

透视文旅持续“沸腾”：“流量”如何变“留量”？

新华社南京1月28日电（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“想在洛阳看飞鱼服帅哥”，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旎指出，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；实力运营或许是“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。”

2023年12月全国共查处违反中央八项规定精神问题15966起

新华社北京1月28日电（记者孙少龙）中央纪委国家监委网站28日公布全国查处违反中央八项规定精神问题情况月报数据。通报显示，2023年12月，全国共查处违反中央八项规定精神问题15966起，批评教育和处理22696人（包括96名地厅级干部、1318名县处级干部），给予党纪政务处分16729人。

根据通报，2023年12月全国共查处形式主义、官僚主义问题6492起，批评教育和处理10043人。其中，查处“在履职尽责、服务经济社会发展和生态环境保护方面不担当、不作为、乱作为、假作为，严重影响高质量发展”方面问题最多，查处5676起，批评教育和处理8894人。

根据通报，2023年12月全国共查处享乐主义、奢靡之风问题9474起，批评教育和处理12653人。其中，查处违规收送名贵特产和礼品礼金问题4021起，违规发放津补贴或福利问题1424起，违规吃喝问题2317起。

数据显示，2023年，全国共查处违反中央八项规定精神问题107547起，批评教育和处理153662人，其中党纪政务处分108695人。从查处级别看，2023年，全国共查处省部级领导干部违反中央八项规定精神问题10起、地厅级领导干部问题649起，查处县处级领导干部问题7899起，查处乡科级及以下干部问题98989起。

证监会全面暂停限售股融券出借

新华社北京1月28日电（记者刘羽佳 姚均芳）记者28日从中国证监会获悉，为贯彻以投资者为本的监管理念，加强对限售股出借的监管，证监会经充分论证评估，进一步优化融券机制。具体包括：一是全面暂停限售股出借；二是将转融券市场化约定申报由实时可用调整为次日可用，对融券效率进行限制。

因涉及系统调整等因素，第一

项措施自1月29日起实施，第二项措施自3月18日起实施。

同日，上交所和深交所分别发布《关于暂停战略投资者在承诺的持有期限内出借获配股票的通知》。通知指出，为进一步优化融券制度，经中国证监会批准，上交所、深交所决定暂停战略投资者在承诺的持有期限内出借获配股票。通知实施前尚未了结的出借合约到期不得展期。通知自2024年1月29日起施行。

中国和泰国签署互免持普通护照人员签证协定

新华社北京1月28日电 据外交部“领事直通车”微信公众号消息，1月28日，中华人民共和国政府和泰王国政府代表在泰国曼谷签署《中华人民共和国政府与泰王国政府关于互免持普通护照人员签证协定》。协定将于2024年3月1日正式生效。届时，中方持公务普通

护照、普通护照人员和泰方持普通护照人员，可免签入境对方国家单次停留不超过30日（每180日累计停留不超过90日）。入境对方国家从事工作、学习、新闻报道、定居等须事先批准的活动以及拟在对方国家停留超过30日的，须在入境对方国家前办妥相应签证。

我国明确下阶段全面消除麻风危害目标

据新华社北京1月28日电（记者 顾天成）记者28日从国家疾控局获悉，近日，国家疾控局等12部门联合印发《全面消除麻风危害可持续发展规划（2024-2030年）》，明确到2030年，实现全国麻风患病率大于1/10万的县（市、区）数为0，麻风患者完成治疗时新发生2级畸残比为0，促进消灭麻风的目标早日在中国实现。

麻风是一种严重危害人类健康的慢性传染病，如不能早期发现和及时治疗，可导致局部皮肤损害，严重者甚至出现失明、面部畸形和手足残疾等。

一组数据显示，截至2020年底，全国麻风患者数量明显减少，实现较2010年底下降50%以上、全国98%以上的县（市、区）麻风患病率控制在1/10万以下的规划目标。

湖南2人因破坏湿地被判刑并支付生态修复费用14万余元

新华社长沙1月28日电（记者周楠）近日，湖南省岳阳市华容县人民法院对被告人侯某、肖某破坏自然保护地一案公开开庭进行审理。该院以破坏自然保护地罪分别判处被告人侯某、肖某有期徒刑八个月，缓刑一年六个月，并处罚金20000元。

公诉机关指控，2022年10月，

被告人侯某、肖某在明知东洞庭湖国家级自然保护区内禁止开垦种植的情况下，在该保护区内种植冬小麦322.5亩，至2023年5月小麦成熟收割时被查获。华容县人民法院有关负责人介绍，目前，侯某、肖某认罪认罚，且达成民事公益诉讼调解协议，以分期赔偿的方式支付生态修复费用14万余元。

“雪龙2”号在新西兰举行开放日活动



1月28日，在新西兰克赖斯特彻奇市利特尔顿港，人们在公众开放日活动期间参观“雪龙2”号。正在执行中国第40次南极考察任务的“雪龙2”号28日在新西兰克赖斯特彻奇市利特尔顿港举行公众开放日活动。活动当天，当地政界、民众约400人登船参观了“雪龙2”号。 新华社记者 卢怀谦 摄

浙江仙居：免费送员工返乡过年

1月28日，在浙江省台州市仙居县，一家企业的甘肃籍员工在返乡过年专车上展示福字和慰问品。

春节临近，浙江省仙居县人力社保局联合企业组织专车“点对点”免费送员工返乡过年，并为返乡员工赠送慰问大礼包，让员工高高兴兴回家过年。

新华社 发（王华斌 摄）



双向发力展作为 开拓进取谋新篇

◀上紧接第1版 围绕科技创新、营商环境、数字海洋等关键领域，向省政协“提升沿海产业发展竞争力”课题组深度建言……

一条条“金点子”迸发而出，为发展把脉问诊。

聚焦海岛共富出招出力。围绕“城乡环境综合整治”系统发力开展“六个一”专项行动，打通调研、议政、监督通道，汇集金点子600余条，有效助力迎亚运“三大提升行动”；围绕美丽乡村建设，从乡村产业发展、基础设施建设等方面入手，走访调研79个村，查找难点堵点问题，推进新时代“千万工程”。

心怀大局 回应“民生之问”

民生无小事，枝叶总关情。

过去的一年，市政协始终牢记人民政协的初心使命，紧盯“小岛你好”海岛共富行动，做深做实系列民生履职工作，协助党委政府增进民生福祉。

制定出台委员联系服务界别群众制度机制，开展“委员进社区”等活动，推动委员知民情、听民意；开展乡镇（街道）政协联络员、履职小组负责人集中专项培训，指导做好民生议事堂“三位一体+”文章，

打通联系群众“最后一公里”；以“千岛共富委员行”主题活动为抓手，以微协商推动民生小事落地落细；构建“一岛一界别一特色”服务机制，推动更多优质资源下沉海岛一线，受惠群众近万人……

去年，市政协还邀请基层群众参加省政协“加强和改进高层建筑消防安全”“构建医养康养相结合的养老服务体系”民生协商论坛线上议政活动，来自海岛一线的声音得到了相关部门的重视采纳。

融合“协商之治”与“数字之治”叠加优势，市政协就推动强村富民产业发展、农村生活污水治理等问题畅通办理流程，切实提高协商为民的工作效率，推动“有事好商量”的制度化实践。

推动民生提案办好办实，市政协八届二次会议以来的246件民生类提案已全部办结，离岛医疗急救服务体系建设、新城CBD停车难等民生类提案办理成效良好，提升了群众获得感。

戮力同心 激发“奋进之力”

人心是最大的政治，团结是永恒的主题。

过去的一年，市政协牢牢把握

加强思想政治引领、广泛凝聚共识这一中心环节，多举措、宽领域推进大团结大联合，广泛凝聚人心、汇聚合力。

深化“书香政协·海风SONG谈”品牌建设，打造由线上读书群组、线下“海风讲堂”“海风沙龙”“海风书屋”等组成的读书矩阵，形成思想进步、能力提升、履职增效新局面。

重视发挥参加人民政协的各党派团体、各族各界人士作用，就“关注心理健康问题，助推健康舟山建设”等议题开展联动调研、联动监督。全年全市各党派团体共提出集体提案50件，反映社情民意信息226篇。

去年，全市6家委员会客厅以打造“一厅一品”为抓手，开展界别协商等履职活动53场，把工作触角延伸到海归人才、新生代民营企业等群体。71家线下工作室在服务群众中增团结、汇合力，帮助解决群众所需所盼。

如今，我市三大主流媒体都搭建了“千岛共富委员行”宣传平台，新开通“舟山政协”抖音号，实现全媒体矩阵融合发展。《人民政协报》等省级以上主流媒体刊发“助推‘世界一流强港’建设”“一起去舟山，看海上花园城市新蝶变”等重点报道115篇。

守正创新 涵养“协商之能”

工欲善其事，必先利其器。

过去的一年，市政协自觉对标习近平总书记提出的“懂政协、会协商、善议政，守纪律、讲规矩、重品行”要求，全面加强“两支队伍”建设，更好肩负起新时代赋予政协的职责使命。

围绕“四种能力”，举办委员素质提升培训班，就协商议政、监督视察、撰写提案等履职活动开展针对性学习；围绕“全市经济社会发展情况”“自贸区建设”“教育集团化改革”“‘菜篮子’优供保供”等议题举办政情通报会，为写好“委员作业”打实基础。

突出与部门联动，各专委会完善与党政部门对口联系制度，就双方共同关注的重要问题和重点工作加强协调配合、相互支持。通过联合选题、联合调研、联合协商，形成市县（区）政协协力共进的工作局面，有效提升了履职质效。

推进“五型机关”建设，完善机关全链条运行、专班化运作机制，提高服务保障水平。持续开展“马上就办、真抓实干”作风建设专项行动，全市政协系统呈现干事创业、团结和谐、清正廉洁的良好氛围。