

天水之后会是谁？ “文旅热”如何热得久？

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。

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

“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、“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，积极培育文旅旅游等新的消费增长点，大力发展文化产业。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“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“变装古人游长安”；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，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”转化为核心竞争力。

据新华社电

单月大涨近10% 黄金价格屡创新高

新华社北京4月2日电（记者 任军 陈云富）3月份，经历月初和月末的两轮强势上涨后，人民币计价的黄金价格不断刷新纪录，单月涨幅达9.68%。

3月，纽约黄金期货价格累计上涨9.8%，创下3年多来的单月最大涨幅。受此带动，人民币计价的黄金价格“水涨船高”。3月29日，上海黄金交易所黄金现货交易较活跃的AU99.99收盘价为每克527.54元，较2月29日收盘价增长9.68%。4月1日，AU99.99继续上涨，收盘于每克533.74元，再迎新高。

在终端市场，4月2日，一些金店的足金饰品报价达每克690元以上，投资金条报价也在每克540元以上。

国华首饰黄金投资部经理刘宝表示，金价高企的背景下，一方面，有的顾客认为黄金价格已达高点，选择卖出手中黄金。另一方面，较为激进的顾客依然看好金价上涨空间，选择入手。从数据来看，这两部分人群数量接近。

世界黄金协会中国区CEO王立新认为，近期，美联储降息预期强化、地缘政治风险不减反增对金价构成支撑。技术层面上，包括纽约商品交易所在内的主要期货市场上，多头持仓显著增加，推动更多投资者进入。

山东能源集团期现交易经理刘日成表示，金价快速上涨，容易使部分多头获利平仓。当市场都在谈论黄金时，投资者应警惕市场过热带来的风险。

上海今年将聚焦构建 “15分钟社区生活圈”

新华社上海4月2日电（记者 郑钧天）记者从2日举行的2024年上海市“15分钟社区生活圈”行动方案发布暨“人民坊”设计方案征集启动会上获悉，上海今年将聚焦着力构建以人民为中心的“15分钟社区生活圈”，实施十项行动，推进40个单位附属空间开放，并推进不少于100个社区开展嵌入式服务设施示范点。

十项行动包括：项目实施统筹行动、特色空间塑造行动、功能提升覆盖行动、专业创新示范行动、美好社区先锋行动、人民意见征询行动、社会协同联动行动、城市治理提升行动、综合实施保障行动和数字赋能服务便利行动。

在项目实施统筹行动中，上海将聚焦解决“急难愁盼”民生难题，推进社区嵌入式服务设施建设。2024年全年上海计划推进建设3800个以上项目（项目包），布局实施不少于30个先行试点项目。

在特色空间塑造行动中，上海将重点推动建设一批以党群服务中心为基本阵地的一站式综合服务中心“人民坊”和小体量服务空间“六艺亭”，逐步完善“1+N”的社区服务空间布局。今年上海市计划新建改建“人民坊”不少于110个。

在数字赋能服务便利行动中，上海将充分发挥社区既有数字化服务场景，植入“15分钟社区生活圈”数字地图，为市民公众提供社区公共服务使用查询功能。

值得一提的是，“人民坊”是便捷服务周边的一站式综合服务中心。“人民坊”的具体功能可根据社区实际需求，因地制宜嵌入党群服务、养老托幼、就业创业、文化体育、便民服务、社区议事等“十全十美”功能，满足全龄各类人群需求，让人民群众在家门口就可享受一站式的社区服务。