

城市出圈：从网红流量到创生力量

□ 张 铮



从热度持续不退的西安、重庆、长沙、苏州，到2023年爆火的山东淄博、福建泉州、贵州榕江县、天津、广东南海、河南洛阳和开封，再到2024元旦期间的哈尔滨以及后续的天水麻辣烫……城市的“网红”效应不仅带来了海量游客，为当地带来可观的文旅消费收入，还改变了民众对地方的刻板印象，提升了民众对当地的形象认知，成为城市塑造新形象，吸引新消费，引领新时尚，培育新业态的难得机遇，甚至成为城市营商环境的整体检验和城市管理者治理能力的集中测试，为“城市更新”与“乡村振兴”开辟了可借鉴的新思路和可持续的长线路径。

得到验证的“网红城市传播”模式

近几年，越来越多的城市经由短视频平台的口碑传播和乘数效应开启了“出圈”之路，尤其是地方文旅经济借势而上，打造出一个个人们争相“打卡”或“种草”“拔草”的“网红”目的地。

综合考察一系列“网红”城市的建设路径，可以发现偶然背后的必然规律，基本遵循“地方文化特色鲜明的话题引爆社交媒体传播——多元化文旅产品与服务确保游客高质量体验——政府高水平执政与治理提供保障”的路径。

首先，在传播渠道和过程上，短视频因其内容新奇、节奏明快、叙事简洁、内容模式丰富，成为近年来城市传播的“引爆点”。如“村超”是因为一位村民踢出一脚“世界波”的草根球员“超神表现”，重庆是因为李子坝站的“轻轨穿楼”的“未来”科技感，西安是因为一首《西安人的歌》及其作为背景音乐的城市景观。研究显示，城市的背景音乐（BGM）、饮食（Eating）、新鲜景观（Scenery）和高新科技设施（Technology）构成的BEST要素最具短视频传播价值。另外，城市的品牌打造需要建立从“网红爆款”到“长线IP”的思维。如哈尔滨早在2023年年初就开始运用新媒体平台多维度宣传旅游，策划了很多高流量的IP，比如“逃学企鹅”“歌声里的黑龙江”等，这些IP逐个引爆黑龙江的旅游市场。网红城市要主动求新求变，让更广泛的老百姓都成为主动传播的自媒体。贵州榕江县长徐凯说：“让手机成为新农具，数据成为新农资，直播成为新农活”。榕江一直在引导和培训大量的草根乡村网红，民族服饰、乡村非遗、地方美食等都成为网友关注和购买的对象。

其次，城市的“网红”传播需要依托城

■综合考察一系列“网红”城市的建设路径，可以发现偶然背后的必然规律，基本遵循“地方文化特色鲜明的话题引爆社交媒体传播——多元化文旅产品与服务确保游客高质量体验——政府高水平执政与治理提供保障”的路径

■网红城市，需要力促游客从“始于好奇”向“陷于文化”“忠于体验”转化，才不致“昙花一现”



5月3日，游客在哈尔滨中央大街上的马迭尔冷饮厅购买冰棍。（资料片）

市的地方文化特色和精神品质，为城市打造“城设”——即城市的“人格化设定”。例如，哈尔滨的文旅产品中，冰雪大世界、中央大街、冻梨、索菲亚大教堂、东北洗浴等都是网络热词。而且，要认识到随着以“地方风物”为资源打造网红IP的边际效益递减，游客对情感体验的需求上扬，网红城市IP逐渐由“物”向“人”转移，特色文化与地方精神成为新的网红景观。如天津“跳水大爷”们二十年如一日的业余爱好火爆起来，更多是其在跳水前喊出那句“生存1分钟，快乐60秒”所反映的松弛和快乐，幽默的天津市民形象使之成为一种景观，打动了屏幕前的观众，吸引游客亲身探访。

最后，城市需要建立“以游客为中心”的服务思维，文旅部门牵头提供高效保障”。正如哈尔滨“花式宠游客”让游客称其具有“讨好型市格”一样，“流量”的承载一方面看城市的文旅产品供给能力，更关键还要看城市的承载能力和过硬的服务品质。这要求城市能够实现精细化管理，持续优化游客体验。如河南光山主推建设“儿童友好型城市”，提出全县政府部门都要“以90公分眼光看世界”，为孩子们提供周到服务，2023星期的丰富活动得到大量亲子游客的好评。

将流量转变为地方发展的内生力量

打造网红城市IP成为当前地方文旅经济发展的重要路径，但我们也要认识到其中存在一些必须重视的问题或应对的挑战，例如：如何真正将“网红”打造为“长红”IP；如何借力城市热度塑造和提升城市形象，改善城市营商环境，建立高效服务型政府；如何在城市IP塑造中守正创新，倡导社会主义核心价值观；如何借助城市IP打造推动地方“创生力量”，为地方经济发展注入内生动力等。针对这些问题，应从以下几个角度着手，将流量真正转变为地方发展的内生力量。

第一，坚持以守正创新的方式打造城市IP，以优秀文化涵养城市IP的地方性、故事性与人格性。

借助国潮、游戏电竞、剧本娱乐等新兴消费的发展契机，做好历史文化遗产的创造性转化与创新性发展。梳理研判地方季节性传统文化娱乐项目的转化机制，打造一定地域内共享的文化仪式。从地方史志、民间传说、文艺创作中为地方文化IP提供强地方性、可转化表达的文化基因；增强游客对文

努力建设高质量专业化金融人才队伍

□ 相 欣

《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》明确提出，要深化金融体制改革。金融是国民经济的血脉，是国家核心竞争力的重要组成部分。加快建设金融强国，坚定不移走中国特色金融发展之路，推动我国金融高质量发展，离不开金融人才这一关键力量。在今年年初省部级主要领导干部推动金融高质量发展专题研讨班开班式上，习近平总书记深刻阐释金融强国的深刻内涵，明确提出要拥有“强大的金融人才队伍”。金融业高质量发展的关键是人才供求的适配。金融人才在优化金融资源配置、推动金融创新和发展，识别和防范化解金融风险，促进金融供给侧结构性改革和金融业高质量发展等方面起着关键性作用。金融领域专业性强、复杂程度高，要按照政治过硬，能力过硬，作风过硬的标准，锻造一支堪当建设金融强国重任的高素质专业化金融人才队伍。

当前山东金融人才队伍总量不断壮大,但仍存在差距

作为我国经济大省，山东省金融业发展迅速，金融人才队伍总量在不断扩大。《山东统计年鉴》数据显示，截至2022年底，山东省金融业城镇非私营单位就业人员为57.7万人，比2012年底增加了20万人。同时，2022年底的金融业就业人员在全国城镇非私营单位就业人员中占比5.34%，比2012年底上升了2.35个百分点。此外，在非国有和集体金融机构就业的比例自2012年末的63.30%逐年上升到2022年末的89.25%，在国有和集体金融机构就业比例由36.70%下降到10.75%，这一数据反映了过去十年山东省非国有金融行业人才队伍的蓬勃发展。然而，与金融强国建设的人才需求相比，当前山东金融人才队伍建设还存在一定的差距，金融人才引进还存在以下问题。

第一，金融人才培养模式未能匹配现实发展需求。山东高校金融类人才培养模式与市场需求明显脱节，主要表现在三个方面。首先，高校金融类课程设置通常滞后于金融实践的发展，过于偏重金融基础课程和理论课程，忽视了教育与产业的联系；关于金融科技所聚集的人工智能、区块链、云计算、大数据等前沿交叉内容涉及较少，导致学生毕业后

■金融人才的培养必须与金融实践密切结合。中央金融工作会议提出“金融要为经济社会发展提供高质量服务”，这对金融专业的学科建设和人才培养提出了更高的要求。山东需要加快深化产教融合的金融人才培养模式改革，实现产学研有效结合和深度融合。以金融强国建设的实际需求为导向，加强高等院校、研究机构与金融机构、金融交易所、金融监管部门等合作，推动产教协同育人平台建设

未能具备从事金融科技等复合型岗位需求的能力。其次，教学方法滞后，金融实训不足。金融教学仍旧是以教师在课堂教授理论性知识为主，存在纸上谈兵、黑板上讲股票和期货等现象，缺乏对金融行业实操模拟演练；校外实训基地建设流于形式，学生很难真正感受到实际的操作环节，这些现状很难有效地培养学生的动手能力和实践能力，难以将理论知识与金融实践结合起来，无法适应市场的需求。最后，高校对于金融专业学生的考核仍旧以书面闭卷考试为主，重理论而轻实践，缺乏对于学生金融实践能力的培养与考核，导致学生金融实践和创新能力不足。

第二，缺乏高端和具有国际化视野的金融人才，随着数字化转型的深入推进和金融科技的快速发展，各大金融机构和企业对于创新型、复合型高端人才的需求热度进一步提升，中央金融工作会议提出“五篇文章”为新质生产力发展提供金融支持，这些都离不开高端专业人才作为基础支撑。此外，金融具有高度全球化的特点，近年来随着中国企业国际化经营的扩张和国内高净值群体对全球资产配置需求的增加，金融业面临着日益增长的全球化需求，急需国际化视野的金融人才，需要具备全球化的视野和思维方式，能够从全球化角度分析金融问题，了解全球金融市场的发展趋势，把握全球经济和国际金融市场的机遇与挑战。然而山东这类金融人才明显供应不足，远远不能满足细分赛道对于高端和国际化人才的需求。

第三，金融人才建设存在省内区域发展不平衡问题。虽然山东金融人才队伍总量不断扩大，但存在严重的区域发展不平衡问题。《山东统计年鉴》数据显示，2022年底全省金融业从业人员为57.7万人，就各城市人才总量分布来看，第一梯队的济南（9.1万）和青

岛（9.1万），远高于第二梯队的临沂（4.8万）、济宁（4.5万）和烟台（4.1万），最后梯队的人才总量严重偏低，具体有滨州（1.5万）、东营（1.4万）和日照（0.9万）。值得注意的是，虽然济南金融人才总量一直领先于省内其他城市，但近十年其人才总量处于波动变化状态，人才数量由2012年的6.1万人上升到2017年的10万人，然后逐步下降至2019年的8.1万人；且近三年呈现先上升后下降的趋势（2020年9.3万人，2021年10万人，2022年9.1万人），数字金融、数字经济

推动实现金融人才队伍量质齐升

建设高质量专业化的金融人才队伍是一项系统工程，要注重产学研深度融合，需要多措并举，全面发展，确保实现金融人才队伍量质齐升。

第一，面向金融领域的前沿发展，推动金融产学研融合发展。金融人才的培养必须与金融实践密切结合。中央金融工作会议提出“金融要为经济社会发展提供高质量服务”，这对金融专业的学科建设和人才培养提出了更高的要求。山东需要加快深化产教融合的金融人才培养模式改革，实现产学研有效结合和深度融合。以金融强国建设的实际需求为导向，加强高等院校、研究机构与金融机构、金融交易所、金融监管部门等合作，推动产教协同育人平台建设。建设金融市场最前沿的实践经验，学术研究与课堂教学有机融合的长效机制，打造专业学科培育实验室，积极引入行业数据库和企业内专家资源，培育优秀的本科实验教学指导教师，全方位提升学生的实践能力和操作技能。

第二，专注金融领域高质量发展的新趋

势和新的挑战，研究山东未来金融发展对人才的需求演变趋势。特别是要围绕中央金融工作会议的部署加强做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇文章，梳理当前和未来山东金融人才需求的总体规模、基本结构和重点领域，为金融人才队伍的建设设立明确的战略愿景。在此基础上，需要进一步推动未来山东金融高质量发展所需要的人才知识结构，了解行业前沿发展趋势，最新的专业技术和国际行业标准。支持金融业高水平开放，提高从业人员与国际接轨水平，兼顾“引进来”和“走出去”。一方面，着力推动“引进来”，吸引更多国际高素质金融人才来山东工作，提高从业队伍国际化水平；另一方面，加强“走出去”，鼓励从业队伍拓宽国际视野，扎实学习国际先进金融理论与前沿金融科技工具，深化和国际同业的交流互学。

第二，以社交媒体为主要平台，筑牢城市传播的群众基础，畅通城市IP“出圈”的传播渠道，打造城市IP的亲合力、感召力和传播力，强化其国际传播能力。

要高度重视地方居民本地文化知识和自觉传播意识的培育，积极在公共文化设施与机构中开展蕴含地域性、地方文化特色、礼仪规范、民风民俗、民间曲艺的节日庆典、民俗展演、院团表演等各类活动，提升居民对本地文化的了解和认同，自发担任城市代言人与推荐官，在口口相传中构筑庞大的传播网络基础。重视打造运营具有反差性、新奇性、话题度的地方事件，使之契合以Z世代为代表的传播主体的个性特征，在引起共鸣的基础上促使其参与传播网络。重视网红博主在城市推介上所具有的“以点带面”能力，在打造城市IP过程中，积极发展有影响力的国内国际社交平台上的网络红人担任城市美景代言人和推荐官，促进更多粉丝群体向地方游客的转化，加强优质文旅产品的国际传播。

第三，加强地方政府文化资源IP化的运营能力，围绕城市IP推动文旅产业链的补链延链强链，用网红流量激活地方创生的内驱力。

网红城市，需要力促游客从“始于好奇”向“陷于文化”“忠于体验”转化，才不致“昙花一现”。国内城市需要进行深入细致规划，发展精品化的主文化场景与多元化的副文化场景，推进特色文化的商品化和市场化，如推进地方场景与文化仪式融合，推进文化体验与文旅线路融合，满足游客对“吃住行游购娱”等基础需求之外的研学、休闲、亲子、猎奇、康养等多样需求，打造“人无我有”的标杆性文化场景。要着力提升城市IP运营能力，鼓励以城市核心文化IP为母体发展配套的文化产业链；构建本地文化资源价值评估体系与文化资产数据平台，加强地方文旅部门作为文化资产持有方与国土资源、市政、园林绿化、交通运输、商务、物价等空间资源持有方、市场监管方等部门之间的协同决策机制，建立城市运营共建联席会议制度，引入“提升城市形象”“改善营商环境”等相关绩效衡量指标，突破过去文旅部门主导的体制机制，共同促成文旅消费和网红城市IP作为“地方创生”的内在驱动力。在更广泛的维度上，城市间还应重视合作，以高铁等交通线性融合方式凝聚城市间合力，构筑超级IP，共同讲述地区故事，形成大IP带小IP的区域良性发展格局。

（作者系清华大学新闻与传播学院副院长，特聘副教授）

发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点。乡村新质生产力表现在哪些方面？如何因地制宜发展乡村新质生产力？带着这些问题，笔者一行深入临沂市兰山区方城镇进行了实地调研。调研发现，农业农村发展相对缓慢，乡村少“新”缺“新”现象比较普遍，唯“新”怕“新”的人也很常见，因此，需要我们辩证看“新”、善于用“新”、大胆创“新”、改革领“新”，因地制宜发展乡村新质生产力。

辩证看“新”

新质生产力，特点是创新，关键优质，本质是先进生产力。因地制宜发展乡村新质生产力，要做到辩证看“新”，就是要严格按照新发展理念的要求，不唯“新”、不恐“新”、不怕“新”。

体现在对“新”的理解上，一是要坚持全面看“新”，创新既包括技术创新、业态模式创新，又包括管理创新和制度创新，对于发展乡村新质生产力而言，管理创新和制度创新更重要；二是要坚持分层看“新”，创新不仅是全面的，而且还是分层次的，既包括“高大上”的原创新、颠覆性技术创新和前沿性技术创新，又包括“接地气”“乡土味”的小发明、小创造，甚至是生产工具、生产工艺和流程的小改良，对于发展乡村新质生产力而言，这些小发明、小改良、小创造更实际。

体现在“新”成果运用上，一是坚持向“新”而行、向“上”生长，以科技创新成果催生新产业、新模式、新动能，培育壮大新兴产业，布局建设未来产业；二是坚持对“旧”发力、向“下”扎根，以科技创新成果改造升级乡村产业，为乡村产业补链、延链、升链，不断推进乡村产业高端化、智慧化、绿色化。因地制宜发展乡村新质生产力，要做到辩证看“新”，还要处理好科技创新与科技创新成果运用之间的辩证关系，鉴于乡村产业基础薄弱、科研条件不足的客观现实，科技创新固然重要，但科技创新成果的运用更现实，业态模式创新、管理创新、制度机制创新更可行。

善于用“新”

以科技创新推动产业创新，表现形式就是催生新产业、推动产业深度转型升级。在乡村普遍少“新”缺“新”的情况下，因地制宜发展乡村新质生产力，要做到善于用“新”，创新运用大数据、云计算、物联网、新材料、新能源、生物科技、可再生能源等科技创新成果，全面激发激活乡村生产力中劳动资料、劳动对象等全生产要素活力，全面改造、提升和升级乡村产业链供应链。

因此，善于用“新”就要将先进科技创新成果运用到乡村产业和产业链上，积极改造提升传统农业，推动短板乡村产业补链、特色优势产业延链、传统农业升链，以提升整个乡村产业链供应链韧性和安全性；要善于运用先进的生物科技、高科技制备工艺，在改良土壤、激活和提高土壤生态生产力上下功夫，不断推进土壤的有机化、低碳化，进而不断推动农业产业向着有机健康、绿色低碳发展；要善于综合运用稀土元素光、电、磁、化学等特殊性能原理，在改革创新农业生产工具、提高农业生产效率和农产品质量上下功夫，如稀土高效光能膜的成功研发，既增强了植物的光合作用，促进了植株生长发育和养分吸收，又显著提高了植物的产量和质量；要善于运用新平台，在培养发展乡村新质生产力、推动乡村高质量发展急需人才上下功夫，如创造性运用“教授工作站”“农科小屋”“田间学校”等新平台，既普及了先进的农业科技、农田管理经验、电商直播技能等，又为因地制宜发展乡村新质生产力培养了新型职业农民。

大胆创“新”

新质生产力是由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级而催生的，因地制宜发展乡村新质生产力，必须克服怕“新”恐“新”心态，立足乡村的资源禀赋、产业基础、科研条件等，以敢为人先的勇气大胆创“新”，在科技创新、业态模式创新上量力而行、尽力而为，在管理创新、制度创新、机制体制创新上先立后破、大胆作为，在全方位推进产品创新、品牌创新、产业组织创新、商业模式创新上可行可试、创新作为。

因此，要做到大胆创“新”，就要在创新党建引领方式上下功夫，产业发展到哪里，党支部就跟进到哪里，产业链延展到哪里，党员就聚焦在哪里，以确保党建的引领作用沿着产业链、运营链畅通传导；要在创新土地资源整合模式上下功夫，坚持“政府主导、国企主建、镇村主管、主体主管”，从而实现规模化经营，提高农户的亩产值；要在创新产业融合模式上下功夫，坚持“商会+联合社+合作社”，种养搭配、循环发展，促进不同产业融合发展、合作共赢，降低生产成本，提高农产品质量，形成村与村、产业与产业之间抱团发展的合力，提升乡村产业投资吸引力和农产品市场竞争力；要在创新产品营销模式上下功夫，坚持“农校对接、农超对接、农企对接、农社对接”，保障消费者的合法权益，实现农产品产销融合、供销一体，解决农产品生产难、销售更难的问题。

改革领“新”

培育和发展新质生产力，需要形成与之相适应的新型生产关系。土地是农业最重要的生产资料，是农民赖以生存和发展的最基本的物质条件。通过全面深化农村生产关系改革，打造新的土地整合托管模式，形成与乡村新质生产力相适应的新型乡村生产关系，可以有效打通影响甚至阻碍农民增收致富的卡点和堵点，在共享发展中实现农业增效、农民增收、农村增活力。

通过土地资源整合模式的创新，对乡村分散、混乱、规模小、收益低的土地资源统一规划、整合、管理，可以实现“1+1>2”的效果，整合后平均每村土地使用面积增加，溢出土地所获得的收益归村集体所有，可为村集体增加收益；同时，村集体还可以通过设施使用、田间管理等方式增加收入，拓宽村集体增收渠道，实现村集体增收。

通过土地资源托管模式的创新，可实现乡村“三个转变”，即土地变资金、资金变股金、农民变股东，参与土地托管的种植户，联合社年初向成员社下发种植订单，以固定收购价保障农户种植收益，降低种植风险；参与土地托管的非种植户，即使什么都不做，每年也可以拿到数目可观的保底收入和分红，还可以外出打工以增加收入。

（作者单位：临沂大学）