

“尔滨”爆火带来的启示

见习记者 李居正

“不开玩笑，中央大街有一亿人”。连日来，哈尔滨旅游在各大平台爆火，随处可以刷到各地游客前往哈尔滨、追逐这座冰城所辐射的“情感”与“温度”。不久前的元旦假期，哈尔滨接待游客304.79万人次，实现旅游总收入59.14亿元，旅游热度环比上涨240%……“尔滨”热激发各地文旅“下场”比拼，除了用“题海战术”大力宣传文旅景色外，郑州文旅如何继续发力，从哈尔滨的爆火出圈中获得启示、引领一次属于中原城市的旅游潮流？记者连日来进行了相关采访。

坚守品牌 聚焦特色优势

1月5日，在第五届“新时代大文旅”交流会上，中国旅游协会旅游营销分会副会长、中青旅研究院副院长葛磊在个人分享即将结束时，将已经爆火的哈尔滨旅游搬上银幕。葛磊说：“哈尔滨今年冬天能够火是有原因的，就是他们一直在坚守‘冰城’这个城市品牌的打造，持之以恒的坚守，专注于一个‘优势’的聚焦，为哈尔滨旅游的厚积薄发提供了前提。”

“天地之中、华夏之源、功夫郑州”。2023年8月25日，郑州市文旅文创发展大会推出郑州IP。东北有漫长冬季的冰雪世界，中原有历史深厚的人文积淀，各具特色的内容其关键在于坚守与聚焦。

1982年由李连杰主演的电影《少林寺》在香港上映，一时间火遍大江南北，少林功夫逐渐成为中华文化符号和一代人的历史记忆。2018年2月17日中国外文局首次发布《中国话语海外认知度调研报告》，其中英语圈国家民众对中国话语认知总榜单第一名便是“少林”。国内也同样，许多孩童和青少年痴迷于棍棒武打、功夫套路，也想来郑州登封一窥少林寺的真容。

成熟的文化符号、世界级的知名“IP”少林寺如今正以全新“功夫郑州”的姿态傲然独立。郑州大学副教授、郑大体院文体旅研究中心主任单凤霞说：“打造一个世界知名的旅游景区，建设一个享誉国内的文化街区何其不易，而郑州拥有这样一个具备文化认同、民族记忆、时间积淀的独特景点，如何坚守创新、让其焕发新的时代活力，应成为郑州文旅内容建设中的关键点。”

“梗”点塑造 埋下传播效能

“南方小土豆”“广西小砂糖橘”“185，男，讨好型男”……随着“尔滨，你让我感到陌生”的调侃成为聚拢“热梗”的主题，各种简洁、形象的热词成为人们对于哈尔滨爆火的“记忆关键词”。新媒体时代海量信息、诸多热点、丰富事件每天都冲刷着人们的记忆，碎片化的内容阅读逐渐成为主流后，如何让人们从信息中获得记忆、锁定内容，成为提高传播效能的关键。而这次哈

尔滨旅游的火热，与这些“热梗”的塑造密不可分。社会现象简洁化总结成为热词，热词通过群众的互动和传导成为“热梗”，这是社交媒体传播的普遍现象。

2023年12月28日，“元旦春节”郑州市惠民活动新闻发布会召开，发布会上，郑州市文化广电和旅游局相关负责人提出了“老家河南 郑州过年”的节日口号，接地

气、显主题、有引导的口号迅速成为微博和互联网的传播标识，截至1月10日，该话题已经有1072.3万的阅读量。

单凤霞表示，文旅现象本身的“话题性”才会带来语言的浓缩与快速传播。注重对旅游现象的实时追踪、对游客反馈的实时关注，不断酝酿新的话题情景，才能催生优秀的“文旅梗”，释放传播效能。

共情互动 建立“情感纽带”

哈尔滨能像2023年初淄博一样的爆火出圈，两者巨大的推动力都来源于群众自发的“情感共振”。在优质内容坚守、“热梗”聚焦现象之后，大部分新闻受传者主动变成了传播者，在与内容产生情感互动的同时完成了内容的“二次传播”。人造月亮、冻梨摆盘、飞马塔冰、火车站演奏交响乐……这些可以感受到的“城市用心”与群众建立了一条坚固的“情感纽带”。

葛磊在交流会上说：“品牌力、营销力、产品力、服务力是旅游景点建设的四项核

心能力，其中“城市荣誉感”所激发的‘服务力’具有极强的共情作用。”在社会学研究中，个体在场景中的互动会引发“互动仪式链”，当个体被互动的场景所吸引，最终也会在文化资本和情感能量上得到回报，这个过程中真正的驱动力是个人心理感知层面的“情感能量”。

因此，编织富含人情味、引起人们共情、引发人们互动的“情感纽带”对于郑州文旅产品的谋划与实践至关重要。在过去不久的“巍巍嵩都 熠熠新年”2024郑州国

际商都跨年文化节中，记者发现郑州在举办大型文化活动中已经十分注重会场的沉浸式体验和现场互动，汉服游园、快闪舞蹈等活动内容，再加上“财神”“月老”的生动演绎，吸引会场游客纷纷打卡合影。

这些丰富的线下运营举办经验，需要转换到线上的交流与互动之中。会场再大，其容纳的人群规模依然有限；网络无限，用好互联网思维制造线上爆点、用好共情释放传播欲望，才能撬动潜在的“流量池”，收获巨量的“回声”。

借势营销 助推热点“二次生成”

淄博烧烤从最初的“卷饼吃法”“价格便宜”在感情介入和媒体营销后，变成了“人间烟火”与“城市温情”，超越烧烤本身的价值意义被发掘后生成了新的热点话题并将热度延续、提升。哈尔滨旅游的火爆同样也带来了热点的“二次生成”：从索菲亚教堂的旅拍到冰雪大世界的“蹦迪”，游玩本身的热度最终延伸到11位从广西南宁前来研学的小伙伴们身上。

此后，“广西小砂糖橘”“云南小野山菌”“河南小豫米”等来自全国各地的孩童

研学旅游活动蜂拥而至，将“景点热”推向了地域文旅、文化交流，再次完成了热点的“二次生成”。以2023年年初和年末两次文旅爆火事件发展来看，“二次生成”后的新热点不仅更能引发受众的共情，而且在内容上也完成了蜕变和拔高。

在这方面，郑州的许多文旅景点也有成功的案例。2023年9月1日，只有河南·戏剧幻城发起了一场“出道吧，我的大学”投票活动，获胜学校可以将校训投影到只有河南328米夯土大墙上，同时校友享受

99元只有河南特惠票。

该活动推出后，原本是校训投影的胜负之分，逐渐在抖音评论区、微信朋友圈演变成了郑州大学与河南大学两所高校的“荣誉之战”。学生们纷纷将自己学校的校训内涵、校史文化、科研成果作为“拉票”依据。不久，热点由活动本身演变成了深厚的爱校情感碰撞，并带来了强大的社区传播裂变，将该活动推上了各大平台热搜，引得全国其他高校学生纷纷关注、自愿为被吸引的高校文化所投票。

做好服务 把握“基本盘”

“做了一年的准备，邀请了一些文旅头部博主，策划了很多高流量的IP，游客需要什么，我们就上什么……”黑龙江省文化和旅游厅相关领导在分享经验时这样说道。大规模的旅游火热往往离不开政府的全年重点文旅工作策划、持之以恒的旅游配套设施建设、爆火之后的全程关注与全

心服务，这构成了旅游火爆的“基本盘”。

记者从郑州市文化广电和旅游局了解到，今年，郑州市文广旅局整理了389项活动，其中包括大型民俗类活动、景区优惠措施、酒店民宿优惠活动、公共文化活动等，为节假日的郑州搜集整理出了内容丰富的“过节指南”。同时，一个城市旅游产业的发

展同样也离不开商务部门的促销活动、活跃市场；交通运输部门的设施建设、出行保障；市场监督管理部门的价格管控、乱象检查等等。单凤霞告诉记者，向“尔滨”取经，树立好“为人民服务”的意识，尊重游客、积攒口碑，总会迎来厚积薄发的一天，相信郑州文旅也能迎来自己的爆火出圈。

绿城量贩零食店能走多远？

本报记者 成燕 见习记者 孙婷婷

饼干、饮料、蜜饯、辣条……漫步郑州大街小巷，不少细心市民发现，集合各种零食类的量贩零食店突然“火”了起来。除了“良品铺子”“三只松鼠”等老牌传统零食店，“好想来”“赵一鸣”等一批新型量贩零食店层出不穷，吸引年轻消费者纷至沓来。

量贩零食店“遍地开花”

作为市场上兴起的一种新零售模式，量贩零食店运营模式就是将各式各样的零食集合起来，用相对便宜的价格进行销售。

近年来，随着人们生活水平的提高，零食消费已不再是节日消费的专利，而成为不少年轻人日常消费的刚需。爱吃零食的95后、00后，正是量贩零食店的主要消费人群。在此背景下，这种全新连锁经营模式在郑州风起云涌，掀起一波开店热潮。

怡宝矿泉水1.2元一瓶、百事可乐1.8元一罐、康师傅方便面2.2元一包……近日，记者走访“赵一鸣”“好想来”等多家量贩零食店发现，店内商品种类超过千种，整包装商品和称量商品都有，部分商品价格比市场价低10%至20%。由于品种花样多、性价比高，受到消费者欢迎。

扎根社区方便市民消费

最近，家住陇海西路与工人路附近的市民乔碧发现，家门口的一家快餐店重新装修

后改成了一家量贩零食店。该店经营面积200多平方米，红色的“零食”招牌镶嵌在颜色鲜艳的门头格外吸睛，店内灯光明亮，货架整齐。透过玻璃橱窗，品种多样的零食一览无余，速食、卤味、饮料、蜜饯、饼干、糕点等休闲食品类吸引众多年轻人前来选购。

“我明显感觉，最近郑州街头突然开了很多家零食店。”市民李宇告诉记者，她上班路过中原路和中山路，看到好几家新开的类似量贩零食店。

李华租住的小区楼下就有一家量贩零食店。她说：“对我来说，这种店最大的优势就是方便快捷！从家里步行5分钟就能到店，而且店内可供选择的零食种类全、一次就能买齐。”

小区周边、高校旁、市中心商业区内……一家家量贩零食店“镶嵌”其中，让市民在下班、散步等生活场景中能和零食“近距离接触”，通过其店多、商品品种广、方便快捷等优势获得消费者的认可。记者在地图软件上搜索发现，“赵一鸣零食”“好想来零食”分别在郑州有数十家门店，如雨后春笋般已在郑州安营扎寨。这些零食店大多开在大型社区、学校周边，或处于繁华地段的十字路口。“赵一鸣”零食升龙国际店就位于二七区综合性商圈，周边不仅有商场，还有几个大型社区。

“好想来”零食郑州桃源南街店负责人陆春霄告诉记者，该店靠近郑州大学老校区、郑州市第二初级中学、桃园中学，附近社区人群消费潜力较大。

琳琅满目的货架，醒目的店铺招牌，洁净透明的橱窗，品种丰富的零食……不少路过的市民都被这里丰富的商品所吸引，顺路走进逛逛。步入零食店内，记者发现，货架上既有大众熟知的品牌商品，也有网红零食，既有袋装也有散装食品。许多顾客手持白色购物篮在悠闲自在地选购。

“我们这家店是去年下半年开业的，现在店内有千余种商品。为满足消费者的个性化需求，会定期更新一些产品。”陆春霄告诉记者，他们有专门的进货App，采取批量统一进货模式。

同质化严重催生价格战

据业内人士介绍，量贩式零食店经营模式较灵活，主要瞄准中低端消费需求，加之下沉社区市场的准确定位，连锁加盟则适合于有一定经验的创业者，能够借助品牌的力量实现规模化、标准化的经营。

记者在采访时发现，目前，郑州各大量贩式零食店的产品同质化现象明显，打价格战现象比较严重。“我们很便宜”“不玩套路真便宜”“上新400款又便宜又好吃”“7.8折 冬季大酬宾”……漫步多家零食店，类

似拼价格的醒目标语比比皆是。“我平常会去这些店买零食，但买得最多的还是矿泉水，因为这里比普通便利店便宜很多。”市民关可新认为，价格是吸引自己到类似零食店消费的主要原因。

“目前，郑州各量贩零食店普遍经营品种在1200至1500个，其中一半左右是散装商品，包括饼干、素食、面包、肉脯、坚果、果干蜜饯等。这就造成各家门店很难形成商品错位经营，不得不靠价格战来吸引客源。”几位资深业内人士分析说。

应更加注重品质与服务

价格低廉的量贩零食店正在郑州快速扩张，不少大街都能看到几家不同品牌的连锁加盟店。在快速扩张的道路上，面对日益激烈的市场竞争，这种新零售模式究竟能走多远？

“当前，消费者更加关注产品的品质和健康。量贩零食行业若想持续发展，需要在降低价格的同时提升产品的品质和服务体验。”省商业行业协会秘书长姜东辉分析说，虽然量贩零食店目前在市场上取得了一定成功，但是否能持续扩张并保持低价策略还是个未知数。毕竟这种模式并不是所有商品都适用，而且随着竞争的加剧，店家的利润空间会越来越小。因此，量贩零食店是否能够实现可持续发展还有待观察。

今年春运跨区域人员流动量将达90亿人次

据新华社北京1月16日电(记者 叶昊鸣 王隼昊)2024年春运将于1月26日拉开帷幕。记者从16日召开的国新办发布会上了解到，今年春运期间全国跨区域人员流动量预计将达90亿人次，创下历史新高。

综合运输春运工作专班副组长、交通运输部副部长李扬在发布会上介绍，今年春运期间，铁路、公路、水运、民航的营业性客运量将达18亿人次，自驾出行客流约有72亿人次。

面对大客流压力，李扬表示，交通运输部将会同综合运输春运工作专班成员单位，加强统筹协调，及时研判客流运行情况，指导各地各部门做好应对。在运力保障方面，将充分发挥综合运输优势，加强各种运输方式运力储备和统筹协调，努力提升综合运输服务能力和水平。

去年以工代赈带动253万群众务工就业

据新华社北京1月16日电 国家发展改革委16日发布消息，2023年，通过实施以工代赈政策，累计吸纳带动253.4万名低收入群众务工就业，人均增收1.4万余元。

2023年，国家发展改革委会同有关部门持续抓好以工代赈工作，加大中央专项投资支持力度，实施一大批以工代赈专项项目，同步督促指导地方在重点工程项目和中小型农业农村基础设施建设中大力推广以工代赈方式，有效拓宽农村低收入群体和城乡就业困难劳动力就近就业渠道。

下一步，国家发展改革委将会同有关部门和地方持之以恒抓好以工代赈各项工作，进一步拓展以工代赈政策实施范围，进一步扩大劳务报酬发放规模，充分发挥以工代赈稳就业、保民生、促发展的重要作用。

2023年12月郑州CPI同比下降1.3%

本报讯(记者 侯爱敏)国家统计局郑州调查队昨日发布的调查信息显示，2023年12月，我市居民消费价格同比下降1.3%，环比上涨0.4%。

与上年同月相比，2023年12月我市食品价格下降3.8%，非食品价格下降0.8%，消费品价格下降1.9%，工业品价格下降1.5%，服务价格下降0.4%。分类别看，食品烟酒类下降2.6%，衣着类上涨0.1%，居住类下降0.8%，生活用品及服务类下降1.2%，交通和通信类下降3.4%，教育文化和娱乐类下降0.6%，医疗保健类上涨0.1%，其他用品和服务类上涨3.3%。

与2023年11月相比，我市居民消费价格总水平环比上涨0.4%。食品价格上涨2.0%，非食品价格持平，消费品价格上涨0.7%，工业品价格持平，服务价格下降0.1%。分类别看，食品烟酒类上涨1.5%，衣着类上涨1.5%，居住类下降0.2%，生活用品及服务类上涨0.4%，交通和通信类下降1.4%，教育文化和娱乐类持平，医疗保健类上涨0.4%，其他用品和服务类上涨0.6%。

河南首个现房销售试点项目落地北龙湖

本报讯(见习记者 孙雪菲)1月15日，河南首个现房销售试点项目用地郑政东出(2023)28号(网)地块竞拍结果揭示，经过43轮激烈竞价，最终，郑州市郑东新区管理服务有限公司以成交价7.9亿元摘得此地，溢价率36.2%。

据悉，这是郑东新区2024年拍卖的第一块土地。该地块位于郑东新区龙湖区域龙湖中环南路北、龙湖中环西路东，使用权面积为27652.26平方米(41.478亩)，成交单价约1905万元/亩，且该地块紧邻地铁6号线东北段小营站，目前也在建设当中。

记者了解到，该宗地是郑州试点现房销售的首个地块，位于郑东新区龙湖中环南路北、龙湖中环西路东，使用权面积27652.26平方米，折合约41亩，容积率<2.5，建筑高度<60米，项目总投资额不小于8.25亿元。根据地块限高情况来看，项目后期或将呈现为小高层产品。

现房销售相较于预售房，更符合大众对商品房销售的期望。目前，现房销售制度，也正在我国各个城市开展试点，郑州是其中之一。

我省公布社会保险缴费基数上下限标准

本报讯(记者 李娜 见习记者 陶然)2023年度河南省社会保险缴费基数上下限标准定了——基准为5965元，其中，上限为17895元，下限为3579元。

1月16日，记者从河南省人力资源和社会保障厅获悉，近日，河南省人力资源和社会保障厅、河南省医疗保障局、河南省财政厅、国家税务总局河南省税务局公布《2023年度社会保险缴费基数上下限标准的通知》。《通知》指出，根据河南省社会保险中心公布的2022年度全省城镇单位就业人员平均工资5965元，确定了2023年全省社会保险缴费基数上下限；缴费基数上限为全口径工资的300%，即17895元；缴费基数下限为全口径工资的60%，即3579元。

