸡叫天明亮，还有锣鼓响。”几句俚语，形象地展现了从前赣剧受群众欢迎的程度。赣剧发源于弋阳腔，起源于赣东北地区，融合了高腔、乱弹、昆腔等，属多声腔传统戏曲剧种，风格雅致。于2011年被列入国家级非物质文化遗产名录。最繁荣的时候，全国有10个赣剧团。但近些年赣剧面临着传播受限、后继无人的局面。

赣剧虽是地方剧种，却有着超越地域的文化魅力。我12岁学戏，22岁凭《盗草》《书馆夜读》《夜逃战马》三出戏摘得中国戏剧表演艺术最高奖——梅花奖。2009年，我应邀参加德国的“古老音乐节”和法国的“第四届巴黎中国戏剧节”，第一次把赣剧带到欧洲。让赣剧登上更广阔的舞台，我感到非常自豪。赣剧的传播推广，不只在舞台剧场。2010年，我正式成为一名大学老师。从舞台到讲台，从演员到教员，身份的转变促使我更深入地思考，如何让赣剧更好传承下去、传播开来。

传统艺术传承需要新鲜血液，也需要年轻观众。这些年，我们立足于学校推广

传播赣剧，还尝试走向大学以外的广阔天地。2012年，我们推动“赣剧进中小学”活动，在江西南昌10所小学进行试点，并在2014年举办“赣剧新苗大奖赛”，尝试挖掘后备人才。除此之外，我们还承接“高雅文化进校园”项目，每年将赣剧带进10至20所省内校外学校。孩子们看着我们化装，伸手就能摸到戏服，赣剧变得更加真实可触。

时代在变，受众在变。如何把赣剧传播到更多年轻人的心坎上？抛弃讲书本的传统模式，从去年开始我尝试录制带剧目赏析和演出示范的视频课程。今年春天，又开设线下课程，每堂课介绍一出经典剧目。为了上好这门课，老师们为试演同学化装，并配合现场演出，大家的兴致都很高。这让传统戏曲可亲、可感、可体验，带动提升了课堂的“抬头率”，成就了一门叫好又叫座的课程。这说明，不断创新呈现形式、善用新媒体新技术，既能增加课堂吸引力，也能为传统文化传播添彩。

技艺流传，不能只有流量。如今，越来越多的非遗传统文化重回人们视野。从根本来讲，这源于对中华优秀传统文化的自信和热爱。作为一名教师，我希望以此为契，带动更多人关注、了解赣剧，成为中华优秀传统文化的传承者、弘扬者。

(作者为国家一级演员，南昌大学教授、赣剧文化艺术中心主任，本报记者王丹采访整理)



近年来，重庆市开州区加大交通路网建设力度，提升了山区交通运输效率。图为交通日益便利的开州区石龙村。 王晓宇摄(影像中国)

作为农村群众出行、农产品出村进城、消费品下乡进村的重要渠道，农村交通运输体系对满足农村群众生产生活需要、释放农村消费潜力、推进乡村全面振兴具有重要意义。近年来，我国加快推进农村客货邮融合发展，超1100个县级行政区开展了农村客货邮融合业务。

这正是：
客货邮相融，
资源共利用。
运行效率增，
乡村活力涌。

郑知文

纵横

让“无痕旅游”成为风尚

土土织

刚刚过去的“五一”假期，“无痕旅游”再次引发关注。所谓“无痕旅游”，不是指完全没有痕迹，而是通过游客的努力，尽量避免对自然生态造成不良影响。人过无痕，是文明的力量。要想做到不留痕迹，就得约束自身行为，不随意丢弃垃圾，尽可能地保持景区原貌，不随意触摸文物古迹，等等。

“无痕旅游”，关键是游客要认同这一理念，并且身体力行。如果游客随意丢弃垃圾，保洁人员很难让景区一直保持卫生，势必影响后来者的旅游体验。不过，这件事说起来不难，做起来不易。比如，有人认为，我来旅游就是来放松的，为什么要给自己那么多约束？还有人认为，景区卫生自有保洁人员负责，跟我有什么关系？其实，随身带一个袋子及时收纳垃圾，“无痕旅游”并不会给自身增添多少麻烦，养成习惯，也就成了自然。

近年来，在社会各界的共同努力下，文明出游的理念越来越深入人心。2022年，文化和旅游部等14部门印发的《关于推动露营旅游休闲健康有序发展的指导意见》明确提出，积极倡导“无痕露营”出游方式。一些地方也陆续出台文件，倡导“无痕旅游”，并探索出一系列易操作、可复制的经验和做法。2023年，举世瞩目的杭州亚运会举办。开幕式结束后，可容纳8万人的“大莲花”迅速恢复干净整洁，垃圾被观众随身带走，“无痕亚运”给人深刻印象。在西湖景区，也时常能看到中小学生在“无痕登山”“无痕游湖”，用绿色方式享受大自然。

游人的文明行为也是优美风景的一部分，推广“无痕旅游”就是倡导文明。对相关部门来说，要大力宣传推广“无痕旅游”的好经验、好做法。对个人而言，付出一点努力、养成良好习惯，就能让环境更美丽、让社会更文明。所以，不妨从现在开始，践行“无痕旅游”，让自己也成为风景的一部分。

(摘编自《浙江日报》，原题为《“无痕旅游”是酷炫旅游风》)

本版邮箱：rmbpl@163.com (来稿请注明栏目名)
本版责编：刘天亮 周珊珊 李铁林

人民时评

带观众更好读懂自然

喻思南

在国家自然博物馆认识群推动物演进历史，来中国地质博物馆领略岩石矿物的精美奇特，到浙江自然博物院了解珍稀野生植物保护成效……走进自然科学类博物馆，孩子们便开启了触摸生态万象、感受宇宙神奇的科普之旅。

自然科学类博物馆承担着引导观众走近自然、了解自然、亲近自然的功能，既是公众体验生态文明的重要场所，也是进行科学普及的重要平台。自然科学类博物馆从人们十分关注的天文、地质、生命演化等现象入手，将科学知识娓娓道来，有助于拉近公众与科学的距离，在激发青少年好奇心、提升公民科学素质等方面发挥着重要作用。新时代以来，我国自然科学类博物

馆事业进入快速发展期，馆舍基础条件有了很大改善。当前，人们的科普需求日益增长，层次更加丰富。进一步推动科普事业发展，需要从增加展陈吸引力、提升科普覆盖面以及提高观展趣味性等方面着手，不断完善自然科学类博物馆体系。

相比人文历史类博物馆，自然科学类博物馆展陈内容相对单一，存在同质化现象。让自然科学类博物馆更加吸引大众，除了努力扩大藏品数量、提升收藏质量，还可以尝试与人文历史类博物馆跨界办展，实现资源互补与共享。比如，浙江自然博物院与河南博物院合作，遴选有动物元素的文物藏品，打造“文物动物园”，以自然视角解读人文，提升了展出的吸引力。此

外，还有一些自然科学类博物馆一定程度上存在重展览、轻科研的情况。应强化科学研究，进一步挖掘藏品背后的科学内涵，更好吸引和留住观众。

广义上看，植物园、动物园、水族馆乃至自然保护区都属于自然科学类博物馆。发挥它们的科普服务功能，有助于拓展科普的广度和深度。近年来，一些建在大型商业体、旅游度假区的民营博物馆，由于贴近群众而受到越来越多人的欢迎。比如，凭借全国唯一的梅杜莎角龙化石以及较为丰富的展览活动，搬进商场的广州正佳自然科学博物馆，吸引了更多人走进自然科学。通过政策引导、人才资源支持等方式，补上民营博物馆在展陈内容科学性不足等

方面的短板，进一步发挥各种自然科学类博物馆优势，将形成共促公民素质提高的合力。

新奇有趣的观展体验，往往能增进科普的成效。在云南，澄江化石地自然博物馆利用虚拟现实、体感互动等前沿技术，打造出一条展示寒武纪生态系统的“海底隧道”，让人们沉浸式感受生命演化的奥秘；在湖北，武汉自然博物馆“梦幻长江”厅，观众可乘坐无轨游览车，借助数字技术欣赏长江流域自然风光与人文景观。推动数字化技术在自然科学类博物馆中的应用，既可以营造参与感、增强互动性，也能推动博物馆科普教育资源广泛传播，从而惠及更多群众。应积极开展多样活动，并总结好经验，推广好做法，让自然博物馆更具趣味性、互动性。

前不久，由权威机构指导发布的“中博热搜榜”中，自贡恐龙博物馆冲上“热搜”，展现了独特展陈和生动科普对观众的吸引力。科技创新、科学普及是实现创新发展的两翼。多措并举发挥自然科学类博物馆科普潜能，将为推动生态文明建设和科技强国建设注入更多力量，在厚植创新精神、夯实创新地基上发挥更加重要的作用。