

线上讨论度高，线下客流量大——

“网红城市”持续上新

本报记者 王晶玥

信息传播，造就“网红城市”

戴着传统狗头帽的鄂伦春族人，牵着驯鹿走上中央大街，引得网友连连赞叹；胖乎乎的白狐狸乖巧地趴在游客怀里，眼睛舒服地眯成一条线，网友笑称“质疑玃王、理解玃王、成为玃王”；哈药六厂开放免费参观，芭蕾舞演员在富丽堂皇的大厅翩翩起舞，网友大呼“这下谁还分得清哈药六厂和卢浮宫”；还有精致的切片冻梨摆盘、索菲亚教堂上空的人造月亮……

在刚刚过去的这个冬天，哈尔滨火了，成为一座名副其实的“网红城市”：据新浪旗下微热点研究院数据，自2023年12月下旬，哈尔滨旅游的信息推送开始发力并保持领先优势，全网信息量超千万条，同比增长4倍。

在社交媒体推动下，哈尔滨线下旅游同样火爆。据哈尔滨市文旅局大数据测算，元旦假期3天，哈尔滨累计接待游客304.8万人次，实现旅游收入59亿元，是去年同期的4.4倍和7.9倍。春节期间，哈尔滨市累计接待游客突破1000万人次，实现旅游总收入164.2亿元，游客接待量与旅游总收入均达到历史峰值。

哈尔滨火爆，不禁令人想起此前出圈化身网红的城市：重庆、湖南长沙、山东淄博、四川理塘……这些城市特色不同、风格各异，它们以多样化的城市景观吸引了大量游客。

一座城市为什么会成为网红？

在中国传媒大学国家广告研究院副院长王昕看来，在市民和游客对城市空间文化现有认知基础上，挖掘、放大空间和文化活动特色，从而形成该城市的标志性文化概念。这种文化概念借由社交媒体广泛传播，形成大众对城市的“不在场关注”和“在场体验”。“例如喝一杯茶颜悦色，排一顿队和友，这些都是长沙的标志性消费符号。”王昕表示，不在长沙的游客通过网络围观进行“不在场关注”，来到长沙的游客通过打卡拍照上传社交媒体的方式分享“在场体验”，这一过程循环传导，吸引越来越多游客成为自发参与和打造“网红城市”的重要力量。

“新媒体加速发展的时代，社交媒介构建了一种无需面对面也能交流的社会网络。在这个网络中，所有网友都有描述一座城市的权利。关于它的信息流动起初可能杂乱无序，但慢慢汇聚到一些节点上，这些节点最后就会成为关于网红城市的‘话题’。此后，叠加新媒体时代信息的高速传播，一个具有话题度的城市就会以很强的冲击性和爆发力形成一座‘网红城市’。”中山大学旅游学院副教授黄琢玮分析。

黄琢玮以团队调研的例子作解释，“比如网友经常讨论大唐不夜城、不倒翁小姐姐、陕西凉皮等，但最终爆发的聚焦点是在‘长安’，也就是说作为‘网红城市’的西安，其

在冰城哈尔滨看松花江上升起的热气球，到广东江门吃一份《狂飙》同款猪脚面，来贵州榕江打卡“村超”，前往上海跟着《繁花》的脚步一起citywalk……这些“网红城市”给予游客以更新潮的旅游体验，也让大家看到一座城市的蓬勃生命力。“网红城市”究竟是如何红起来的？游客在其中的体验如何？这些城市如何将“流量红利”转化为长久的城市竞争力？



游客在大理古城步行街观光游览。

刘德斌摄（人民视觉）



夜幕降临，长沙街头热闹非凡。

本报记者 康朴摄

话题、关键词是“长安”。黄琢玮表示，在社交网络这个虚拟世界里，网友拥有更大的想象空间，比如说“长安”会联想到大唐盛世，说“南京”会联想到“南朝四百八十寺，多少楼台烟雨中”，旅游尚未成行时，这些想象就会在脑海涌现，无比丰富，也加强了“网红城市”的话题度。

文旅融合，体验当地风土人情

如何博得更多游客欢心？“网红城市”深谙个中门道。

以海上丝绸之路起点著称的福建泉州，结合当地丰富的非物质文化遗产资源，推出了体验非遗泉州提线木偶戏的活动项目，游客欣赏木偶戏之余还能亲自尝试操控；同时，当地增设夜市、增加梨园戏、南音及高甲戏等剧团的夜间演出场次，为游客夜间旅游开拓了更多可能。

兼具老牌旅游城市和“网红城市”双重身份的云南大理，如今正在精心塑造与“咖啡”有关的城市文化。现在游客前往大理，不光可以望苍山、观洱海，还能坐下来品尝不同品类咖啡，细细感受“咖啡之城”的魅力。

对于那些因影视剧而火的网红城市，政府别出心裁，让游客在打卡影视剧同款的同时，深入了解当地的整体城市风貌。网剧《隐秘的角落》拍摄时在广东湛江赤坎老街取景。赤坎老街所属街道邀请文史专家为志愿服务队进行培训，以便志愿者向游人讲解老街历史和文化底蕴。

去年古装剧《长月烬明》收视率喜人，细心的网友发现剧中墨河蚌族公主桑酒和东海蛟龙夜两个角色，恰好对应安徽蚌埠的两大地标建筑——张公公园河蚌姑娘雕像、龙子湖畔中国南北分界线标志，因此纷纷涌入蚌埠。蚌埠顺势开设《长月烬明》旅游专线，并在热门地点设置角色立牌供拍照

留念；蚌埠市博物馆还开发了电视剧联名定制徽章。在与剧集联动之外，蚌埠也大力宣传当地特色小吃，一盘小龙虾、一杯冰酒酿、一份烧饼夹里脊，有网友直言：“我特意来蚌埠看冥夜和桑酒，吃了‘皖C三件套’，这个假期过得很开心。”

不难发现，一座网红城市无论因何走红，都在尝试走文旅融合的路径，让旅客在“网红城市”的“话题”“关键词”之外留下更多记忆。

“很多外国游客就是在旅游中认识我们中国历史文化的。文旅融合能够将优秀历史文化与富有特色的旅游景点相结合，展现中国优秀文化内涵和精神力量，这也是讲好中国故事的一个重要方式。”黄琢玮认为。

流量转化“留量”，实现长红发展

如何将流量转化为“留量”、实现长红发展是每个“网红城市”都在思考的问题。

游客在哈尔滨冰雪大世界园区内玩雪圈。
新华社记者 王建威摄

去年5月，江苏省泰州市哲学社会科学界联合会通过其主办的微信公众号刊发《淄博烧烤这么火，泰州可取什么经》，文章指出淄博对烧烤进行了久久为功的培育管理，从2015年开始持续规范管理烧烤市场，解决露天烧烤油烟污染、扰民等问题。淄博烧烤爆火后，职能部门和工作人员又执行政策到位，护航市场有力，提供了良好的旅游体验。据此，相关专家认为，秉持游客至上的理念是城市发展旅游的重中之重，完善周到的公共服务是“留”住游客的重要一环。

更重要的是，“服务意识是长期形成的”，中国未来研究会旅游分会副会长刘思敏表示，短期、集中为旅客作出改变，或许能解一个旅游旺季的燃眉之急，但建立更加平等的“友好型市格”、不断完善配套和公共服务，才会让“网红城市”红得长远。

“文化是一座城市的灵魂。”黄琢玮建议从坚守城市历史和文化的角度，实现网红城市长红发展。“社会学有‘麦当劳化’‘迪士尼化’的说法，指的是标准化同时也会带来个性的丧失。”黄琢玮说，放在“网红城市”语境下可以理解为城市发展模式格式化、千篇一律，比如名头响亮却无当地特色的网红奶茶，走到哪里都能看到的烤冷面、炸串等小吃摊位，写有“想你的风还是吹到了某某城市”的路牌等，雷同的城市设计令游客审美疲劳，因而只有挖掘、彰显自身独特性，才能加强城市生命力。

“当网红潮流成为过去式，想留住客流量、保持长久吸引力，就要关注当地文化和本地人，因为这些都是无法复制的。”黄琢玮表示，尤其是要结合本地特色挖掘一些大众化、网红化口味以外的景点。“比如珠海，网红景点集中在南端、靠近澳门那边，但北边的高新区、海边也非常优美，也有充满历史文化的古镇，这些景点应该得到大力推广。”

“很多游客依靠小红书、大众点评等App上的推荐安排行程，结果就是随大流旅行。”黄琢玮认为，这在新媒体发展时代不可避免，因此一方面建议游客适当减少打卡式旅游，深入沉浸式感受当地风土人情；另一方面希望当地政府用好新媒体、社交媒体平台，充分运用当地风土人情，创设优质文旅品牌，给广大游客一个“还想再来”的机会。

上好「社会美育」这堂课

晶微

几年前，笔者曾去一家美术馆参观珂勒惠支版画展。观展结束后，又在馆内DIY了一幅简易版画，这次活动令笔者对珂勒惠支的生平、作品以及版画史有了一定了解，也让笔者知道了版画制作过程，可谓一堂记忆深刻的社会美育课。如今，类似的社会美育活动正在喷涌涌现，比如相关机构展出艺术佳作，同时设置观众体验活动；再如组织电影节展演经典作品，并邀请艺术家为观众讲述创作心路历程和艺术观点；各地政府也积极支持社会美育活动，力图为大众创造更多接受美育的机会。

爱美、欣赏美是人的天性，美学家朱光潜曾提到，世间事物有真善美三种价值，人类心理有知情意三种不同活动，“真关于知，善关于意，美关于情……人能动情感，就爱美，就欢喜创造艺术，欣赏人生自然中的美妙境界”。北宋画家王希孟有感于庐山和鄱阳湖之鬼斧神工，画下《千里江山图》；后世舞者感慨于《千里江山图》之精巧秀美，创作了舞剧《只此青绿》；网友看过《只此青绿》，踊跃地进行各种二次创作。从古至今，对美好事物的追求存在于人类血脉之中，提倡美育正是遵循“人性”作出的自然选择。

美育是一堂需要社会各界共同参与的课。美育可以从书本理论中汲取经验技巧，但接受学校美育只是美育的一部分，要培养审美能力、发挥美育对成长发展的作用，还需要亲身经历、亲身体会，从中提炼对美的感受，在校内校外、在长时段内接受润物无声的化育。我们看到，教育部印发关于

全面实施学校美育浸润行动的通知，强化家庭、学校、社会在美育方面的协同作用；我们还看到，《中国诗词大会》等节目掀起传统文化美学风潮，国产音乐剧、舞剧井喷式发展让音乐之美持续感染观众，各大博物馆的馆藏展出让大众不断体悟来自历史深处的光辉。重视社会美育、以美浸润人，会使人精神文化生活极大丰富，还能强化文化自信，为更多人讲好中国故事“擦亮灯火”。

网络时代，社会美育这堂课呈现了一些新特点。一方面，由于社交媒体、流媒体发达，一部分美育活动转移到线上，比如可以通过小程序“云游”展览、通过视频App欣赏话剧等，社会美育的途径更加多元，互相探讨交流的渠道更丰富，同时还产生了“独乐乐不如众乐乐”的良好美育环境。但另一方面，网上可能存在恶意曲解“美”的声音和作品，也应仔细甄别、坚决抵制，防止其对自己的“浸染”，一道托举起积极向上的社会美育环境，为他人接受正向社会美育出一份力。

百年前，教育家蔡元培在《美育实施的方法》中提出，美育要从家庭、学校、社会入手。现今，越来越多人正在认真上好社会美育这堂课、努力受到社会美育的涵养。愿赞赏美、创造美的种子继续在大众心中发芽开花，结出累累果实。

社会 杂谈

“共富工坊”助增收

全国多地大力推进以政府为引导、农户为主体的“共富工坊”“共富农场”建设，带动群众实现家门口就业增收。

右图：山东省淄博市沂源县共建建立小手工制作、小食品加工、果品包装等“共富工坊”242个，带动当地7500余名群众实现家门口就业。图为沂源县悦庄镇崔家庄村，村民在“共富工坊”里分拣加工的果脯。
赵东山摄（人民视觉）

下图：重庆市丰都县已建成共富农场245个，带动1.3万人就近务工就业。图为丰都县武平镇坝坝村村民在葱慈共富农场采收葱慈。
新华社记者 黄伟摄

右下图：浙江省宁波市围绕“一乡一业”发展思路抓特色产业，打造共富工坊，壮大村集体经济，推进乡村全面振兴。图为酿酒师在宁波市宁海县梅林街道凤潭村共富工坊制作甜酒。
胡学军摄（人民视觉）

