

城市锐评

读懂“丁真现象”背后的偶然和必然

■ 网络时代虽然流量为王，但要想获得较高的网络关注度、打好流量牌并不容易。只有保持高度的网络敏感，善于捕捉发掘网络信息，创新工作方法，实现官方与民众流量资源的共享、共振，才能走出一条坦途。

■ 李英锋

黝黑的皮肤，腼腆的微笑，清澈的眼眸、藏族的服饰……被网友形容为“野性与纯真并存”的“甜野男孩”丁真近来火出天际，迅速成为“顶流”。一同火起来的还有丁真的家乡四川省理塘县乃至甘孜藏族自治州，当地旅游热度迅速升温，酒店、机票订单快速增长。与此同时，新疆维吾尔自治区伊犁哈萨克自治州昭苏县副县长贺娇龙身披红斗篷策马雪原的飒

爽英姿也引来无数网友关注和羡慕。很多人表示，很想到昭苏去看看，骑骑马。显然，贺娇龙拍摄的旅游推介视频收获了理想的宣传效果，成功地把流量引到了昭苏。

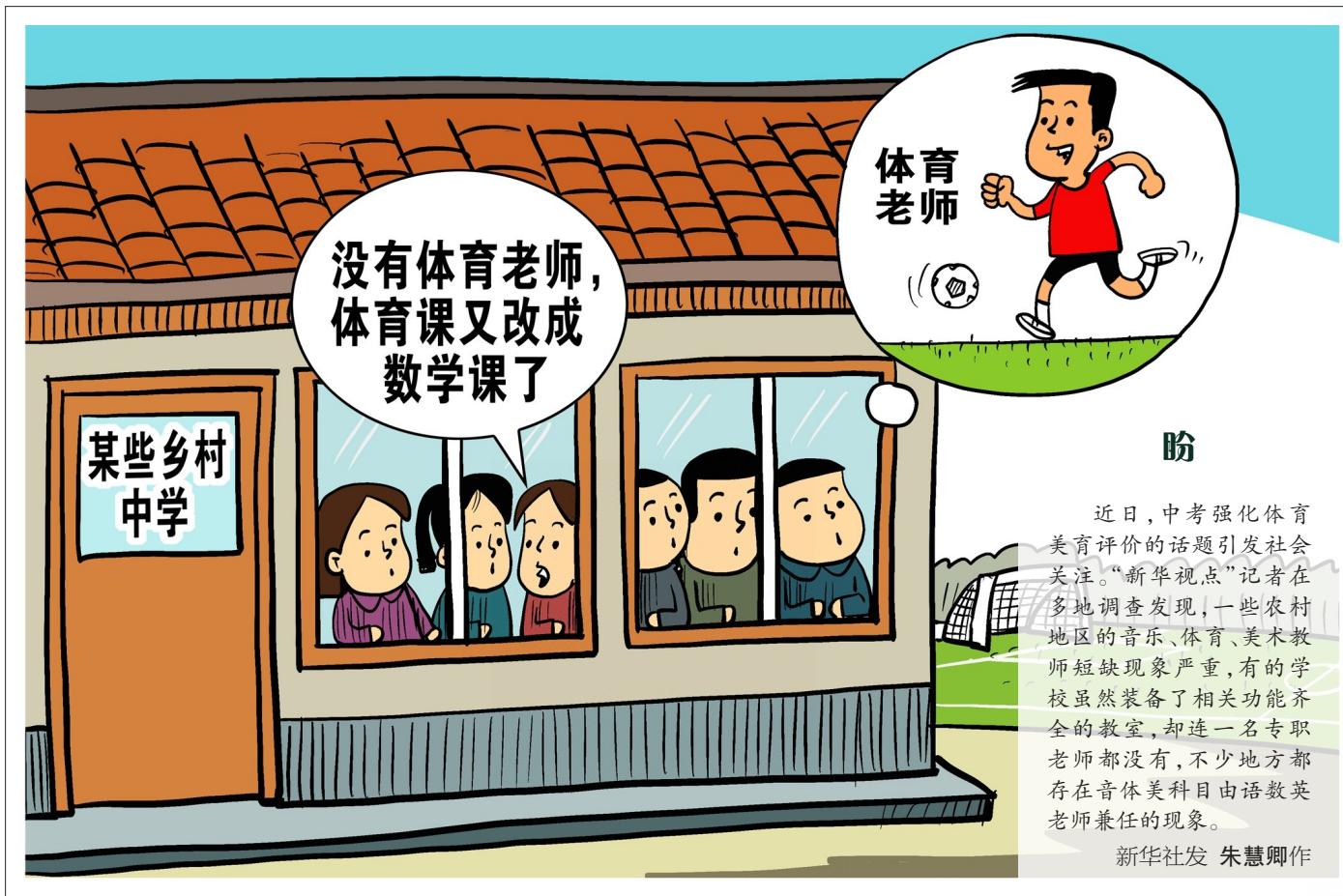
两位新晋网红的“起红”时间、原因、背景、主题等都具有相似性、重合性，贺娇龙甚至是受到了丁真走红的启发才拍摄的宣传视频，我们不妨把二人的爆红统一称为“丁真现象”。在“丁真现象”中，丁真、贺娇龙的走红看似偶然，其实也有一定的必然性。地方政府乃至更高层级的官方机构、媒体都为丁真的走红做了大量的铺垫和渲染，在丁真走红之前，理塘县就一直在苦心寻找形象大使、打造旅游名片，并举办了赛马大会、康巴汉子选秀等活动；丁真在网络上爆红之后，四川省各级政府部门、官方媒体便开始积极布局，打出一套组合拳，让丁真保留了“纯真”“质朴”的

形象，与当地的旅游环境相契合，为丁真担任家乡旅游形象大使、服务于本地文化旅游宣传创造了条件，理顺了关系，畅通了路径。家乡的“打call”，为丁真的走红再添一把火、再注新动能。同样，贺娇龙的走红也是这个道理。可以说，丁真、贺娇龙与他们各自的家乡相互成全。近年来，很多地方政府在脱贫攻坚、发展经济、宣传推介本地旅游资源、农副产品的过程中，都在努力摆脱刻板思维，紧跟时代发展的节奏，开放拥抱互联网，追求流量效应，体现了治理能力的提升，这种新理念和新举措值得鼓励。

理塘和昭苏的火或许难以被全面复制，却可以给各地带来一些有益的启示。网络时代虽然流量为王，但要想获得较高的网络关注度、打好流量牌不容易。只有保持高度的网络敏感，善于捕捉发掘网络信息，创新工作方法，实现官方与

民众流量资源的共享、共振，才能走出一条坦途。地方政府部门要因地制宜、抓住特色、精准宣传，也要把握好原则，恪守诚信底线、法律底线，坚持求真务实的工作作风。

当然，理塘、昭苏等地要想保持住热度，要想获得长远的获客能力和发展前景，不能光靠丁真、贺娇龙们的网红效应一时带动，还必须练好内功，提升自身的竞争力和吸引力。实际上，一些地方的景点都曾因与网红合作而红极一时，短期流量暴涨，但后来因服务存在短板、规划不科学、缺乏核心竞争力等原因而泯然众“景”。这些教训都值得汲取，网红地必须补齐交通、食宿、厕所等服务设施的短板，并结合网红效应规划开发好旅游资源，包装好农副产品，不断提升旅游服务质量，才能让流量可持续、让热度不减、让发展的偶然成为必然。



微言微语

景区烤肠15元/根、矿泉水5元/瓶，贵吗

背景：

近期，景区物价事件频频引发热议。先是浙江省舟山市普陀山景区一顿饭花费1900元备受舆论关注，之后黑龙江省牡丹江市雪乡景区一根烤肠卖15元遭游客吐槽价格过高，随后山东省泰安市泰山景区5元一瓶的矿泉水也上了热搜。面对争议，不少网友提出疑问：“景区物价就该比市价高吗？”“景区物价怎么定才合理？”

①暴风雪天：一些特殊景区，物流成本

高，商品售价高，情有可原；某些物流发达的景区为了牟取暴利，打着明码标价幌子哄抬物价，一个包子卖30元、一碗泡面卖50元，实属宰客欺负消费者。

②小宋：对于明码标价的景区商品要另当别论，市场经济一个愿打一个愿挨，游客觉得贵可以选择不买。但还有种情况，景区面积较大，离城比较远，游客游览时间长，也就是说必须在景区消费才能维持身体正常需要，明码标价也不能掩盖其商品价格过高的不合理实质。

③流烟非雨：旅游不属于普通日常的

消费，景区商品的物价可以高，但是应该在合理的范围内。物价部门应该对明显超出成本价很多倍的商品进行核定。如果景区想有长久的生命力，合理的物价水平是很重要的，不要因小失大，竭泽而渔。

④江德斌：在消费升级的时代大趋势下，游客不再只是走马观花，对体验感非常看重。“杀鸡取卵”式景区经营行为令人厌恶，将被快速抛弃；而那些人性化、品质化、性价比高的景区，将脱颖而出，更容易受到游客的青睐，也将实现更长久的发展。

察言观社

-4℃仍给街道洒水 暴露城市管理粗放

■ 赵强

近日，一则山东省枣庄市洒水车在零下4℃的天气中仍作业的新闻引发关注。洒水车过后，水在道路上结冰，给出行群众带来不便，有市民连人带电动车摔倒。在引起舆论关注之后，当地回应称，目前已经要求洒水部门停止洒水，今后低于零下2℃停止洒水。

虽然当地主管部门已经致歉并提出了改进措施，但此事暴露出城市在公共管理服务上的粗放、机械、背离科学常识的形式主义作风，值得深思。

零下4℃，环卫工人依然执着地洒水，看似很敬业，其实是给城市的出行添堵。这样的天气，道路洒水必然结冰。这样的常识相关工作人员何以不清楚？管理者何以不知情？笔者了解到，枣庄市在《道路扬尘污染防治实施方案》中规定，从今年11月到明年1月，对重点路段，早、中、晚及夜间洒水不少于3次/天；重点路口早、中、晚及夜间洒水不少于6次/天。由于规定并没有说明冬天低温路滑的问题，相关工作人员便机械地执行，从而导致了荒唐事件的发生。

然而，此类事件已经不是第一次上演了。零下4℃近乎增冰式地洒水，同暴雨天洒水浇树、大风天扫街等闹剧有异曲同工之处。那就是在实际工作中，只是机械地按照原有的规定或者方案执行工作，而不考虑特殊情况下的处置预案。是制定规定的主管部门“目光狭窄”？还是执行规定的工作人员教条？或许都脱不开责任。

建设更聪明更智慧、更美丽、更宜居、更环保的城市，需要各级城市管理者更聪明更智慧的管理，尤其离不开更精细化的管理。环卫工作作为百姓看得见、摸得着的基本民生，同人们出行、生活的舒适有密切、直接的关系。只有以“绣花”功夫、扎实的作风去工作，才能让老百姓享有更多的获得感、幸福感、安全感。这就要求各级城市管理者一切工作坚持“以人民为中心”，力戒形式主义、官僚主义，俯下身子、放下架子，尊重民意，讲究科学，在抓实抓好上下功夫。同时，不盲目地执行规定，杜绝唯上不唯实、重形式轻实效，敷衍应付、作风飘浮浮夸的工作作风，把好事办好、好事办实。