

看戏、观赛、餐饮、住宿、购物等场景跨界联动——

小小票根“串起”长长消费链

经济新方位

拿着剧票去观展、凭车票享景点优惠、用球赛门票住酒店有折扣……一张票，跨界联动多样场景，串起长长消费链条，形成“1+1>2”的效应。多地围绕自身文旅资源，推出联

合消费券、折扣套餐、满减优惠等服务产品，推动文旅融合发展。“五一”假期，小小票根，显现撬动消费的巨大能量。——编者



游客在戏剧幻境游玩。

贾 珺摄(人民视觉)

河南洛阳：

一票一册链接多样消费

《人民日报》记者 张文豪

河南洛阳应天门景区，游客韩雪盘着精致的发髻，一袭襦裙风中轻摆，衣袂与城阙飞檐相映成趣。

“今天一大早就从北京坐高铁过来。订票时，手机弹出提示信息，凭车票能半价游洛阳景点。我和父母刚从九州池打完卡，两个景点门票省了100多元，正好用来租汉服。”

景区入口处，工作人员岳文龙忙着核验车票信息：“以前半价票只针对在校学生等群体，现在扩大优惠范围，每天能多售出上千张票。”

3月起，洛阳开始“票根+”尝试：乘列车抵达当地的游客，凭购票凭证，可享受应天门、明堂天堂、九州池等多个景区门票



洛阳应天门景区，游客韩雪正在做汉服妆造。

《人民日报》记者 张文豪摄

半价优惠。

与此同时，洛阳文旅集团推出《洛书寻迹手册》。这本巴掌大的小册子，不仅有旅游地图、盖章打卡功能，还附带50多张总价值超千元的专享券，串联起景点、美食、潮玩、汉服、住宿等消费场景。

临近中午，应天门附近一家咖啡店香气四溢，坐满游客。店员朱家珩接过游客递来的“洛书”，撕下一张邮票大小的兑换券，免费递上一盘牡丹造型的甜品。

“就像景区门票一样，即撕即用。”游客展示着手上的“洛书”说，他循着手册上的信息一路打卡，一会儿还要去老城十字街吃水席。

一本手册，游客“受宠”，商家获益。在云裳洛城汉服店，店长张蓝的账本记得清楚：妆造抵扣30元、摄影打八五折，4月加入手册活动后，顾客比上月多了近三成。“我们开业不久，最需要的就是客流量。”张蓝说，30平方米的小店，每天到店有50多人，3名妆造师常常忙得不可开交。

“五一”假期，洛阳龙门站预计发送旅客33万人次，较去年同比增长14%。

“我们和铁路部门合作，把游客迎过来；和各类商家合作，把游客留下来。努力形成吃住行游购娱闭环，激活全域旅游。”洛阳文旅集团活动策划负责人王烁说，“5月下旬，洛阳将举办歌星演唱会。歌迷凭演唱会门票，将享受景区、酒店、餐饮和文创产品等折扣。”

“票根+”还在扩围。

云南玉溪：

一张球票“附赠”多种优惠

《人民日报》记者 叶传增

一张足球门票，除了看球还能做什么？

住酒店有折扣、餐饮享优惠、景区免门票……来到云南玉溪，山东球迷王军发现，手里的这张中超球票“附赠”多种优惠，可谓“一票多惠”。

5月5日晚，中超第十一轮比赛在玉溪市高原体育运动中心展开角逐，云南玉昆队对阵山东泰山队。正逢“五一”假期，王军提前抵达玉溪，先在当地游玩，再观看比赛。

得知王军是观赛球迷，酒店减免50元房费。在当地一家特色餐厅吃饭，王军又凭球票享受了九折优惠。

不只餐饮、住宿有优惠，玉溪市文旅局工作人员黄丽晶介绍，球迷凭球票可在比赛当日及前后各3天内，免费游玩玉溪市50家A级景区。

“玉溪澄江的抚仙湖，早就想来一睹风采。”王军来到位于抚仙湖畔的明星鱼洞景区，凭球票免费进入。他在湖边咖啡馆品尝了云南小粒咖啡，还体验了帆船项目，“景色优美，不虚此行！”

玉溪市商务局经济运行科科长冯煜邦介绍，玉溪市推出“球票+”系列促消费活动，发放30万元消费券，球迷凭球票逛商圈享优惠：万达广场推出“玉昆球迷大礼包”，球迷凭票享套餐服务；临岸三千城购物公园推出“球迷福利日”，凭球票即可抽奖，指定餐饮零售最低五折优惠；青花街凭消费优惠券可“1元吃米线”“0元喝奶茶”……

今年以来，中超联赛云南玉昆主场赛事掀起观赛热潮，此前4场比赛共吸引了近9万人次到场观赛，其中上万人次来自省外。跟着赛事来游玩，一张球票激起的经济涟漪持续外扩。球赛直接拉动了当地餐饮、住宿、旅游等领域的消费。“那边球赛哨声响起，这边订餐电话忙。球赛期间的营业额，比平时翻了一番多。”玉溪红塔区一家烧烤店经营者说。

玉溪市文体旅产业融合专班的赛事分析报告显示，赛事期间与非赛事期间相比，当地餐饮业的就餐人数、营业额分别增长44.8%、37%。赛事期间，红塔区青花街、右所美食城等9个商圈内的零售、娱乐、餐饮等行业整体营业额比非赛事期间增长27.7%。

(白诚颖参与采写 转自《人民日报》)



球迷在玉溪市特色餐厅品尝美食。

黄思敏摄(人民视觉)

文旅推介须把握好「度」

盛玉雷

“五一”假期回老家，与远道而来的外地游客攀谈，了解到吸引他们千里奔赴的，除了人文风物，还有家乡千部的卖力吆喝，“感觉很真诚、很好客，打动了。”

文旅推介近来成为地方展示魅力的一个窗口，一些地方干部为了吸引游客，在营销方式上不断创新，有的扮古风、有的“秀”双语、有的展才艺，或主打专业性，或营造反差感。应该说，初衷是好的，有流量就有人气，人气旺才能百业兴，最终实现百姓富。不少网友留言，有的干部在镜头前略显生涩的表演“令人感动”。事实上，许多尝试也“叫好”又“叫座”，为当地发展带来了更多机会。

同时，凡事讲个“度”，所谓过犹不及。实践中也不乏剑走偏锋者，从俊男靓女的媚俗化表演，到搞怪扮丑的庸俗化套路，再到肤浅浮夸的娱乐化宣传，画风逐渐走偏、举止愈加出格。这不仅有损党员干部形象，也影响大家对当地的观感，偏离了文旅推介的初衷。

营销是门学问，流量引之有道。“整活儿”可以，但不能把力气用错了地方。把握好“度”，把好事办好，至少需要问三个问题。

其一，到底谁是主角？

文旅推介要以点带面，切不可本末倒置。干部成“网红”，站到了舞台中央，但必须保持清醒，这不是个人的“真人秀”，舞台的主角永远是“一方水土一方人，一方山水一方情”。

好的推介官、代言人要当好引路人，引导观众和游客，步步深入，得窥堂奥。从秀丽山川看起，从宝藏饮食尝起，继而深入城市肌理，体验当地风情，进而流连在一方文化中，获得审美的愉悦。

纵观神州大地，山河壮丽、文化灿烂，每个地方都有其地域特色。把资源禀赋发挥出来，将精彩故事呈现出来，“花开蝶自来”。

其二，怎样看待流量？

把流量转化为销量，是互联网时代的重要营销策略。但是，将“上热搜”等同于“有作为”，把“点赞数”异化为“满意度”，就出现偏差了。

拿现象级文旅来说，从淄博烧烤到“尔滨热”，从天水麻辣烫到陇县小西天景区……“泼天富贵”并非天降，恰恰是绵绵用力的自然呈现，是交通、住宿、景区、人文等全方位政策配套和服务优化，让游客化身“自来水”。

由此而言，文旅发展的本质，是产品与特色、服务与体验上的比拼。君子务本，党员、干部发挥作用的关键，是提升治理效能。靠猎奇赚热度、以卖丑博眼球，这样的“流量政绩”不仅无法反哺，还可能带来反噬。

其三，要不要注重形象？

形象背后是作风，好的形象应该具有强大的人格力量，达到吸引人、凝聚人的目的。习近平同志在《之江新语》中指出：“绝不能靠作秀、取宠、讨巧，博取一些廉价的掌声”。

新疆帕米尔高原，路遇车辆陷入泥潭，曾担任护边员的阿布都加帕力·猛德踏进泥水里助人脱困，面对酬金坚辞不受，情急之下亮出胸前的党员徽章。网友留言，“虽然言语不通，可是党员徽章代表一切”“朴实无华却撼动人心”。

反观一些“魔性”表演，之所以引发“能不能干点实事”的批评，关键在网红标签盖过了党员身份。好形象不是演出来的，站在聚光灯下，内心要更加澄澈，时刻牢记对党和人民的赤诚、对脚下土地的爱，自然能散发强大人格魅力。

身在信息时代，处处舆论广场。重流量而不唯流量，树形象不忘强作风，文旅事业必将打开新天地、更上一层楼。

(转自《人民日报》)

记录中国

近日，湖南永州市道县蔬菜基地的头茬南瓜迎来采摘季。

当地依托面向粤港澳大湾区的区位优势，通过“错峰种植、梯次采收”的四季轮作体系，大力发展特色蔬菜产业，带动农民增收致富。

右图：5月5日，农民在采摘南瓜。

下图：5月5日，农民在蔬菜基地劳作。

以上图片均为蒋克青摄(人民视觉)



铁路“五一”假期 运输旅客发送量累计超1亿人次

新华社北京5月5日电(记者樊曦)记者5日从中国国家铁路集团有限公司获悉，5月4日，全国铁路发送旅客1978.6万人次，4月29日“五一”假期运输启动以来至5月4日，全国铁路累计发送旅客1.12亿人次，同比增长10.5%，运输安全平稳有序。

5月5日，铁路返程客流继续攀升，全国铁路预计发送旅客2110万人次，计划加开旅客列车1896列。从铁路12306车票预售情况看，5日热门出发城市主要有北京、广州、成都、上海、西安、武汉、杭州、深圳、郑州、长沙；热门到达城市主要有北京、上海、广州、成都、武汉、深圳、西安、杭州、郑州、长沙；北京往返上海、西安往返成都、沈阳至北京、北京往返呼和浩特、南宁至广州、武汉至上

海、太原至北京等热门区间客流较为集中。

各地铁路部门精心组织返程高峰期旅客运输，精准增加运力投放，加强购票、候车、乘车、中转、交通接驳等各环节服务引导，保障旅客平安有序出行。国铁北京局集团公司北京南站增设16条出站闸机通道，提高旅客出站效率；国铁武汉局集团公司武汉站在进站口、站台等处所铺设防滑垫，设置警示标识，引导旅客雨天安全进站乘车；国铁南昌局集团公司厦门站在服务台开设人工改签窗口，让错过列车的旅客在站内即可直接办理改签业务；国铁乌鲁木齐局集团公司加开旅客列车74列，为老幼病残孕等重点旅客提供进站引导、行李搬运、优先检票等服务。

(转自《新华每日电讯》)

“五一”假期全国重点零售和餐饮企业销售额同比增长6.3%

新华社北京5月5日电(记者谢希瑶 王雨萧)记者5日从商务部获悉，2025年“五一”假期，全国消费市场繁荣活跃。据商务部商务大数据监测，假期全国重点零售和餐饮企业销售额同比增长6.3%。

以旧换新备受青睐。2025年初至5月5日0时，汽车以旧换新补贴申请量突破300万份；消费者购买12大类家电以旧换新产品5516万台，购买手机等数码产品4167万份。假期前四天，汽车以旧换新补贴申请量超6万份，带动新车销售88亿元；消费者购买12大类家电产品356万台，带动销售119亿元；购买手机等数码产品242万件，

带动销售64亿元。

假期期间，商务部重点监测零售企业家电、汽车、通讯器材销售额同比分别增长15.5%、13.7%和10.5%。商务部重点监测电商平台智能家居产品销售额同比增长超20%，重点监测零售企业体育娱乐用品销售额增长14.8%。

服务消费持续升温，餐饮文旅市场红火。据商务大数据监测，假期全国重点监测餐饮企业销售额同比增长8.7%。

(转自《新华每日电讯》)