



淄博烧烤火爆出圈背后的“城市经”

贾梦宇

“满车厢的大学生，空气中都是孜然味”。近一段时间，山东淄博烧烤火爆出圈。“大学生组团到淄博吃烧烤”等话题和帖子在网络上热度不减，全国各地的大学生不断涌入淄博。3月份以来，淄博火车站周末发送旅客量连创3年来单日新高。(据《新华每日电讯》4月12日报道)

在国内的美食地图上，烧烤几乎是每座城市的“标配”，不少城市也曾打出甚至打响过“烧烤牌”。淄博这座以工业为主的鲁中城市，何以凭借烧烤成了新晋“顶流”？

答案就在年轻人。淄博烧烤持续火爆，在于其“小串+小饼+大葱”三位一体的“灵魂吃法”抓住了年轻人的胃，令无数人欲罢不能，更在于烧烤中飘出的“青年味”，紧紧抓住了年轻人的心。

小小烤串带火一座城，是淄博与年轻人双向奔赴的生动写照。今年春节后，一些大学生来淄博参加双选会。他们品尝了淄博烧烤，并拍摄“撸串”视频发布到社交媒体上，吸引各地大学生慕名前来品尝。在感受到年轻人的“打卡”热情后，淄博也积极行动。在高铁上免费发放各式各样的文创产品、文旅礼包，在高铁站安排“烧烤志愿者”为往返旅客提供交通、住宿、旅游线路等咨询推介服务；新增21条烧烤公交线路，保证游客一下车就直达烧烤点；来淄博吃烧烤的大学生，可以享受全市38家青年驿站住宿免费或半价的优惠服务……当地将服务尽量做到极致，展现出一本鲜活的“城市营销学”。这让淄博烧烤在年轻大学生群体中成功“种草”，也吸引了越来越多的年轻人在这里安家落户。

年轻人，尤其是大学生，既是推动消费的群体，也是创造价值、走在时代前沿的群体。人们从单纯“种草”烧烤，到纷纷“种草”这座城市，在于淄博针对烧烤出台的各种贴心举措，更在于当地为年轻人发展提供的广阔空间。淄博一夜爆火的背后，是多年耕耘后的厚积薄发。为了吸引年轻人，淄博从2021年就开始思索年轻人需求，围绕快乐生活、成就事业，聚力打造“好学、好看、好吃、好玩、好创业”的“五好”城市。此后，淄博在山东省率先提出建设多彩活力的青年创业友好型城市，探索提升城市活力。从开辟更适合青年人才的产业“新赛道”，到出台一系列诚意满满的人才引进政策，再到打造时尚、活力、绿色的城市环境，无不让人感受到这座城市那种对年轻人的渴望，那份比烧烤更火爆的引才热情。

抓住烧烤带来的流量风口，以烧烤走红为契机，借势全方位推介城市、吸引人才，多维度提升城市对人才特别是青年人才的吸引力，将网络流量转化为人才“留量”，为城市发展注入新的活力和动力。淄博走出的这一条成功之路，值得更多城市“抄作业”。立足实际、统筹规划、大胆创新，瞄准当代青年需求做好“软环境”加法，以饱满的诚意引才、育才、留才，赋予每个年轻人实现梦想、人生出彩的机会，一座座城市必将绘制出一幅幅人与城市共同成长、互相成就的美好图景。

微评

消除“不合理低价游”的生存空间

潘铎印

近日，文化和旅游部办公厅发布《关于进一步规范旅游市场秩序的通知》，要求各地扎实开展旅游市场秩序整治，集中打击高频违法经营行为，坚决遏制“不合理低价游”苗头和市场乱象扩散势头，着力提升旅游服务质量。(据《北京青年报》4月11日报道)

499元6天5晚，398元7天6晚……近年来，类似这样“省心、省钱”的旅游宣传广告随处可见。然而，如此诱人的“低价游”，往往口惠而实不至——承诺的服务不兑现，景点变成购物店。目前，旅游市场逐步呈现复苏发展的良好势头，文化和旅游部要求严打“不合理低价游”可谓正当其时。这对于

保护消费者合法权益、维护正常市场秩序、促进旅游业高质量发展，具有重要意义。

“不合理低价游”背离市场规律，里面套路多多。有关部门应保持高压严打态势，查处扰乱市场秩序的违法违规行为，曝光影响行业形象的旅游企业和从业人员，将其拉入“黑名单”，对“不合理低价游”形成有效震慑。旅游行业应强化自律，坚持依法诚信经营，用高质量的供给满足群众不断升级的旅游需求。此外，广大游客也应时刻保持“天上不会掉馅饼”的清醒，坚决对“不合理低价游”说“不”。相信通过各方共同努力，一定能让“不合理低价游”失去生存空间。

纵横谈
中国新闻名专栏
zonghengtan@126.com

集思录

“产品之外的努力”同样重要

贾东亮

4月11日，随着第三届中国国际消费品博览会正式开馆，来自全球的参展商们早早入场，开始在自家展位卖力推介商品。忙碌之余，许多参展商会抽空去友商展位串门，观察消费新动态，掌握同行新动向，关注产品以外的提升空间。(据《浙江日报》4月12日报道)

对于企业而言，消博会是一个展览展示自家产品的舞台，也是一个学习交流、进步提高的平台。有的厂家关注“Z世代”对品质生活的需求，打算在品牌建设上进一步发力；有的企业倡导低碳环保理念，希望吸引更多加入“加速世界向可持续能源转变”的队伍……从新闻报道中可以看出，一些参展商非常关注“产品之外的努力”，这引人深思、给人启示。

打动消费者，不只在产品。产品对于企业来说当然重要，但企业要做好的不能仅仅是产品。“同样都是复古冰箱，有的国际品牌就可以直接卖到两万元，品牌溢价能力极强。”参展商在消博会上的感慨，道出的何尝不是品牌影响的巨大威力。好的品牌是企业

的无形资产，是企业长期诚信经营的结果，更是企业高质量发展的结果。加强品牌建设、树立良好形象，靠品牌赢得更多消费者的青睐，应当成为广大企业的普遍追求。

企业要埋头做产品，更要抬头走出去，观察、跟上甚至引领市场发展的潮流。在汽车时代，企业不能再去追求“一匹更快的马”；数码相机诞生后，固守胶卷只能被后浪“拍死在沙滩上”。数字健康睡眠系统展位人气火爆，新能源车体验者络绎不绝……消博会是非常好的展示机会，也是企业开阔眼界、拓宽思路的良机。善于把握趋势、把握变化，在创新的浪潮中先人一步，与市场、消费者产生更多共鸣，所有企业都应当有这样的自觉、这样的魄力、这样的追求。

“产品之外的努力”，同样重要。面对激烈的市场竞争，企业如果把目光囿于简单的生产和销售，就会阻碍自身的发展，甚至面临被淘汰出局的危险。做好产品的同时，在产品之外持续发力，相信最终能够让一家企业从同行之间脱颖而出。



画里有话

图/王琪 文/丁家发

莫让“纸巾刺客”伤了消费者

“你们这餐巾纸怎么收费这么贵呀？”近日，从山西来乌鲁木齐游玩的朱先生在某连锁餐馆用餐，结账时发现多了一笔5元的餐巾纸费用。他表示不解，“提供餐巾纸不应该是餐馆的基础服务吗？”该餐馆工作人员则表示，该店餐巾纸一直都收费。(据《工人日报》4月10日报道)

“纸巾刺客”虽不涉及大额消费，但同样令人感到“扎心”。有关部门应加强对各种“价格刺客”的监管，减少消费者被“刺”的风险。

为生成式人工智能装上“安全阀”

吴睿鹤

国家互联网信息办公室近日就《生成式人工智能服务管理办法(征求意见稿)》向社会公开征求意见。征求意见稿提出，提供生成式人工智能产品或服务应当遵守法律法规的要求，尊重社会公德、公序良俗，禁止非法获取、披露、利用个人信息和隐私、商业秘密。(据新华社4月11日报道)

生成式人工智能是指基于算法、模型、规则生成文本、图片等内容的人工智能技术，它给人们带来实实在在的便利。然而，随着这项新技术的发展，也有一些不法分子动起了歪脑筋。比如，有人利用生成式人工智能推出“AI骚扰电话”，让人防不胜防；有人用ChatGPT捏造“杭州市政府将取消机动车尾

号限行政策”的假新闻，导致谣言传播……种种乱象给人们造成困扰，引发大家对技术安全的担忧。

没有规矩，不成方圆。技术本身并无善恶之分，关键在于使用技术的人。AI技术发展迅速，监管也应跟上。不得非法留存能够推断出用户身份的输入信息，不得根据用户输入信息和使用情况进行画像，不得向他人提供用户输入信息……给生成式人工智能划出“底线”和“红线”，有利于其在合法合理的轨道上运行。有序推进监管，筑牢制度篱笆，推动人工智能向安全、可靠方向发展，这项技术才能更好造福社会，人们才能更好享受科技红利。



共享森林草原美景 保护林草防火当先