



游客在云冈石窟旅游。

2月22日，2023山西省文化和旅游工作会议在太原召开。今年的工作会议比往年提前1个月召开，全省文旅行业拉满士气，及早准备，做足功课，全力以赴迎接文旅行业全面复苏的2023年。会议强调，今年，山西文旅将推动太原、大同领跑，平台聚力，产业创新，配套完善，进一步丰富产品供给，优化文旅体验，全力打造文旅标杆。山西将发挥太原、大同领跑作用，聚焦太原在山西省中部城市群高质量发展中龙头功能定位，推动太原成为区域消费中心、集散中心、国际知名文化旅游目的地。聚焦大同区位优势、桥头堡地位，围绕“‘吃’定”京津冀大同要先行”定位，推动大同成为有效承接京津冀协同发展的桥头堡、引领文旅发展的新高地。

针对山西文化和旅游工作会议提出的新要求，我市文旅部门、旅游企业、导游员如沐春风，正在积极行动，全力推广大同旅游品牌。不少外地旅游企业也在认真策划，组织高品质旅游团队探秘“大同大不同”。高级英语导游冷栗韦制定“云冈石窟——华严寺——恒山——悬空寺”线路，对接常年工作、生活在北京的外国友人来大同旅游观光。盈科旅游大同分公司推出“长三角晋行记”研学旅行计划，与江

苏、浙江、上海等地旅行社深度接洽，在大同市博物馆、古城名人故居、非遗研学、民间工艺等方面制定系列主题线路，宣传推广大同文化游。

近日，由山西省文化和旅游厅主办的第二期全省导游人员服务培训班在我市举办。市文化和旅游局组织我市110位一线导游与省内其他城市导游共同参加了此次培训。在培训现场，导游郭雄强表示，两天的培训让他们受益匪浅，老师的讲解帮一线导游理清了山西文旅的发展方向，“我是一名来自矿山的导游，我希望全省导游都来了解晋华宫井下探秘游，了解大同煤炭发展史，依托工业旅游推动旅游产品的优化。”

2月25日，省文旅厅在我市举行了山西省文化和旅游系统基地和企业业务培训班。大同市文旅局相关负责人在培训中介绍了大同厚重的历史文化、秀丽的自然风光及发展文旅产业的具体举措，并表示要通过此次培训，聆听学习专家学者们关于文旅产业发展的建议，积极与各市文旅行业的同仁沟通交流，努力推动大同文旅产业发展。

2月24日，由山西宝华国旅承接的“海南万人游山西”首发团在完成大同古城、云冈石窟、恒山的行程后，首发团成员第一次感受到“大同是一个大家都不再陌生的城



图为第二期全省导游人员服务培训班培训现场。

市，也是一个每次和人提起都能让人羡慕的地方。它既有深厚的历史文化，又有热闹的市井气息。人们行走在古城，便会享受到一种难得的自由和闲逸。”宝华国旅相关负责人告诉记者，组织海南人游大同是一个常年定期旅行项目，旨在促进大同成为国内知名旅游目的地，进一步推动大同文旅高质量发展。

2月26日，在鼓楼东街，金牌导游张亮正在为市民介绍大同黄花，金灿灿的“花中仙子”为农民创造了财富，用大同黄花制作而成的黄花饼如今又融进了大同人的幸福与甜蜜。在店中，非物质文化遗产“大同砖雕”与黄花产品的完美结合，让市民感受到大同文化的独特魅力。

“真想回去看看，到现场体验一把。”在上海张江高新技术园区从事文化产品设计 with 推广的李智军说。从大同市博物馆系列文化活动，到晋剧、北路梆子、耍孩儿、罗罗腔、阳高二人台等多部传统戏曲的网络播出，让不少在外地打拼、生活的大同人感到格外亲切。他把大同传统戏曲推荐给上海的同事，让

他们品味大同非遗的独特神韵。

业内人士表示，大同要在打造一流旅游产品、提供优质旅游服务方面积极努力，强固根基，做足文旅深度融合文章。近日，文化和旅游部印发《关于推动非物质文化遗产与旅游深度融合发展的通知》，我市多位旅游企业负责人说：“千年文明看大同，大同历史有韵味。旅游企业只有细化产品设计，制定多条非遗旅游线路，各地游客才能品味到不一样的大同非遗魅力。”

迎着春天，向暖而生。2023年山西文化和旅游工作会议提振了本地旅游企业、景区和导游做实大同旅游的信心。他们积极利用“在线云旅游”方式满足游客游览需求。云冈石窟、恒山、悬空寺、大同方特欢乐世界、华严寺、善化寺、九龙壁等景区利用自身官方微信、抖音号、网络直播或联合国内知名在线旅游机构平台等，推出360度全景游览的“云旅游”，通过在线视频及虚拟现实技术，让游客享受到丰富多彩的大同文旅行活。

平城区举办文艺创作座谈会

本报讯（记者 赵小霞）2月23日，平城区举办《平城》创刊一周年“创作出精品”座谈会，众多专家学者汇聚一堂，就刊物发展及文艺创作献计献策。

《平城》是由平城区委宣传部指导、平城区文联主办的文学季刊，作为平城区首份文学季刊，对于挖掘北魏文化和古城文化、弘扬时代精神、助力打造“文化大同、文明大同、微笑大同”新名片等具有重要意义。一年来，《平城》共刊发了4期，合计41万字，同步发行公众号电子版90余期，受到社会的广泛关注，部分作品被“中国作家网”以及省级文学期刊关注和转载。同时，平城区文联还组织文艺家创作以全国劳动模范孙秀兰为原型的歌曲

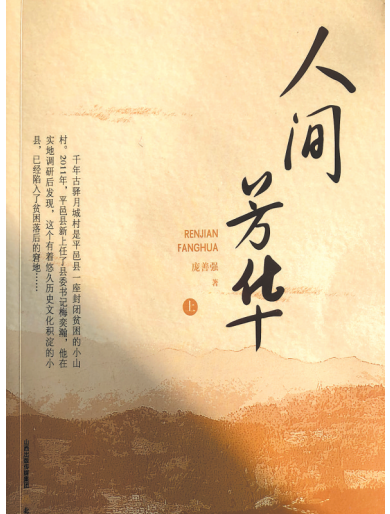
和报告文学，目前已完成MV录制和9万余字的初稿。

会上，专家学者听取了关于《平城》期刊发展和文艺作品创作的情况介绍，充分肯定了《平城》期刊创办一年来的成绩以及两件文艺作品的创作价值，并就下一步发展发表看法。就《平城》期刊而言，专家们从期刊的文学意义、城市意义、生活意义、历史意义以及现代意义等角度进行分析并给出意见，并就期刊的栏目设置、稿件征集以及内容挖掘等方面提出建议。就两件文艺作品的精细打磨及推广，专家们认为，MV还可以在画面、旋律以及细节展现等方面继续探索，报告文学作品也可以从人物形象多角度挖掘和精神内涵凸显等方面不断精进。

庞善强纪实小说《人间芳华》出版

本报讯（记者 赵永宏）近日，由云州区委宣传部策划，我市作家庞善强历时3年创作的长篇纪实小说《人间芳华》由北岳文艺出版社出版。

长篇纪实小说《人间芳华》讲述了千年古驿月城村发生的巨变。该村曾是一座封闭的贫困小山村。2011年，平邑县新上任的县委书记梅奕瀚在实地调研后发现这个历史文化积淀深厚的小县陷入了贫困落后的窘境。梅奕瀚两年的时间上下奔波，顶着重重压力，摘掉了名不副实的“小康”帽子，之后大力调整农村产业结构，整顿基层党员干部作风，以种植黄花作为全县乡村振兴的支柱产业，以巩固集体经济为主的合作社经营模式壮大乡村生产力，在全县掀起了“一个不能少”大会战。作为全县贫困状况较为严重的月城村，村支书孙财旺以权谋私，与不法企业勾结出卖集体土地、林地，致使农村党组织形同虚设，集体财产流失，月城村民经两次农业调产失败，引发多次群众上访事件。梅奕瀚



暗中查访，揭开了月城村隐藏的黑暗。不久，月城村危房倒塌事故，引起有关部门的重视。此后全县危房得以改造或易地安置，月城村等几个村子乔迁新址，建设成了最美中心村。村里新当选的年轻村支书陈志远在上级领导下，积极发展种植业和小杂粮，全村走上了乡村振兴的新征程。

平城区直机关工委开展工作调研

本报讯（记者 李炯）近日，平城区直机关工委对区直5个机关党委、4个党总支及所属75个党支部就2022年党建工作完成情况、2023年工作打算以及深入推进“清廉模范机关”创建和建设“四强”党支部进行调研。

调研中，就各支部的班子运行情况、党员队伍情况、党组织作用发挥情况、阵地建设情况以及存在的困难和下一步打算展开面对面交流，并就下一步如何做好“清廉模范机关”创建和建设“四强”党支部提出建议。一是在强化

思想政治引领上，坚持在学懂弄通做实上下功夫；二是在推动机关党建高质量发展上，始终要在支部规范化建设、严肃党内政治生活和党员示范引领上下功夫；三是在锻造清廉干部队伍、加强机关作风建设上，始终要切实加强纪律建设，深入开展“我为群众办实事”活动；四是在廉洁文化的培育上，常态化开展纪律教育、政德教育、廉政警示教育，广泛开展丰富多彩的文体活动；五是建立健全监督长效机制；六是要筑牢清廉机关建设组织保障。

新媒体营销 大同文旅破圈而出



近日，山西省文化和旅游厅举办“2023山西好风光新媒体营销分享会”。全省11个市的文化和旅游局、重点景区景点、旅行社、酒店民宿及文旅企业代表参会。

会上，北京巨量引擎数字营销负责人进行了《数说山西》新媒体营销分享。2022年，山西相关话题抖音播放量为516.2亿次，其中热门话题播放量15.4亿次。景区繁荣指数方面，五台

山、八泉峡、平遥古城位列前三，大同市景区无一进入前十。最令人惋惜的是，2022年山西11地市抖音播放量排名中，大同排在倒数第四，与排在前三位的太原、晋中、运城差距较大，与第一名的太原抖音播放量相差500亿次量级。

新文旅时代，大同文旅宣传营销脱节了吗？酒香不怕巷子深，文化历史深厚就能迎来文旅市场的强势复苏吗？大同文旅如何在新媒体营销中破圈而出？

一、真正认清我们现在所处的文旅迭代特征

第一代文旅属于资源型时代，有资源就能盈利；第二代文旅进入资本型时代，利用有限的资源和宣传投入，打出自己的知名度；第三代文旅进入创意型时代，资源少，通过短视频矩阵营销和渠道

获得市场。新媒体营销成为新文旅时代获客的核心方式。

二、内容为王，文化植入是灵魂

网红经济根植于内容产业，网红生命力取决于内容本身。特色产品以及有文化含量的产品只有具备传播附加值与文化底蕴，才能保持长久生命力。例如，大唐不夜城的内核是盛唐文化，云冈石窟的内核是北魏文化。大同古城的内核又是什么呢？古城文化中有北魏、辽金还有明清，我们该如何提取文化内核，将文化植入灵魂？只有古城找到文化内核，才能让其立于消费者心中。

三、迅速破圈，IP打造是关键

IP打造是大同文旅进行差异化发展的重要依托，必须拥有基于自身文化和特色打磨过硬IP产品，从中衍生出新

产品和新内容，通过跨界合作、创意营销，强化互联网受众的黏性，形成“粉丝经济”效应。今年“中国年 大同味”短视频大赛在抖音、微信等平台冲破3亿的话题播放量，“千年微笑”“昭君出塞”“木兰从军”表现抢眼，社火表演中的“瞌睡娃娃”更是意外走红，新媒体传播范围已突破山西，深入影响京津冀豫等客源地，这就是受市场欢迎的IP现象。

四、获客变现，转化“流量”为“销量”

抖音、快手、小红书、B站、微博、视频号，新渠道萌生了新的商业形态，选择适合的平台和推广方式是营销宣传关键的一环，能够帮助区域文旅实现从线上内容破圈到线下产品转化。如果今年大同的新春文化系列活动，能够线上整合古城内商家资源，联合推出抖音团购、快手团购等产品活动，这样的流量转化对旅游收入的拉动将是非常可观的。

李尧

本期特别推荐：大同红色记忆馆

“首战平型关 威名天下扬”

大同市博物馆 王雅玲

通往平型关公路上最险要的一段，更是太原北面的重要屏障，成为伏击歼敌的理想之地。

八路军临危出征，投入约1.2万人的兵力，于9月24日深夜冒雨疾行，秘密进入白崖台、乔沟等预置好的伏击阵地。25日拂晓，日军乘汽车100余辆，附辎重马车200余辆，全部进入115师预设阵地。115师抓住战机，立即命令全线开火，并乘敌陷于混乱之际实行分割包围，与敌进行白刃格斗。115师685团歼敌先头，阻其沿公路南窜之路；687团分割包围日军后尾部队，断其退路；686团抢占老爷庙；独立团阻断先期占领东跑池的日军回援和日军第5师团派出的增援部队。经过6个多小时的拼杀决斗，八路军共击毙日军1000余人、战马53匹，烧毁汽车100余辆、马车200多辆，缴获步枪1000余支、机枪20余挺、火炮1门以及大批军用物资，取得了八路军出师以来的首场胜利。

在与日军进行殊死搏斗的过程中，涌现出许许多多抗日英雄。当日军一部接近腰站时，担负阻击援敌任务的独立团1营营长曾保堂举起驳壳枪，打响了平型关战斗的第一枪。瞬间，机枪、步枪、手榴弹响成一片，战士们高喊着“冲啊”“杀”和鬼子开始了激烈的白刃战，一个战士倒下去，又一个战士冲上来。独立团1营教导员张文松身先士卒，击敌侧背，不幸中弹牺牲；1连连长张德仁在捕杀数名鬼子后身负重伤，以最后之力抱住一名鬼子滚下山崖；2连1排“麻排长”在与日敌的刺刀拼杀中，因寡不敌众，多处负伤后壮烈牺牲。在独立团将士的全力抵抗下，日军在腰站（驿马岭地区）留下了300多具尸体。当敌先头部队进入关沟与辛庄之间的岔路口时，687团3营9连副连长郭春林第一个向敌人开枪。随后机枪、步枪、手榴弹、迫击炮一齐发射，把拥塞在公路上的日军打得人仰马翻。在主战场——乔沟伏击战

八路军战士以简陋的装备和不畏强敌、不怕牺牲、勇于奉献的革命精神大败敌军，迟滞了日军



图为大同红色记忆馆陈列的八路军用过的茶缸和皮包

