

委员解读：“宝藏小城”为何受偏爱？

本报融媒体记者 周佳佳 徐康辉

从天水麻辣烫刷屏、淄博烧烤“复刻”、安吉“村咖”出圈，到泉州簪花让人“上头”、延吉因变装“朝鲜族公主”成旅拍新秀……近年来，“宝藏小城”竞相“出圈”，以其独特的魅力和优势，逐渐成为游客的新宠，也成为经济发展的新增长点。

“下沉”旅游让“宝藏小城”上演双向奔赴

5月6日，文化和旅游部发布的数据显示，今年“五一”假期，越来越多下沉市场旅游目的地受到欢迎。

何谓“下沉”旅游？全国政协委员、文化和旅游部数据中心主任戴斌解释称，“下沉”旅游即消费者更倾向于选择到小众旅游城市或知名度较低的景点旅游。

那么，为何越来越多的游客把假期交给一个“小地方”？在戴斌看来，高情绪价值成为旅游目的地出圈的流量密码，而这些“宝藏小城”恰恰能给游客们带来难得的松弛感和疗愈性。

如今，“宝藏小城”正以其独特的魅力吸引着越来越多的游客。全国政协委员、中国旅游集团原董事长陈寅分析称，

这首先与消费需求特征紧密相连。“如年轻游客的消费需求特征是，关注性价比、追求小众独特、享受精神自由，小城市更契合年轻客群的需求。”

“其次，文旅融合进一步提升了城市核心吸引力。”陈寅举例称，如天水麻辣烫、泉州簪花等，每个走红的小城市都有一个标签，“无论是美食标签、文化标签，还是情景人物标签，都增添了城市的内涵和魅力，更容易打动年轻客群。同时，不少小城市注重文旅活动引流，举办各类节庆活动、演唱会、音乐节、艺术展和体育赛事，这些都是年轻客群所喜爱的。”

陈寅进一步表示，旅游基础设施日益完善和提升，为小城走红提供了基础。第一，随着航空、高铁、公路路网持续完善，交通便利性和城市通达性大幅提升；第二，低线城市的资源品质不断提升；第三，酒店集团加大低线城市中高端酒店布局，接待能力显著提升。第四，配套服务体系日益完善，旅游行业从业者行为更加规范，很多城市靠温度和有品质的服务和好客热情的淳朴民风受到消费者喜爱。

“社交媒体的带动，也是城市出圈的密码。”陈寅表示，数字时代，年轻客群

喜欢通过社交媒体分享体验和经历，小众目的地更容易成为社交媒体的热门话题，吸引同龄人去打卡。同时，地方文旅单位围绕美食、文化、民俗等概念推动全渠道营销，打造网红产品，提升了目的地流量。

“宝藏小城”带来的“泼天富贵”

美团数据显示，今年“五一”假期，全国县域本地生活服务消费同比增长37%。

如戴斌所说，旅游正加速进入城乡居民的日常生活，每一座充满烟火气和文化味的城市，每一个彰显生态之美和人民幸福的乡村，都可能是主客共享的美好生活新空间。数据的背后，是“宝藏小城”旅游为经济增长增添的信心与动力。

“文旅产业对于拉动经济增长的强劲作用，已成为社会各界的共识，不仅是融合了政府端、行业端、消费端，更融合了第一、二、三产业的供给链条和产出链条。”全国政协委员、希肯国际文化集团董事长安庭表示，文旅产业是一个具有广阔发展前景和巨大潜力的产业领域，在刺激消费、促进就业、促进城乡一体化发展、推动文化传承、强化城市形象和品牌建设等方面发挥着多重作用。

据联合国世界旅游组织测算，旅游收入每增加1元，可带动相关行业增收4.3元，旅游业每增加1个就业岗位，可间接带动7人就业。

“旅游行业作为综合性行业，涉及国民经济多个行业和部门，具有产业关联度高、综合带动能力显著等特点。可以看出，旅游业对经济增长具有较强的带动作用，也是促进就业的重要力量。”陈寅表示。

旅游业是扩大内需的重要方式。陈寅介绍，2023年我国旅游业强劲复苏，新玩法、新场景、新现象、新业态层出不穷。“如‘特种兵打卡式旅游’‘盖章式旅游’、演唱会旅游、贵州‘村超’‘村BA’‘City Walk’爆火、‘国风国潮沉浸穿越’等，这些新业态、新玩法、新场景进一步满足了人民群众对美好生活的向往，激发了消费潜力，在扩大内需、促进经济增长方面发挥着重要作用。”

“同时，也应该看到旅游业在推动共同富裕方面的重要作用。”陈寅表示，许多偏僻贫困的乡村凭借良好的自然生态环境和独特的人文环境，通过发展旅游业，使吃、住、行、游、购、娱等旅游要素转化成对欠发达地区相关产业的整体拉动力，带动了当地经济社会全面活跃。

看中国

“当今世界，互联互通才是一种有效策略，而不是‘脱钩断链’或所谓‘去风险’，这是匈牙利和中国的共识。”尽管一些人鼓吹孤立与分裂，试图将世界割裂开，但“脱钩断链”和所谓“去风险”不符合匈牙利国家和人民的利益。

匈中关系进入历史最好时期

——访匈牙利总理政治政策主任欧尔班·鲍拉日

新华社记者 殷晓圣 陈浩

“习近平主席此次访问匈牙利彰显了匈中关系进入历史最好时期，两国合作迎来新高峰。”匈牙利总理政治政策主任欧尔班·鲍拉日日前在布达佩斯接受新华社记者专访时说。

匈牙利是首个同中国签署“一带一路”合作文件的欧洲国家。近年来，两国在投资、经贸、绿色发展、科技创新等领域深入合作，取得丰硕成果。

欧尔班·鲍拉日说，共建“一带一路”倡议同匈牙利“向东开放”战略高度契合，构建起连接欧亚的贸易和文明通路。在他看来，共建“一带一路”倡议没有停留在理论上，而是付诸实践。作为共建“一带一路”的标志性项目，匈塞铁路采用领先技术，连接了欧盟和邻近的非欧盟地区，满足了有关国家的需要。

“当今世界，互联互通才是一种有效策略，而不是‘脱钩断链’或所谓‘去风险’，这是匈牙利和中国的共识。”欧尔班·鲍拉日说，尽管一些人鼓吹孤立与分裂，试图将世界割裂开，但“脱钩断链”和所谓“去风险”不符合匈牙利国家和人民的利益。

“对我们来说，中国不是一个威胁，而是一个机会。”欧尔班·鲍拉日说，“我们期待出现一个建立在信任与合作基础上的世界秩序。中国可以为建立这样一个新秩序发挥非常重要的作用，为许多国家带来新的机遇。”

“我们相信，匈中两国相互信任、相互尊重，将为世界和平与经济繁荣作出持续贡献。”欧尔班·鲍拉日说。

中国品牌加速走向世界

——2024世界品牌莫干山大会观察

5月11日，2024世界品牌莫干山大会在浙江德清举行。本次大会以“品牌，让世界更美好”为主题，来自世界各地的4000余位代表齐聚一堂，聚焦全球品牌话题，汇聚全球品牌观点，发出全球品牌声音。

浙江省政协主席廉毅敏在致辞中表示，浙江大力推进质量提升、标准创新和品牌培育，努力推动“浙江制造”迈向全球高端，打造“浙江服务”发展高地，铸就“浙江工程”卓越品质，树立“浙江环境”最美标杆，高水平建设品牌强省，为勇当先行者、谱写新篇章提供有力支撑。浙江将学习借鉴各地品牌建设的好经验好做法，共享发展机遇、共创美好生活，在打造品牌强省中更好展示经济蓬勃生机。

数据显示，近10年，入选世界品牌500强的中国品牌数量由29个增至48个，10个品牌进入100强，中国品牌知名度、美誉度和影响力不断攀升，成为引领全球潮流的代表。

两年前，中国服饰企业波司登旗舰店在伦敦的南莫尔顿街及牛津街转角重启。开业当天，旗舰店楼下排起长龙。

“中国服饰企业正在通过塑造产品品质、研发设计、技术标准，改变全球消费者对中国制造、中国品牌的传统认知。”波司登集团董事长兼首席执行官高德康在品牌大会上说，波司登的出海“秘诀”，就是融汇东西方文化的创意设计和科技功能，展现出中国品牌的专业实力和时尚创意。

“中国品牌正加快迈向全球产业链中高端。”“云经济学”之父乔·韦曼说，过去5到10年间，中国的进步非常惊人，例如全球专利数量，中国领先世界，“5G技术及其以后的发展，中国一直是高科技领域的主要创新者和研究力量”。

从只有8名员工的家庭作坊起步，到现在业务遍及140多个国家和地区，创立于1984年的正泰集团现已成为全球知名的智慧能源系统解决方案提供商。

全国政协常委、正泰集团董事长南存辉说，企业要依靠科技创新、树立工匠精神，提升产品质量和品牌价值，与此同时，还要不断拓宽全球视野，加强企业全球化的广度与深度，进而提升国际影响力。

“二十四节气”“茅台美学十题”“印象茅台”……中国白酒品牌茅台在其海外社交媒体账号运营过程中，不断从传统文化中汲取灵感，将其独特风韵与自身品牌文化相结合，打造出一系列吸引海外受众的“爆款产品”。

越来越多中国品牌“授人以渔”，让世界共享中国发展的红利。在澳大利亚、葡萄牙和格鲁吉亚，国家电网积极参与公益活动，资助民间公益机构和残疾人事业，充分展示中国品牌真实、友善、可亲的形象。

从本土品牌崛起回国潮流行，从中国产品到中国服务，从品牌自信到品牌出海……有专家指出，制度优势、需求优势和供给优势，为中国品牌的发展壮大提供了坚实支撑，为中国企业高质量发展提供了有力依托。持续完善边境贸易支持政策、全面实施跨境服务贸易负面清单等一系列有效举措的出台，更显示了中国特色品牌发展的坚定决心。

本次大会由新华社品牌工作办公室、中国国家品牌网主办，设置开幕式暨主论坛、中外企业家草坪故事会、中国品牌价值评价信息发布暨论坛、世界500强品牌发展论坛、品牌国际传播高峰论坛、环球品牌创新发展智库论坛等数十场主体活动，并配套文化交流、品牌健康跑、无人机空中秀、品牌推介会、品牌品鉴会、城市推介会、企业家高端访谈等特色活动。

2017年起，中国将每年5月10日设定为“中国品牌日”。世界品牌莫干山大会作为中国品牌日的代表性活动之一，将持续为中国和世界品牌建设提供优质专业服务和决策参考支持。（本报综合新华社 记者 殷晓圣 郝梦雨 顾小立）

记者札记

讲好“小城故事”

周佳佳 徐康辉

“宝藏小城”想要把“流量”变“留量”，讲好“小城故事”是一道必答题。

采访中，委员们也给出了自己的答案。

陈寅委员认为，持续创新的业态、日益丰富的产品内容是让城市旅游持续火热的根本。

北京市政协委员、北京市工商联副主席李志起提出，小城市应敏锐地捕捉商机，以旅游业作为引领经济发展的龙头，

重新审视并调整自身的产业结构。在这个过程中，“接二连三”的产业融合生态成为关键发展策略。即以旅游业为核心，连接第一产业（农业）和第三产业（服务业），同时促进第二产业（工业和建筑业）的发展。

具体来说，小城市和县级城市应通过旅游业的发展，拉动与之紧密相关的餐饮、住宿、交通、娱乐等行业协同增长。这不仅包括提升现有服务行业的质量和水平，

还包括引入更多元化、高品质的服务提供方，以满足游客日益增长的需求。

同时，这些城市还需要深入挖掘当地的自然、历史和文化资源，将这些元素融入旅游产品和服务中，打造出独具特色的旅游品牌。可以通过举办各类文化节庆活动、民俗表演等，进一步丰富旅游内容，提升游客的参与度和满意度。小城市和县级城市还应注意做强第二产业，特别是加工业。可以大力发展特色农产品加工和手工艺品制作等产



亚洲首艘圆筒型“海上油气加工厂”启运珠江口盆地

5月12日，由我国自主设计建造的亚洲首艘圆筒型“海上油气加工厂”——“海葵一号”从中国海油青岛国际化高端装备制造基地离港启运。

张进刚 摄

民政部：春节期间累计为困难群众发放补贴逾30亿元

本报讯（记者 赵莹莹）5月10日，民政部召开2024年第二季度例行新闻发布会。民政部新闻发言人武增锋通报今年第一季度民政重点工作进展。据统计，春节期间，各地累计为困难群众发放一次性生活补贴30.8亿元，惠及1160万人。

民生兜底保障方面，民政部指导各地贯彻落实国务院办公厅转发民政部等单位《关于加强低收入人口动态监测做好分层分类社会救助工作的意见》，目前已有19个省份出台配套文件或落实措施，全国低收入人口动态监测平台监测对象达到8015万人。

社会组织管理方面，民政部召开2024年全国社会组织登记管理工作电视电话会议。出台《社会组织名称管理办法》，扎实开展中央财政支持社会组织参

与社会服务项目，持续推进社会组织乡村振兴结对帮扶和援藏援疆工作。

社会事务管理方面，民政部召开流浪乞讨人员救助管理工作部际联席会议，部署开展救助管理区域性中心试点工作，指导各地持续做好“寒冬送温暖”专项救助行动。持续加强残疾人两项补贴资金发放监管，两项补贴制度分别惠及1183.6万困难残疾人、1592.7万重度残疾人。深入开展“精康融合行动”，促进精神障碍患者回归家庭和融入社会。

老龄工作方面，民政部会同有关成员单位组织实施老年助餐服务持续推进行动、特殊困难老年人家庭适老化改造行动、法律服务助老助老行动、银龄行动等“四大行动”。联合交通运输部等部门出台《关于进一步加强适老化无障碍出行服务工作的通知》，积极推进老年友好型社会

建设。

儿童福利保障方面，健全完善儿童福利相关政策法规，民政部会同相关部门制定出台收养相关政策文件。组织召开儿童福利机构安全管理暨档案信息化建设推进视频会，持续开展儿童福利机构“精准化管理 精细化服务”质量提升行动。推动建立流动儿童和留守儿童统计监测制度，研究制定加强流动儿童关爱保护行动方案。截至目前，集中养育孤儿和社会散居孤儿基本生活平均保障标准为1928.3元/月和1478.4元/月，同比分别增长5.3%、6.5%。

慈善事业促进方面，民政部贯彻落实新修改的慈善法，启动相关配套政策的制定（修订）工作。截至目前，全国现有慈善组织14791家，全国已备案慈善信托1762单，信托财产总规模逾71.4亿元。