

圆桌谈

银川文旅如何抓住流量密码

刘薇 周志翔 吴戈

近期,银川文旅市场亮点频现:“沙湖大馒头”重出江湖,唤醒老银川味觉记忆;“枸杞风味啤酒”焕新味蕾,打造地域特色饮品新IP;览山落日冰场激情开启,解锁冬季文旅新场景;悠阅城、鼓楼—玉皇阁历史文化街区被评定为自治区级旅游休闲街区,丰富文旅消费场景。

随着持续不断地努力,银川所展现出的文旅活力已获得广泛认可,但是要城市整体打造为旅游目的地,就要延长游客的停留时间。怎么延长这时间?无非是有更多的吸引项,而复兴老品牌、研发新产品、打造新场景、升级老街区,这些皆有可为。持续深挖城市文化根脉、延伸特色产业链条,以融合促进更丰富多元的体验场景供给,银川完全可以将流量沉淀为文旅发展增量。



制图:苗晨(AI辅助生成)

优质教育托举城市发展

吴戈

近日,银川市的一组数据引人关注,“十四五”期间累计新增8.8万个学位,撤并转型学校89所,普通高中录取率提升至74.05%。这些数字背后,是银川在教育领域持续发力的生动实践,也是以教育品质提升助推城市发展的有力证明。

教育是城市发展的基石。一座城市要持续发展,离不开优质教育资源的支撑。银川市通过“一增一减”的方式统筹优化教育资源布局,既在人口集中区域新建扩建学校,又在生源不足地区审慎撤并学校,推动教育资源向集约优质集聚。这种精准研判、动态调整的做法,让教育资源更好地适配人口变迁和群众需求,体现了城市治理的精细化水平。

优质教育资源不仅能满足群众“上好学”的期盼,更能为城市发展注入持久动力。银川市组建82个教育集团,推动优质教育资源向薄弱地区延伸。如今,闽宁镇中小学、幼儿园已全部纳入城市优质学校一体化管理,让更多乡村孩子在家门口就能享受优质教育。这种教育均衡发展的实践不仅缩小了城乡、校际差距,也为城乡协调发展奠定了人才基础。

从更深层次看,教育品质提升,本身就是城市竞争力的重要组成部分。银川市持续推进中考招生改革,积极创建全国人工智能赋能教育试点城市,获批国家义务教育质量监测结果应用实验区,这些改革创新举措为教育发展注入了新动能。优质教育资源的不断集聚,既能吸引人才留住人才,又能提升城市软实力,形成良性循环。

同时,面对学龄人口的结构性变化,银川市建立了与人口变动相适应的教育资源动态监测预警和统筹协调长效机制,这种前瞻性思维值得肯定。未来,还需要进一步完善保障措施,确保每所学校都有好老师、每个孩子都能接受良好教育。

教育兴则城市兴,教育强则城市强。只有持续优化教育资源布局,不断提升教育品质,才能让教育更好地服务城市发展,让人民群众的教育获得感、幸福感更加充实,成为城市高质量发展最强劲的引擎。



制图:苗晨(AI辅助生成)

观点①

唤醒城市记忆 激活老味道文化IP

老品牌复兴与历史文化街区活化,本质是对城市文化记忆的打捞与重构。

银川通过整合闲置资源,将“沙湖大馒头”等老品牌复兴,将“老味道”转化为城市文化符号,击中了当下消费者对“在地性”体验的需求,但其价值不应仅停留在“情怀消费”的层面。同样,鼓楼—玉皇阁历史文化街区改造活化亦是深挖本土历史资源,用“一带一轴五巷”格局承载城市底蕴。这种“向后看”的策略,实质是将城市历史文化资源转化为可感知、可消费的文旅IP,让本地居民找到归属感,让外地游客在味蕾与场景中触摸城市发展脉络。只不过,如何避免文化符号的表面堆砌,让游客真正触摸到城市发展的脉络,仍是需要思考的问题。

从更深层次看,唤醒城市记忆的核心是构建文化认同。老品牌与历史文化街区作为城市文化的载体,应成为连接过去与现在的桥梁,让本地居民在文化传承中找到归属感,让游客在独特的文化体验中形成对城市的认知。然而,目前银川在文化IP的打造上仍存在碎片化、浅层次的问题,缺乏系统性的文化叙事与传播。

未来,需进一步挖掘城市历史文化的内涵,将分散的文化资源整合为具有影响力的文化IP,通过多样化的传播方式,让城市文化真正“活”起来。具体而言,可围绕“银川味道”这一核心IP,整合老品牌资源,打造“银川味道博物馆”,展示与体验并重,让游客与本地居民共享银川的味觉记忆。或开发主题旅游线路,将老品牌店铺、历史文化街区、民俗景点串联起来,为游客提供沉浸式体验的消费场景。传播方面,线上引流要有线下活动为支撑,美食节、文化节、民俗表演等皆可,以线上线下双头并进扩大“老银川”的影响力,让城市文化真正走进人们的生活。

观点②

延伸产业链条,打造可带走的城市符号

银川紧扣独特的地域资源,推出“枸杞风味啤酒”,不仅成功打造出具有辨识度的城市味觉IP,也赋予产品鲜明的社交属性,成为市民和游客分享、传播银川形象的媒介。这并非银川首次尝试跨界融合创新——此前已陆续推出枸杞护眼饮料、枸杞籽油胶丸、枸杞冰淇淋,以及去年颇具话题性的辣糊糊风味酸奶。本地企业持续不断地在产品跨界融合上投入研发力量,进一步扩展了产品矩阵、延伸了产业链条、提高了产品附加值,同时也为整个行业的创新突破提供了新路径与启发。

事实上,银川若想真正吸引游客留下来并激发其消费意愿,必须要有能够代表城市特色的实体产品。银川大可依托其快速成长的新食品产业,继续深耕可携带、适于线上销售的特色商品,方便游客能将“银川味道”带回家。这既强化了游客旅游体验的记忆点,也将无形的本土文化关注

转化为实实在在的消费增长,进而推动地方特色产业向品牌化、高值化升级,形成文化与经济良性互动的闭环。

银川可以进一步联动本地旅游景区、酒店民宿等消费场景,设立“银川味道”主题体验馆,让游客能现场试吃试饮各类特色产品,实现“即尝即买、空手出行”的便捷体验。同时,政府可联合企业开展“银川味道”品牌推广活动,比如举办年度特色食品创意大赛,征集更多跨界融合的新产品创意,或与国内知名美食节、文旅博览会合作,让“银川味道”走出宁夏,走向全国。

通过这些举措,不仅能让“可带走的城市符号”更具传播力和吸引力,还能推动本地企业在产品创新、品牌运营上持续升级,最终实现特色产业规模与效益的双提升,让银川的文化魅力和经济活力相互赋能,相得益彰。

观点③

升级体验场景,强化目的地吸引力

无论是览山公园落日冰场,还是鼓楼—玉皇阁历史文化街区,其核心都在于通过构建高品质、多元化的体验场景来留住流量。从这些成功案例中不难看出,如果把城市当作一个完整的大景区来整体谋划,打造全域、全季的特色体验,就能进一步强化目的地的吸引力,推动旅游从“过境游”向“目的地旅游”转变。

“过境游”与“目的地旅游”的分水岭,在于停留时间与消费深度。要留住游客,不仅要有“打卡点”,更要有“沉浸感”。银川不能局限于单一景点的建设,而应将“玩、吃、感”融入城市肌理,让各景点之间联动起来,增加游客的体验感,同时把本土文化作为打造各式场景的地基,让游客随时随地

都能打卡银川特色,感知城市温度。这就要求我们在场景打造上既要有“特色”也要有“花样”。一方面,要深挖本土自然与文化资源,打造如“览山落日”之类极具吸引力的城市IP,而另一方面要注重业态融合与全季供给,既要补齐冬季旅游短板,又要丰富夜间经济形态,满足不同群体的多元化需求,让“淡季不淡,旺季更旺”。

当银川能以一座充满活力、魅力与温度的“大景区”形象展现在游客面前,能提供更为丰富多元、高品质、沉浸式的体验场景,让每一位来过的人都留下深刻而美好的记忆时,银川从“过境点”到“目的地”的蝶变便指日可待,届时,文旅消费体量的提升自然水到渠成。

休闲街区焕新:全域联动赋能升级

刘薇

自治区文化和旅游厅近日发布公告,银川的悠阅城和鼓楼—玉皇阁历史文化街区被评定为自治区级旅游休闲街区。银川作为核心区域,正以多元形态在文旅融合、业态创新与场景营造上持续发力,悠阅城和鼓楼—玉皇阁历史文化街区此次双双晋级,给银川文旅版图添新,亦代表着休闲街区建设开始从单点突破向成体系转变。从整体情况看,休闲街区在深化特色、整合资源等方面亦有提升空间。

在深度融合与业态创新上,银川的休闲街区以差异化定位,着力塑造“历史与现代共生、传统与潮流碰撞”的格局。一方面,历史文化街区通过活化实现重生,另一方面,现代

商业街区主动植入文化元素,让潮流消费与地域文化产生链接,两个新晋的自治区级旅游休闲街区就是代表。此外,还有怀远观光夜市、阅海湾中央商务区等,覆盖了家庭亲子、商务社交、文化体验等全场景需求,让文旅消费从季节性观光转向常态化休闲,进一步提升了城市文旅吸引力。

但同时,银川休闲街区建设仍有许多潜力有待挖掘。一是特色辨识度有待强化,部分街区存在业态同质化问题,一些老街区文化内涵尚未充分转化为独特产品,而新兴街区则缺乏与本地特色产业的深度绑定,易陷入“千街一面”困境;二是资源联动性不足,街区与周边景区、产业融合不够深入,不能形

成消费闭环;三是供给精细化程度不够,基础设施配套有缺口,夜间消费场景持续性不足,针对各细分群体的定制化产品较少;四是具有全国性知名度的标杆街区较少,文旅IP传播力度与深度不足。

将以上问题逐个击破,需要针对不同街区的资源禀赋,量身定制特色主题。避免同质化竞争最好的办法仍然是强化地域特色融入,尤其是本地特色产业,通过业态创新打造实体,包括首店、首创经济,同时,也可将本地非遗、特色美食、传统技艺更多引入街区,给消费场景打上银川印记。要让街区、景区、产业更紧密联动,必须增加深度融合项目,替代“文化元素+商业业态”这样的表面叠加,另

以协同联动增强全域性,最好能形成串联式旅游线路,以发挥聚合效应,实现客群共享,催生更多消费场景。

品牌塑造的另一要素是服务。提升服务供给的精细化与多元化水平,既要完善基础设施配套,优化交通接驳、停车服务、智慧导览等功能,又要着眼于全域、全时、全季这几个关键方面设计内容,增补定制化、套餐式产品项目,让供给更贴合需求。在服务升级的基础上,品牌塑造可全力向理念打造和视觉形象塑造方面发力,集中资源打造具有标杆意义的核心街区,争取更高层次品牌认证,尽可能做到“全域精彩”,吸引更多发现和感受这座城市的独特魅力。

检查次数无需多 解决问题不能少

周志翔

“再也不用迎接一拨又一拨检查了,现在各部门组团上门,一次就把所有问题查清楚、讲明白,咱们做生意更顺心安心。”近日,新世纪冷链物流中心内,商户王先生对刚结束的跨部门联合检查竖起大拇指。当日,兴庆区司法局联合丽景街道办事处、市场监管、消防等部门组建“执法服务团”,开展“综合查一次”行动,这一高效便民的检查新模式,成为优化营商环境的“金钥匙”。

“吹哨报到+综合查一次”机制正以制度创新之力重塑营商环境生态。检查是发现问题,“吹哨”是为了解决问题,这一融合基层治理智慧与现代法治理念的改革,不仅破解了商户“多头迎检”的痛点,更为基层解决问题提供有效机制,发现问题也解决问题,相互作用下为优化营商环境提供了可执行可借鉴的经验。

“吹哨报到+综合查一次”机制打破行政壁垒,实现监管效能与经营主体发展的动态平衡。“吹哨报到”机制赋予乡镇(街道)“问题发现者”与“资源协调者”的双重角色,当基层遇到跨部门难题时,经乡镇(街道)研判后可快速启动联合执法程序,确保问题第一时间得以解决。“综合查一次”通过整合执法事项清单,将多领域检查合并为“一次进门、全面体检”,使商户迎检次数大幅下降,为其发展营造了更加宽松的市场环境。

该机制实现了基层治理能力与营商环境优化的同频共振。传统治理模式中,乡镇(街道)常因缺乏执法权陷入“看得见管不了”的困境,而“吹哨报到”通过制度赋权,将问题发现端与执法处置端无缝衔接,形成“问题上报—部门响应—结果反馈”的闭环。这种转变不仅提升了基层治理效能,也让政府面对突发情况时从“被动应对”转向“主动解决”。当街道能通过网格化巡查提前发现安全隐患,当执法部门能通过联合检查一次性解决消防、环保等多领域问题,社会治理成本随之降低,公共资源利用效率显著提升。这种治理效能的提升最终转化为营商环境的“软实力”,吸引更多经营主体选择在此扎根发展。

“吹哨报到+综合查一次”机制的本质,是通过制度创新构建政府与市场的良性互动关系。它既解决了经营主体发展的现实痛点,又提升了社会治理的现代化水平,更在深层次上推动了政府职能转变。当基层治理的“最后一公里”被打通,当监管资源从重复消耗转向精准投放,营商环境的优化便不再停留于口号,而是转化为可感知的市场活力。

漫话湖城

科学晨练 保健康

冬日清晨,许多老年人坚持晨练以活络筋骨。但冬季清晨温度较低、路面湿滑,应该充分热身,做好防护,让晨练真正护佑健康。



苗晨/作