

从淄博烧烤到榕江“村超”、“哈尔滨”冰雪，再到天水麻辣烫

“文旅热”如何才能热得久？

一个城市的历史遗迹、文化古迹、人文底蕴，是城市生命的一部分。甘肃天水凭借麻辣烫“出圈”，短短20多天实现旅游综合收入超20亿元。权威数据显示，去年国内游客出游总花费接近5万亿元。

近两年，地方文旅接续“出圈”，从淄博烧烤到贵州榕江“村超”，再到“哈尔滨”冰雪，一些地方呈现出文旅火爆的态势，更多城市管理者开始探索文旅大市场的新活力。



CFP供图

“网红”城市上新，文旅消费的潜力有多大

“开了26年店，像现在这样一天接待七八百位外地客人还是破天荒。”天水海英麻辣烫老板娘哈海英说，店门口从清晨6点排队排到晚上9点，麻辣烫的竹签每天要用成千上万根。

天水麻辣烫火了之后，各地游客涌向这座西北古城，品尝美食的同时，打卡麦积山石窟、探游伏羲庙、观赏千年古柏……

坐高铁进“淄”赶“烤”、榕江“村超”全网关注、“哈尔滨”现象火爆、天水麻辣烫走红……近两年，地方文旅接续“出圈”，一个个IP涌现，“网红”持续上新。透过这波热度，也可以明显感受到文旅对消费的撬动力量。数据显示，3月1日至

26日期间，天水市累计接待游客353.6万人次，实现旅游综合收入20.5亿元。

无独有偶，哈尔滨春节假期8天接待游客1009.3万人次，旅游总收入达164.2亿元；榕江“村超”去年获得数百万人次到访和数十亿元旅游收入；淄博2023年实现国内旅游收入约630亿元，同比增长68.42%。

据文化和旅游部测算，去年全国国内出游人次48.91亿，出游总花费4.91万亿元。今年春节长假，全国国内旅游出游4.74亿人次，总花费超过6300亿元。

今年的政府工作报告提出，积极培育文博旅游等新的消费增长点，大力发展战略性新兴产业。近期，一系列释放文化和

旅游消费潜力的利好政策举措出台。

甘肃省旅游发展研究院执行院长把多勋认为，大家的消费需求越来越多元化和个性化，关注点可能是某个著名场景、特色美食、极具烟火气的生活体验和多彩的文化展示，大城小县都有“出圈”的机会，文旅消费可挖掘的空间巨大。

“文化和旅游、诗和远方已经成为人民群众对美好生活向往的重要内容。”文化和旅游部部长孙业礼在今年两会“部长通道”上表示，文化和旅游产业链长、收益面广，涉及各行各业，文旅可以“加”百业，百业也可以“加”文旅，百业只要加上了文旅，既带来了人气，又开辟了财源，就会出现人财两旺的好势头。

底蕴、特色、实诚劲儿，一个都不少

文旅热的“流量”密码是什么？记者梳理最近一年的“出圈”之地发现，这些地方无一例外凸显出底蕴、特色和实诚劲儿三个关键词。

丝绸之路重镇天水，位于陕、甘、川三省交界处，是“羲里娲乡”，秦人在此放马、建都，蜀魏在此拉锯争雄，东西文明在此交汇，“中国四大石窟”之一的麦积山石窟坐落于此。

“冰城”哈尔滨，冰雪文化底蕴深厚，是冰雪运动爱好者的首选之地；索菲亚大教堂、哈尔滨火车站等建筑极具异域色彩；被联合国授予“音乐之城”称号。

齐风古韵、蒲翁故里、陶琉名城……

淄博同样拥有深厚扎实的人文基因，所辖临淄区是春秋战国时期齐国国都，灿烂的齐文化给淄博留下了厚重的历史文脉。

“多地走红的背后，是厚重的城市底蕴和丰富的历史文化资源，这也是延长‘流量’的重要支撑。”把多勋说。

从哈尔滨的雪花到上海的繁花，从泉州的簪花到三亚的浪花，从天水的麻辣烫到淄博的烧烤……无论东西南北，各地的“火热”都离不开具有高辨识度的本地特色。

油泼辣子的鲜香和手擀粉的爽滑成就了别具风味的天水麻辣烫，小饼烤肉加蘸料组成了淄博烧烤“灵魂三件套”，特色

美食成为解锁城市文化地图的一把钥匙。

现场观众拿着锅碗瓢盆助威呐喊，比赛奖品是本地香猪、香羊、小香鸡等特色农产品，村民身着民族服饰进行拉拉队表演……榕江“村超”以溢出屏幕的农趣农味和群众发自内心的热爱，打动了网友的心。

感人心者，莫过于诚。实诚劲儿也是多地火爆“出圈”的必杀技——热情、真诚和贴心服务一以贯之。

服务主打一个“实”。在天水，爱心车队暖心迎来送往，行李寄存点设置及时、考虑周到。哈尔滨及时关注游客留言投诉，接诉即办，道歉整改。淄博严明要求明码标价、诚信经营，向缺斤少两说不。

将短期“流量”现象转化为长期“留量”经济

“网红”之后，如何留住文旅热度，将短期“流量”现象转化为长期“留量”经济？这成为多地城市管理者的探索课题。

记者近日在淄博曾经的热门打卡地八大局市场采访发现，部分“网红”烧烤店已更换招牌，销售体现民俗文化亮点的产品。不久前，淄博举办首届萝卜糖球民俗文化节，精品百货、特色美食、变脸、打铁花等非遗表演，带来视觉与味觉双重享受。

随着“哈尔滨”爆火，冰雪大世界AR冰箱贴、索菲亚教堂蛋糕、大雪人甜品、“恋上哈尔滨”立体贺卡等各类文创产品一道“出圈”，不仅包含着地域特色、

奇思妙想，更有科技赋能、IP加持。

中国旅游研究院院长戴斌认为，想形成持续关注，要在城市形象塑造、旅游设施建设、特色文化推广等多维度发力，充分挖掘地域文化特色，因城施策，打造个性化的城市IP。“与其追逐表面上的浪花，不如把河床打得更坚实，打好自家特色牌，让城市IP的吸引力更细水长流。”

在陕西西安的沉浸式街区，游客“变装古入游长安”；在广西阳朔，依托喀斯特地貌打造的攀岩节让运动休闲融入山水观光；住进莫干山乡村民宿体验农趣、享受慢生活；走进三星堆博物馆看数字化技术助力古老文物“活”起来……当旅游产品和服务愈发丰富优质，文旅热就

不再局限于“眼球”经济。

千招万招，关键在于落实，接好接力棒。今年年初，全国各地的文旅部门纷纷通过社交媒体平台为自己的城市宣传推介，输出创意短视频、喊话明星为家乡“上分”。

戴斌认为，当“流量”来了，除了打造消费场景外，更要守护市场秩序，营造良好的市场环境，同时防止短期过度投入造成资源浪费。

互联网用户的需求是不断变化的，要持续跟踪、把握变化。黑龙江省文旅厅副厅长齐斌说，要进一步做好消费市场调研、消费热点跟踪和消费心理预测，将“流量”转为核心竞争力。

新华社记者文静

伊朗驻叙使馆遭袭三问

伊朗驻叙利亚大使馆领事部门建筑4月1日遭导弹袭击，已造成7人死亡。为何使馆目标遭袭？各方反应如何？

伤亡情况如何？

据伊通社2日发布的最新数字，此次袭击造成的死亡人数升至7人。据叙利亚军方发表的声明，当天17时许，以色列从其占领的戈兰高地方向对伊朗领事部门建筑发动导弹袭击，造成建筑严重损毁。

伊朗驻叙利亚大使馆新闻处一名工作人员说，袭击发生时，包括多名伊朗军事顾问在内的受邀人员正在楼里准备参加开斋宴。

为何袭击使馆目标？

据伊朗媒体报道，在这次袭击中，64岁的伊朗伊斯兰革命卫队下属“圣城旅”的高级指挥官穆罕默德·扎赫迪及其副手哈吉·拉黑米死亡。

据沙特阿拉伯《中东报》1日报道，扎赫迪长期担任“圣城旅”在黎巴嫩分支机构的指挥官，对扩大伊朗伊斯兰革命卫队在黎活动有重要作用。

美国《华尔街日报》1日援引以色列舆论观点报道说，此次袭击是2020年伊朗高级将领卡西姆·苏莱曼尼在伊拉克遭美军空袭身亡后“最为重要的暗杀行动”。

英国广播公司网站1日刊文认为，此次袭击可以看作地区局势的严重升级，以色列似乎正在考验伊朗及其盟友的决心，并试图向其施加更大压力。

各方反应如何？

此次袭击引发国际社会高度关注，多国及地区组织对以色列的袭击行为予以谴责。

据伊朗外交部2日消息，伊朗外长阿卜杜拉希扬同伊斯兰合作组织秘书长塔哈就袭击事件通电话。阿卜杜拉希扬强烈谴责袭击行为，要求伊斯兰合作组织立即对以色列的行为采取适当措施。塔哈强烈谴责以色列针对外交机构的袭击。

叙利亚外长梅克达德在袭击后前往伊朗大使馆，并在与伊朗外长阿卜杜拉希扬的通话中对袭击予以“最强烈措辞”的谴责。伊拉克外交部1日发表声明说，以方袭击行为违反国际法，侵犯叙利亚主权，袭击行为威胁享有外交豁免权的外交使团的安全。

此外，卡塔尔、阿曼、阿联酋、约旦、巴基斯坦、俄罗斯等也对袭击事件进行了谴责。

新华社记者冀泽