

小饼烤炉加蘸料，灵魂烧烤“三件套”。近期，火爆全网的“淄博烧烤”正吸引着全国各地的游客扎堆前往山东淄博，淄博火车站日到达人次一度达到5万左右，创下近3年来最高纪录。当地政府抓住契机、迅速跟进，推出定向发放消费券、景区门票减免优惠、青年驿站免费入住等一系列举措，力求在恢复和提振消费的同时，变“流量”为“留量”，把“一时现象”打造成“一市品牌”。

# 烧烤带火一座城，淄博为什么行？

本报记者 张文敬 雷蕾



正确吃法”的视频获得了19.1万的点赞量，被转发22.4万次，吸引了大量的粉丝关注和追捧。而同城热搜榜上的“大学生组团到淄博吃烧烤”更是引爆了网友们的热情，搜索量高达525.3万。

接着，当地的一些烧烤店也开始在社交媒体上宣传，推广自己的烧烤，其中不乏“扛鼎级别”的牧羊村烧烤，更是吸引了无数网友的眼球。这些烧烤店纷纷借助社交媒体展示着自家的特色，引起越来越多的人的兴趣和好奇心。

刘奇说，淄博烧烤“全网火爆”之前，最多就几家馆子排队，现在是家家都排队。但他还是希望这种状态能持续下去，希望以后大家提起淄博烧烤，就像青岛海鲜、济南把子肉一样，成为地方招牌。

美食作为最受大众喜欢的一种“在地文化”，淄博烧烤不同于其他地方的“撸串”。在淄博烧烤中，每桌都会标配一个小火炉，服务员将七八分熟的烤串送到桌上后，顾客需要自己再加工：在小火炉上，烤出来的肉串用小饼一包，将肉一把撸下，再加上脆生的山东嫩葱、撒上自己调制的辣酱等蘸料食用，风味各有不同。

这种烧烤方式，贴合了年轻消费者对传统生活方式和“在地文化”的追求，随即引发了现象级的消费潮流。数据显示，3月份以来，淄博当地“烧烤”关键词搜索量同比增长超370%；“淄博烧烤”关键词全平台搜索量则同比增长超770%。作为夜宵首选，“烧烤”成为当地深夜订单量最高的品类，而20岁到30岁的年轻群体则是烧烤消费的主力军，占比超50%。

淄博曾是齐国故都，为齐文化的发祥地。据传，淄博烧烤起源于清乾隆年间的一个叫“周记”的小摊贩。他在淄博城南门外的马路边上，首创了用豆腐皮包裹、炭火烤制羊肉串的方法，并以此赢得了当地人的喜爱和口碑。后来，这种烤肉方式逐渐流传开来，成为淄博独具特色的美食文化。

“一种美食被广为流传为人知，最终得靠味道，‘味道为王’。”刘奇说，淄博烧烤的火爆并非一夜之间，除了“味道好”“有腔调”，消费提振政策的强力支持和“网红效应”背后的厚积薄发是不可忽视的推手。最初，关于淄博烧烤的火热源头，可能得益于社交媒体上的“种草”。

的确，抖音上一条关于“淄博烧烤的

家位于山东理工大学北门的水晶街。他说，到3月12日时，淄博的各家烧烤店几乎全部客满。

据王小利回忆，淄博烧烤如今的“小饼卷肉”模式成型于上世纪90年代中期。“最初就是一两家店先创出来，然后大家开始争相模仿，到了2008年前后，淄博的烧烤店基本就大面积推广这种吃法了。”王小利说，淄博人喜欢吃烧烤，全市烧烤店的保有量在3000家左右。

淄博烧烤爆火网络的背后，是山东聚力提振旅游消费，全面促进旅游升级，努力开创全省旅游业高质量发展新局面的生动实践。2023年是山东消费提振年，要把恢复和扩大消费摆在优先位置。年初，淄博市商务局、市消保委联合发布《惠享淄博餐饮消费惠民活动实施方案》，拟在一季度发放1000万元餐饮惠民消费券，进一步改善消费环境、激发消费潜力。

为进一步擦亮“淄博烧烤”这张新名片，3月10日，淄博市政府组织召开新闻发布会，表示要抓住契机成立淄博市烧烤协会，发布淄博烧烤地图。为展示淄博烧烤文化，拟于“五一”前后举办“淄博烧烤节”，进行烧烤名店“金炉奖”推荐评选，定向发放烧烤消费券等等，并拟定3月至11月为“淄博烧烤季”。据介绍，首届“金炉奖”竞争激烈，将有80余家烧烤店角逐20个“金炉奖”名额。

为方便外地消费者，淄博除对途经烧烤店的常规线路进行重新摸排外，还专门新增了21条定制烧烤公交专线。此外，政府将进一步加大对烧烤摊、烧烤店和宾馆、酒吧、夜市等人员密集场所的治安巡查频次和密度，持续优化治安环境；继续加大对烧烤行业食品安全的监督检查和抽检力度，强化食品流通、餐饮、抽检环节的监管，严查违法违规行为，守护好食品安全底线。

同期，淄博宣布实施景区门票减免优惠政策，在全市34家A级景区推出“免费开放日”活动。在此基础上，将烧烤流量延伸到人才引引领域，明确全市38处青年驿站为符合条件的来淄求职、就业的青年学生提供每年3次、每次两晚的免费入住，来淄实习、游玩、访友的青年学生可享受每年4次、每次5天的半价入住，让更多年轻人加深对淄博的城市印象，激发这座城市的青春活力。

一系列“看得见、摸得着”的硬核举措也让广大游客看到了淄博这座城市满满

的诚意，淄博的旅游热度随之快速上升：最美书店海岱楼钟书阁、唐崖文创园、中国陶瓷琉璃馆、齐文化博物馆、周村古商城……这些或传统或时尚的景点，都被列入了“串粉儿”的旅游攻略中。

在3月26日至27日举办的2023山东省旅游发展大会上，淄博市委书记马晓磊表示，红红火火的“淄博烧烤”是“五彩缤纷”的精彩注脚，红出了圈、红出了烟火气、红出了城市影响力。下一步，淄博将全链条提升“吃住行游购娱”供给力，努力把“一时现象”打造成“一市品牌”，推出更多优质文旅产品、打造更多优秀文旅IP，让游客看得过瘾、玩得尽兴、吃得开心、住得舒服。

## 打造城市IP，变“流量”为“留量”

如何用好“网红效应”，把线上流量有效转化为现实红利，变“流量”为“留量”，使“网红”成“长红”？为此，淄博市政协围绕持续利用“淄博烧烤”带动全市经济发展开展专题信息约稿活动。

淄博市政协分析认为，对于“淄博烧烤”这个突然爆火的文旅IP，其生命力不仅在于塑造美食品牌，更能更新城市形象，带动当地产业改变。当然，这需要网络营销、地方政府推动、企业努力以及消费者的“自来水效应”等多重因素共同作用，才能延续其生命力并成为持久的城市IP。

要想将“淄博烧烤”这一文旅IP发挥到极致，还面临不少挑战。烧烤行业存在着一些常见的隐患，如食品安全问题、环境污染等，当下消费者对烧烤店的环境卫生和食材质量有着较高要求。随着淄博烧烤的知名度不断提升，也可能面临品牌侵权和盗用等问题，因此还需要加强品牌保护，维护品牌的合法权益。

“如果只是做‘淄博烧烤’这个单项目，这阵风很快就会过去。近处的菏泽曹县也火过，远处的柳州螺蛳粉也火过，但很快就偃旗息鼓，‘网红现象’的生命周期很短。”淄博市青高县政协委员于宗新呼吁加强品牌建设，积极申报“淄博烧烤”地理标志商标。

“以地理标志商标品牌为依托，深入挖掘文化内涵，注重夜间经济培育和注册保护并重，引导商家注册有各自特色的产品商标、服务商标，围绕‘淄博烧烤’制定技术规范和服务规范，开展品牌化经营。”于宗新建议为“淄博烧烤”走出去奠定基础。

市政协委员、山东中颖超数据科技有限公司董事长冯颖超建议打造“淄博美食”App及“淄博烧烤”地图攻略，清晰标注和说明淄博市旅游景点、当地美食、公交线路等，为外地游客来淄提供导航规划和精准定位。

市政协研究室徐子斐则建议，在烧烤店铺集中路段设置晚间临时停车位，标注临时停车时段、范围，解决外地自驾游游客停车难问题，优化自驾游淄博体验。

市政协委员、山东聚米控股集团董事长任纪学提出，可利用淄博青岛啤酒节、麦田音乐节等的知名度和孝妇河湿地公园、文昌湖旅游度假区等场地条件，筹办具有淄博特色的青年音乐节，丰富淄博烧烤季内容。

淄博市周村区政协委员、周村票证博物馆馆长高增升建议，举办“我和淄博烧烤”短视频大赛，通过随手拍等形式对外推介宣传“淄博烧烤”，提高淄博美誉度和影响力。

社情民意信息应该怎么选题？怎么选？

近日，在重庆市永川区政协召开的反映社情民意信息工作会上，政协委员和特邀信息员们掀起了一场“头脑风暴”，大家纷纷就如何反映高质量的社情民意信息发表意见建议，把工作会议开成了“研讨会”。

“反映社情民意信息就像谈恋爱一样！”特邀信息员陈财元诙谐地表达心声。他说，当你有了要反映社情民意信息的热情，就像有了恋爱的冲动，会在众里寻他千百度的过程中，苦苦寻找自己最中意的课题，然后比较、筛选，最终确定心仪的对象。“这个过程，有的是主动发现，比如在调研中发现，在阅读看报中寻找灵感；也有的是‘媒人’介绍，比如部门反映的问题、群众提供的线索等等。”

陈财元的话引起了与会人员的共鸣。“对，从身边找‘对象’更靠谱。建议大家多从本职工作或熟悉的领域入手选题，既有利于获取更多行业制度、统计指标、典型案例等信息资源，写起来也得心应手。”范贤容委员来自医卫界别，她结合自身经验，与大家分享写作心得。

“我有个好办法。”秦泰伟委员是永川区推荐的市政协社情民意特邀信息员，他和冯利朋、郭明磊等委员在2022年有3篇信息被全国政协采用。他毫无保留地奉献出“绝招”：“我每天都要阅读《人民日报》《人民政协报》《重庆日报》《渝都市报》，将两三百篇新闻和文章中重要的、有启发性的信息整理到自己的数据库里面，一方面保持对经济社会重要事件和动态的长期兴趣，另一方面也通过读报学习他山之石。尤其是《人民政协报》，上面有许多值得学习借鉴的优秀文章，对撰写社情民意信息很有帮助。”

分享经验的同时，冉冉委员对区政协去年创新开展的“社情民意面对面”协商活动赞不绝口，并讲述了自己撰写“潮汐车位”设置管理相关信息背后的故事。再再委员，当看到自己提出的一条条举措被采纳，一张张“潮汐车位”划线施工照片反馈到群里，尤其是当看到办理部门的同志从最初的抵触不理解，到协商后主动提线索、交题目的转变时，更加坚定了自己要用心用情反映好社情民意信息的决心。

心系国之大者，情牵万家灯火。为了进一步做好新时代反映社情民意信息工作，2023年永川区政协印制了“实施好一套办法、开好一次会议、建好一支队伍、办好一次培训、写好一个报告、每季度通报一次、每年评选表彰一次、拓宽一批信息收集渠道、开好一列‘直通车’、搞好每一场‘社情民意面对面’”等“十个一”作战图。

“开好今天这个会议，就是我们今年的重要任务之一。”区政协主席文良印说，永川区政协将不断增强做好反映社情民意信息工作的责任感和使命感，努力推动反映社情民意信息工作再上新台阶，实现“直通车”提速，“面对面”增效。



近日，宁夏石嘴山市惠农区消防救援大队联合石嘴山市第二十一中学开展“‘井’上添画，消防安全记心中”科普绘画活动，以此增进群众对消防知识的了解，提高群众消防安全意识。

本报记者 范文杰 摄

## “小修小补”地图体现城市管理“绣花功夫”

徐曙光

近日，广东东莞官微“东莞发布”上线了一幅“便民地图”。当地市民只要打开地图，就能找到附近的“小修小补”店铺。当地的“小修小补”从业者也可根据地图上的指引添加相关信息，通过审核后，自己的小店便能在地图上显现。

前不久，商务部、住建部等12部门联合印发《关于推进城市一刻钟便民生活圈建设的意见》，提出要在居民步行15分钟左右的范围内，建设可以满足日常生活基本消费和品质消费的多业态集聚的社区商圈。“一刻钟便民生活圈”不仅包括一日三餐所涉及的菜市场、早餐店、便利店等，也包括不起眼的维修点，满足居民修鞋、修自行车、配钥匙、改衣服等“小修小补”的需要。众所周知，不少“小修小补”的店铺和摊位一般都分布在城市街巷里弄比较偏僻的位置，如果居民第一次前去修补，难免

会遇到一时找不到地方的烦恼，而有了“小修小补”便民服务地图，打开手机就能一目了然，及时找到所需要的修补店铺和摊点，快捷又方便。由此可见，政府的为民服务并不一定要干惊天动地的大事，多深入基层，多深入群众，多从细节入手，时刻急群众所急，为群众排忧解难，及时发现基层群众存在的实际困难，有针对性地帮助基层解决一些实际问题，自然就会受到群众的欢迎和点赞。广东东莞的“小修小补”便民地图，看似小事，实则体现了城市管理需要下足“绣花功夫”，便民服务没有止境。如此做法也是心系群众、为民服务的生动注脚，值得其他部门和各地借鉴。



## 怎样写好社情民意信息？他们把工作会开成了『研讨会』

本报记者 凌云 通讯员 刘静嘉怡

## 最大的民生，“绽放”上海广中西路288号

本报记者 顾意亮

3月末的上海，恰是“樱花季”。在位于广中西路288号的大宁公园内白沙滩一侧，朵朵樱花悬在枝头，很美，但并不华美。

在白沙滩的另一侧，一顶顶红色帐篷依绿地蜿蜒500米，亦美。这是由上海市静安区政协打造的“就业季”——2023年政协委员单位暨百家企业招聘会。

3月24日下午，入驻现场的183家企业按照静安区六大产业分类，提供了3238个就业岗位。其中，就有34家政协委员单位的积极参与。

部门，为求职者、委员单位搭建平台，推动解决“就业难”与“招工难”的实际问题。”静安区政协主席丁宝定如是说。

就业是最大的民生，如何破解？区政协和区人力资源和社会保障局、工商联、总工会、科委、国资委、商务局、团区委以及市北高新集团等单位经过多次协商，提出今年的活动要在支持重点企业用工和保障重点群体就业两方面既显力度、更具温度。

一方面是服务区域发展需求，充分贴合静安区产业经济发展特征，涵盖不同类型用工需求；另一方面是扩大就业服务对象，延长服务半径，广泛邀约社区各类高校毕业生、各类未就业群体参加。

记者看到，在大宁公园停车场内，大巴车上走下来一批批年轻人。这群来自同济大学、华东理工大学、上海财经大学等沪上10所高校的应届毕业生，也来到了招聘会现场。

“欢迎同学们的到来。”区政协委员单位俐奥特（上海）商务咨询有限公司的负责人告诉记者，“参加活动之前，委员们就商量好了，重点聚焦大学生等求职群体，尽可能为他们提供更多适配岗位。”

这边厢，在招聘会现场，上海农商银行静安支行、上海静安置业（集团）有限公司、华院计算技术（上海）股份有限公司等企业开展了“直播岗岗”，提供线上

招聘渠道；那边厢，“春暖静安 筑梦未来”分享会上，区政协委员徐俊、饶志芳、孙云立、邓明义结合个人经历，围绕“对大学生择业和慢就业的看法和建议”“企业如何提高人员招聘效果”“政府如何在稳就业上更有作为”等话题与大学生代表互动交流。

分享会主持人王霆委员对记者说，“我们骑顾客文化也是政协委员单位招聘会的常客，我也曾在这里分享过自己创业的经验。就业是最大的民生，政协委员就是要促进民生改善作为履职着力点。不仅是我，在这里参与活动的每一位委员，都心系民生福祉，激发家国情怀。”