

# 数字传播带火乡村旅游

本报记者 朱金宜



在江西省婺源县篁岭村，“晒秋”景观吸引了众多游客前来观光游览。

袁新宇摄（人民图片）

展的典型。数据显示，过去一年，抖音网友已打卡全国15万余个乡村文旅景点，创作超过6000万条打卡短视频，助力更多乡村成为热门旅游目的地。

## “空心村”变成“网红村”

江西省婺源县篁岭村是一座有近600年历史的古村落。受地形限制，篁岭村被梯田环绕，村庄房屋建在陡坡上。每逢秋收时节，村民用竹篾盛放农作物晒在自家屋顶木架上，形成了篁岭村独特的“晒秋”景观。

“我们这个‘挂’在山崖上的古村，曾经面临人走、屋空、田荒、村散的局面，180多户人家一度外迁到只剩下68户，‘晒秋’景观几乎消失。”婺源篁岭文旅股份有限公司总裁曹锦钟介绍，为充分保护和展示篁岭村的农耕文化，景区开发采用“人下山、屋上山、貌还原”的方式，通过修旧如旧、易地搬迁保护等，将120多栋原址民居改造成精品民宿和酒店，并引入民俗体验、文化演艺等旅游项目。

如何吸引更多游客来篁岭村游玩？篁岭景区在抖音发布“篁岭推窗”短视频，发起“一起来晒秋”等话题，并通过大奖赛等方式吸引旅行博主、摄影爱好者和游客等前来打卡创作，有效提升景区的知名度。

2022年，篁岭村开通网络平台团购功能，通过直播、视频带货等方式，将线上传播转化为线下消费。“2023年第一季度，篁岭景区有50%以上的游客是看过短视频后慕名前来

的。”曹锦钟表示，篁岭村村民人均年收入已从旅游开发前的3500元提升至5.6万元，“网红村”的品牌效益正在转化成实实在在的经济效益。

中国社会科学院经济研究所教授杨虎涛认为，依托短视频、直播等数字技术，越来越多乡村里的美景好物为人所知，形成“出圈”的乡村IP，大量乡村资源被激活，乡村文旅正在焕发出新的活力。

## “云导游”创新服务模式

举起自拍杆，带领手机另一端的网友“云游”普陀山美景，了解舟山岛历史文化——3年前，从业十多年的地陪导游小庄通过短视频做起了“云导游”。从此，他的导游生涯迎来了许多新鲜事：将观看视频的网友变成跟团的游客；根据网友的偏好重新设计游览路线；逐渐积累了500多万粉丝……

“从人行到接待游客超过10万人次，我用了13年；成为‘云导游’，让我只用3年时间就实现了接待游客超过20万人次的目标。”小庄一边感慨于短视频平台吸引游客的速度，一边从这些来自平台的游客身上看到新变化：他们更年轻、更喜欢打卡但也更排斥套路，偏爱沉浸式体验而非走马观花的“到此一游”。

于是，小庄调整带团方式，让行程慢下来，以更有亲和力的方式进行讲解，给游客留出更多时间自由打卡小众景点。随着“线上转线下”的游客越来越多，景区内的咖啡店、民宿等业态逐渐升级，追求颜值与品质并

存。这些做法创新了旅游服务模式，让游客玩得更舒心。

农业农村部农村经济研究中心主任金文成认为，数字时代，网络直播成了“新农活”，网络平台成了“新农田”，智能手机成了“新农具”，数字传播从内容和手段上重构了乡村“人、货、景”，创新提升乡村文旅、农产品售卖等业态、产品和服务，为乡村振兴注入新动能。

## 培育更多“乡村代言人”

以数字手段展现乡村自然人文之美，离不开具备信息素养和数字新媒体能力的“新农人”。文化和旅游部印发的《“美好乡村等你来”乡村旅游数字提升行动方案》提出，实施“乡村文旅长期扶持计划”，面向乡村旅游经营主体、内容创作者开展免费培训，为符合条件的扶持对象提供长期的公益流量、标准建设等服务和支持等。

据了解，自2018年起，抖音集团推出“山里DOU是好风光”等项目，帮助乡村文旅经营主体和创作者掌握短视频运营技能，带动优质乡村内容及其创作者“出圈”。数据显示，2023年抖音上新增乡村主题视频超10亿条，播放量达2.4万亿次，“山里DOU是好风光”项目累计带动乡村文旅支付成交额超40亿元。

抖音公益相关负责人表示，今年将继续从产业扶持、商家培育、人才培养等方面，通过开展系列活动提升乡村影响力，带动更多人关注并参与到乡村文旅的发展中来。

## 百名外国游客登长城迎新年

赵珊 乔予

2024年1月1日清晨，河北承德金山岭长城的天空还没亮，中旅旅行组织的百名外国游客“登长城观日出 元旦新年祈福”活动已经开启。

早上7时许，游客陆续抵达观赏日出的标志性建筑“将军楼”前，等待在长城之巅迎接新年第一缕阳光；7时30分左右，太阳从崇山峻岭中慢慢升起，连绵起伏的长城如一条金色巨龙沐浴在阳光中。来自美国、法国、意大利、俄罗斯、日本、秘鲁、南非、厄瓜多尔8个国家的人境游客、在华工作人员、高校留学生等百余人，在长城上共同观赏日出、喜迎新年。这是中旅旅行策划主办的2024年第一个入境游活动，开启了今年入境游的新篇章。

为满足入境游客及在华外国人的度假需求，更好地体验独具中国特色的新年氛围，中旅旅行把“旅游+非遗”深度融合，研发了“金山岭长城观日出，红螺寺敲钟祈福”新年祈福产品，将“世遗”“自然”“非遗”“民俗”“美食”等元素充分融合。外国游客不仅在元旦当天登上金山岭长城观日出，共同见证新年的阳光洒向雄伟的长城，还在“千年古刹”红螺寺敲钟祈福，表达新年美好心愿。此外，外国游客还品尝当地特色美食，欣赏著名非遗表演“抡花”等。该产

品面向入境游客及在华外国人同时推出，受到市场广泛关注。

金山岭长城位于河北省滦平县，东起望京楼，西至龙峪口，全长约10.5公里，因其视野开阔、景观奇特、建筑艺术精美且保存完好而著称于世，素有“万里长城，金山独秀”之美誉。

2023年12月31日，不少外国游客来到金山岭长城脚下，参加跨年庆祝活动。考虑到这些游客大多都是第一次到金山岭长城，中旅旅行特意安排他们在31日下午就登上长城，充分感受金山岭长城独特的美景。参观长城后，游客们兴致勃勃地逛起民俗市集，欣赏非遗传承人精彩的剪纸技艺。农历龙年将到来，当地专门准备了“龙的剪纸”体验课堂，传承人手把手教外国游客学习剪纸。市集里的冰糖葫芦、糖炒栗子、驴打滚、棋子烧饼、麻仁大扁等特色小吃受到外国游客的好评，他们一边逛一边品尝，十分开心。

随着入境游的恢复以及一系列免签政策的推出，中旅旅行还将推出一系列丰富多元的产品线路，满足入境游市场需求，助力入境游供应链恢复和产品创新，吸引世界各地的游客到访中国，向世界讲好中国旅游故事。

下图：外国游客在金山岭长城上观看日出。 中旅旅行供图



## 黑龙江“冷水鱼·冬捕季”启幕

本报哈尔滨电（记者郭晓龙）近日，黑龙江“冷水鱼·冬捕季”系列活动开幕式在杜尔伯特蒙古族自治县举办，来自全国各地近万名游客齐聚活动现场，观冬捕盛况、赏聚网腾鱼、品美味鱼宴，体验冰雪魅力，尽享冰雪乐趣。

据了解，本届“冷水鱼·冬捕季”系列活动是黑龙江持续展示黑龙江渔猎文化、推广“黑土优品”品牌的重要载体，是黑龙江发展冰雪旅游的重要组成部分。

本届“冷水鱼·冬捕季”系列活动将持续到2024年3月末。活动期

间，哈尔滨、大庆、鸡西、大兴安岭等9个地市的18个县市区将开展20余场冬捕、冬钓活动，哈尔滨、大兴安岭、绥化等地将举办冰雪音乐节、鱼市大集网红直播和冬钓大赛等活动，通过沉浸式玩法，为游客提供丰富多彩的冬捕体验。

据了解，本届“冷水鱼·冬捕季”系列活动是黑龙江持续展示黑龙江渔猎文化、推广“黑土优品”品牌的重要载体，是黑龙江发展冰雪旅游的重要组成部分。

下图：冰雪渔猎那达慕现场展示渔获。 新华社记者王松摄



## 七鹿坪遇雪

谭鑫

之约。

刚一上山，只见天地已被雪串联，大片雪花争相扑向脸颊，直往厚厚的围巾里钻。对面的山头一片洁白，草尖、树梢和屋顶已被雪这位画师抹去了原本的轮廓。树上的灯笼，被热情的雪紧紧拥抱，隐约透出一抹柿子般的红，远远看去，宛如红梅点点与雪相映，白里透红，分外娇媚。

向林深处走去，踏在雪上的足音咯吱咯吱，细密的破碎声好像碾过枯叶，却又分明能嗅到雪地里草木沉香的味道。道路两旁的树“着

装统一”，挂满雪凇，宁静而柔美。用手轻轻一碰树枝，雪花扑簌簌地落下，如絮飘洒。走到风口处，雪花又像一群调皮的孩子，一会儿捂住你的口鼻，一会儿撩拨你的头发，一会儿在你的肩头“玩滑梯”，欢快地冲人嬉笑。

三步一景，五步一画，白雪让流连其间的人放下对冬天的戒备，在雪地里尽情玩耍。开心之余，我忽然为积雪之下那些不知面目表情的植物感到担忧，它们是否怕冷？但转念一想，一草一木皆有情，它们或许也和

我一样，年复一年守在山城，对这场珍贵的雪盼望多时。

越往山下走，雪势渐微，只有树冠上的积雪依然丰满，像一株株饱满的白蘑菇。见过北方的雪，那“雪粉华，舞梨花，再不见烟村四五家”的豪放气势，至今仍停留在梦里。眼前这七鹿坪的雪，毕竟带有南方的柔情，来时默默，去时悄悄，但却更合我在家门口赏雪的心意。

返程时，车窗外，雪片依旧轻盈起舞，不断敲打着车窗，也许是想钻进车里，让我带它回家。我打开车窗，伸手邀它一起取暖，可当我迎着寒风将这六角的花瓣捧回车里，它便瞬间化作水珠，消融在掌心里。我终于明了，或许万物皆恋故乡，七鹿坪的雪，自然只在七鹿坪才能完美绽放。

## 中国人寿保险股份有限公司通过合规管理体系审核认证

近日，中国人寿保险股份有限公司（简称“中国人寿寿险公司”）顺利通过中合信（北京）认证有限公司（简称“中合信”）合规管理体系审核，并获得合规管理体系 GB/T35770—2022 国家标准和 ISO37301:2021 国际标准认证证书，标志着中国人寿寿险公司在合规管理体系建设方面迈上新台阶。

### 坚持依法合规经营 为合规管理贡献“国寿方案”

作为寿险行业“头雁”企业，中国人寿寿险公司始终高度重视合规管理工作，牢固树立“合规是发展的基石”“主动合规”“合规人人有责”“合规创造价值”等合规理念，将合规视为高质量发展的“生命线”，打造“全员全过程全方位合规”格局，持续强化合规经营。

以提高合规管理有效性为主线，中国人寿寿险公司健全完善公司治理机制，形成了以公司章程为中心、以中国人寿寿险公司《合规管理办法》为遵循的合规管理体系，建立起业务职能部门主责、合规管理部

门牵头、审计部门监督的合规管理组织体系，合规管理三道防线各司其职、密切配合，形成依法合规经营的强大合力，保障合规运行机制有效运转。

通过在合规管理理论和实践上的探索创新，中国人寿寿险公司在深化全面合规、主动合规、持续合规上形成了具有自身特色的合规管理路径，为迈向世界一流寿险企业奠定了坚实的合规基础。

### 对标国际认证标准 探索寿险行业合规管理新实践

2021年，国际标准化组织发布ISO37301:2021《合规管理体系要求及使用指南》。2022年10月，我国将其等同转换为中国推荐性国家标准。

2023年8月，中国人寿寿险公司启动合规管理体系认证工作。在对标国际认证标准的过程中，加快内部合规治理理念更新、组织更新、举措更新，开展认证标准宣贯和合规内审员培训工作，明确标准要求，组织符合性诊断，查缺补漏，通过内部审核工作，逐条落实认证标准，完善合规体系，优化合规运行机制。在中标

合信全面、系统地评估与认证审核下，中国人寿寿险公司合规管理体系符合体系建设标准，治理体系健全完善，合规机制运行有效，风险管控效果显著。本次合规管理体系认证的通过展现了中国人寿寿险公司“依法合规、诚信经营”的良好企业形象，也为保险行业提供了合规体系建设的“国寿方案”。

### 持续深化合规管理 助推世界一流寿险公司建设

中国人寿寿险公司将获得合规管理体系认证证书视为“坚持依法治企，强化合规管理”的新起点，以本次通过合规管理体系认证为契机，对标国内国际合规管理体系认证标准，按照市场化、法治化、国际化的目标要求，持续健全合规管理体系，不断优化合规运行机制，为公司经营管理提供坚实的合规保障。

未来，中国人寿寿险公司将坚持依法治企合规目标，全面践行合规理念，持续深化现代金融企业制度建设，强化合规风险管控力度，将合规管理能力作为保障公司高质量和可持续发展的重要基础，不断

强化合规能力建设，坚持提升合规管理效能，以更加有力有效的合规管理支撑和保障公司业务的健康发展，为保险行业高标准合规管理提供可借鉴样本，为保险行业合规治理贡献更多国寿力量。

数据来源：中国人寿寿险公司



中国人寿办公大楼