

市委常委会召开会议

卢东亮主持

本报讯（记者 李明璇）9月2日，市委常委会召开会议，传达学习习近平总书记在中共中央政治局会议上的重要讲话精神，传达学习《中共中央 国务院关于弘扬教育家精神加强新时代高素质专业化教师队伍建设的意见》，传达学习省委第二巡视组关于巡视大同市的反馈意见，研究部署我市贯彻落实工作。会议听取了“晋创谷·大同”项目进展情况汇报，研究部署下一步工作。省委常委、市委书记卢东亮主持会议。

会议指出，要深入学习贯彻习近平总书记在中 央政治局会议上的重要讲话精神，要深入学习贯彻习近平总书记关于促进区域协调发展的重大部署，以“融入京津冀、打造桥头堡”为战略牵引，加强同其他区

域发展战略和区域重大战略的对接，自觉融入大局、服务大局。要大力发展新质生产力，高质量做好“两重”“两新”工作，深耕“四大赛道”，做强做大特色产业。要持续扩大开放，深入推进“融入京津冀、打造桥头堡”重大战略，建设陆港型国家物流枢纽，不断提升对外开放平台能级。要坚持协同发展，统筹推进山水林田湖草沙一体化保护和系统治理，强化能源资源保障，因地制宜推进新型城镇化建设，持续做好对口援疆工作，主动服务西部大开发战略。

会议强调，要认真学习贯彻《中共中央 国务院关于弘扬教育家精神加强新时代高素质专业化教师队伍建设的意见》，以教育家精神引领教师队伍建设，

统筹推进加强教师队伍思想政治建设、涵养高尚师德师风、提升教师专业素养、加强教师权益保障、营造尊师重教社会氛围等重点工作，加快补齐教师队伍建设突出短板，打造一支师德高尚、业务精湛、结构合理、充满活力的高素质专业化教师队伍，为建设教育强市、办好人民满意的教育提供坚强支撑。

会议强调，要把巡视整改作为推进高质量发展和全面从严治党的有力抓手，切实增强抓好巡视整改的政治自觉、思想自觉、行动自觉，紧盯巡视反馈意见和整改要求，迅速有力推动问题整改，做到整改不全面不放过、整改不深入不放过、整改不彻底不放过。要坚持举一反三、标本兼治，注重从体制机制上查找原

我国成功发射遥感四十三号02组卫星

据新华社西昌9月3日电（李国利 崔婉莹）9月3日9时22分，我国在西昌卫星发射中心使用长征四号乙运

载火箭，成功将遥感四十三号02组卫星发射升空，卫星顺利进入预定轨道，发射任务获得圆满成功。

遥感四十三号02组卫星主要用于开展低轨星座系统新技术试验。这次任务是长征系列运载火箭的第533次飞行。

山西日报评论员文章

构建支持全面创新体制机制 不断提升创新体系整体效能

——二论深入贯彻落实省委十二届八次全会精神

刊2版

www.dtnews.cn

持续加强品牌建设 变『网红』为『长红』

论进一步推动大同文旅产业高质量发展
本报评论员

近年来，伴随着国内大众旅游出行和消费偏好的深刻变化，消费者对旅游产品和服务的要求已经从“有没有”向“好不好”转变，我国文旅市场全面升温、文旅经济发展强劲。在这一强大的市场力量推动下，文旅“网红”城市不断涌现，引发公众关注并带来相当的消费流量。不过，经过一段时间观察就可以发现，“网红”热度的维持并非易事，“网红”城市排名榜单一直处于变动中，一些城市“出国”后又归于沉寂。

文旅城市变“网红”为“长红”实现持续发展，不仅要靠“天帮忙”，诸如依托历史文化资源、地理环境资源等，更需要“人努力”，包括强化品牌竞争力和价值优势、突出地方特色和差异体验、提升产业系统支撑和综合服务能力等。

大同荣光加身，是首批国家历史文化名城、中国大古都，是清凉夏都、避暑胜地，也是国际美食之都、休闲康养目的地等，人文景观和自然景观交相辉映，旅游资源丰富且独特。近年来，全市聚焦国际知名文化旅游目的地建设，大力推动文旅产业高质量发展，深耕文旅消费赛道，产业发展、产品创新、品牌提升、宣传推介等屡有突破，城市和文旅品牌形象凸显。

2024年，大同更是频频上榜全国热搜、全国旅游黑马目的地等榜单。今年上半年，大同文旅相关发文量、报道量同比2023年上半年增长200%，大同文旅曝光量超过十亿。8月，《黑神话：悟空》游戏迅速登顶全球热销榜单，其36个取景地中大同占据6席，位列各城市之首，“跟着悟空游大同”话题迅速攀升，火爆全网。

天时、地利、人和，前景更加可期。我们需要继续发力，加强品牌建设，进一步塑造好大同城市形象和文旅形象，让“中国古都 天下大同”和“文化古都 清凉夏都 美食之都”品牌效应不断彰显，让文旅业不断出彩，让大同成为文旅“长红”城市。

加强品牌建设，要以文化为核心彰显城市特质。国内短视频平台的相关统计数据显示，基于城市特质的短视频传播更受人们青睐；在公众喜欢的城市特质中，文化魅力排在第一位。大同在历史、文化与地理、自然的坐标中个性鲜明，区域文明厚重而独特。加强品牌建设让大同文旅“长红”必须以文化为核心彰显城市特质，深挖地方文化，尤其是北魏、辽金、明清等纵向历史文化，古代雕塑、古代建筑、传统村落等横向空间文化，以及民族交融、边塞军旅、美食、风俗等融合文化，创新市场表达方式，让独特的资源活起来，进一步融入旅游产品和服务中，增强旅游产品的文化深度和情感浓度，提升大同文旅核心吸引力。如是，城市在“出国”的时候才能够以核心竞争力持续吸引公众，助力文旅市场保持热度。

加强品牌建设，要以创新求突破加强文旅内容供给。创新产品和体验是文旅产业持续发展和品牌建设的关键。大同文旅市场要保持升温，就必须基于区域特质加大业态创新和内容供给，形成风景场景叠加、主客共享的独特竞争优势，实现量和质的同步上升。目前，我市已经积淀相当规模的文旅产品并且赢得良好口碑，但是在“长红”目标的追求下显然还需要继续加大业态创新供给，文旅行业要坚持差异化发展策略，避免陷入模仿和重复的怪圈；文旅产品要跟着市场和游客的身心需求走，及时发现消费新需求，抢抓消费升级，开发新产品、新消费模式；职能部门在守住安全等底线的前提下，鼓励经营主体持续创新、做大做强，用创新绽放瞬息万变的“流量经济”。

加强品牌建设，要以游客为中心全面提升综合服务能力。以游客为中心，升级文旅产业链，提升整体旅游环境和服务是实现文旅产业持续发展的重要途径。今天的游客早已不满足于简单的“吃喝玩乐”，逐渐对城市品质、整体旅游环境和服务等提出新要求。与旅游“下沉”相适应，城市需要通过加强公共服务等实现旅游服务和综合环境的“向上”升级。从推进公厕、无障碍设施建设到规范服务业价格、及时处理游客投诉，从“热点”路段启动临时交通管制到具备开放条件的党政机关、事业单位免费向社会开放停车场和厕所等，从产业链神经末梢的改变去积累文旅口碑，从完善社会服务去提升城市形象，并把品牌建设拓展到相关农产品、工业产品及服务中，形成全产业链的升级综合服务能力提升，收获更多“点赞量”。

不羡“网红”追求“长红”，检验的是城市的信心和文旅综合发展能力。历尽沧桑更见风华。今天的大同守正创新，进一步推动文旅高质量发展，我们从一次次“出国”“出彩”中看到文旅崛起和“长红”的潜质，我们坚信“长红”一定会让越来越多的游客离开大同时恋恋不舍、想起大同时念念不忘。

曲艺小调花样接棒《黑神话：悟空》
游山西夸大同上线爆红

本报讯（记者 任翔宇）近日，一首根据最近爆火的国产游戏《黑神话：悟空》而合辙创作的曲艺小调《画扇面》轻快上线，主题为“跟着悟空游山西一大同”，用活泼有趣的唱词串联起相关景点，受到广泛关注 and 转发。

国产游戏《黑神话：悟空》上线即成热点，与游戏一同频频登上热搜榜单的还有另一个话题——跟着悟空游山西。除了全省各地的全网传播取景地、文旅路线外，文艺界也聚焦“悟空”与山西。山西曲艺团的官方视频号9月2日上线了一首新编曲艺小调《画扇面》，主题为“跟着悟空游山西一大同”，作品的导演是张煦，改编为宋次，由耿麟、董高琪、张琦、乔羽演唱，作品中“这一幅扇面云冈

石窟，刻在石头上的北魏史书”，夸悬空寺的“公输天巧显才能”，夸华严寺的“最大的鸱吻房上住，藏经点是文物宝库”等唱词，编排巧妙串联得当，与游戏场景与实景画面相得益彰，上线后迅速获得众多观众的浏览、点赞和转发。

《画扇面》是流传在我国北方的一种曲艺小调，被音乐界普遍认为是我国北方民间音乐的一个母体，也是流传于全国的十三大时调小曲之一，在各地的民歌音乐集中都有收录。《画扇面》与西游记挂钩的经典网络视频是德云社周年庆典上郭德纲、陶阳、郭麒麟等合演的版本，这次山西曲艺版本的《画扇面》上线同样热度满满，被网友热赞“再创西游经典！传播山西文化！惊艳大同文旅！”

山西省景区品牌传播力百强榜单出炉
云冈石窟位居榜首

本报讯（记者 任翔宇）日前，2024年山西省文旅景区品牌运营发展报告出炉，同时推出山西省景区品牌传播力TOP100榜单，云冈石窟位居榜眼，与平遥古城、皇城相府生态文化旅游区、黄河壶口瀑布旅游区、《又见平遥》演艺、王家大院、忻州古城、应县木塔、晋祠博物院、云丘山一同进入榜单前十。

2024年山西省文旅景区品牌运营发展报告由国内聚焦文旅产业研究咨询的机构迈点研究院推出，以山西文旅景区为主要研究对象，将数据分析和案例相结合，聚焦景区品牌创建、经营表现、品牌传播、运营创新举措等提出报告。近年来，云冈石窟努力打造多元文化融合景区，先后建成云冈美术馆、放映厅、院史馆、云冈文创店、陈云岗雕塑艺术馆、侏罗纪地震遗迹展示保护棚、云冈书屋等，并推出“西天梵音”乐舞表演等文艺演出。多元文化景区的打造，极大地丰富了云冈景区的文化内涵，对游客越来越具有吸引力。同时，云冈石窟也强化了基础设施建设，陆续增设残疾人通道、电瓶车停靠站、林间小路、标识标牌等，并对景区石板环路进行了全面修整；新建停车场，增加车位，设立充电桩；新增7座环保节能公厕。在方便游客的同时，处处体现人文关怀，在提升景区管理水平和服务水平方面，不断加强职工队伍建设，实施标准化管理，倾力打造和谐云冈。云冈石窟多次荣登“5A级景区百强榜”并排名前列，此次上榜在印证景区品牌传播力的同时，也将激励云冈人继续为游客提供更高水平的服务。

陕汽大同车辆服务中心
即将“重磅上线”

本报讯（记者 闫昌）“从制造1.0到‘制造+服务’2.0，我们将瞄准发展机遇，充分利用现有资源，前瞻性布局，拓展本地化后的市场服务能力……”8月27日，记者从陕汽大同专用汽车有限公司了解到，该公司的车辆服务中心经过紧锣密鼓的筹备，已完成前期准备工作，即将“重磅上线”。

据了解，新设立的车辆服务中心位于公司原检测车间内，建筑面积3800平方米，按照重卡维修服务标准建设有驾驶员休息区、维修操作区、运营办公区等功能分区。配备全新重卡维修保养设备以及配套专用工具多达18类，还有三电监测系统、润滑油集中加注系统、无尘干磨机以及相配套的检测维修设备。不仅可以开展新能源车辆的日常维修服务，同时在维修能力充足的情况下，也能满足其他重卡以及专用车的服务。

一位工作人员告诉记者，服务中心将秉承“以客户为中心”的服务理念，贴近市场、心系用户、换位思考、真诚服务、不断推动“专业化维修、标准化服务”落地，更好地提供范围广、内容多的服务。

深耕“四大赛道” 推动高质量发展

市场对高品质中药材需求强劲

新华指数显示恒山黄芪产业迈进高质量发展之路

本报讯（记者 吴华）由新华指数发布的《新华·恒山黄芪市场指数年度运行分析报告（2024）》显示，2023—2024年产（2023年6月至2024年7月），恒山黄芪市场销量指数在2023年三季度稳定在1000点以上，这一趋势反映了市场对高品质中药材的强劲需求，也标志着恒山黄芪产业迈进高质量发展之路。

浑源是“中国黄芪之乡”，恒山黄芪被誉为“正北芪”。近年来，浑源县高度重视黄芪产业发展，通过强链补链延链、完善利益联结机制等举措带动黄芪产业发展。据悉，浑源全县目前共有黄芪面积39.5万亩，有芪面积28.1万亩。全县从事黄芪种植、加工、销售的企业有200多家，年产量达到2000吨，产值约15亿元。新华指数结果显示，恒山

黄芪市场指数在2023年三季度达到销售高峰。每年的2月和8月成为特等恒山黄芪的销售旺季，其销量指数峰值从2021年的1947点稳步增长至2023年的2803点，年均涨幅率达20.69%。特等芪作为黄芪中的佼佼者，以其优异的品质、丰富的营养价值和显著的药用功效，备受市场青睐。

据介绍，浑源恒山黄芪以其优秀的品质和显著的药效，在众多黄芪品种中脱颖而出。作为“正北芪”的发源地，北岳恒山的独特地理环境赋予了恒山黄芪优异的品质。研究表明，浑源黄芪的甲苷含量远超国家标准，皂苷含量是《中国药典》标准的3倍多，药效显著。三季度正值黄芪的生长成熟期和采摘高峰期，新鲜黄芪大量上市，满足了市

场对新鲜、高品质药材的需求。此外，恒山黄芪作为具有深厚文化底蕴和良好口碑的特产，伴随着人们健康养生意识的逐渐增强，在节假日期间有了更多市场曝光机会，刺激消费者购买欲，推动销量的快速增长。

恒山黄芪产业的快速发展和品牌建设也是其销量攀升的重要原因。近年来，浑源县高度重视黄芪产业的发展，通过政策扶持、技术创新和品牌建设等措施，不断提升黄芪的品质和市场竞争能力。同时，通过线上线下相结合的方式，持续拓展销售渠道和市场网络，使得恒山黄芪能够更好地满足消费者的多元化需求。这些努力不仅提升了恒山黄芪的知名度和美誉度，也为其销量的持续增长奠定了坚实的基础。

新时代 新征程 新伟业
——乡村行·看振兴——

培育特色产业 助力乡村振兴



云州区吉家庄乡各类蔬菜长势喜人。

本报记者 申力摄

□ 本报记者 申力

近年来，云州区吉家庄乡立足土地、气候优势，调结构、兴产业、抓基地、建市场，大力发展以有机杂粮、黄花、露地蔬菜为主的特色种植，培育乡村振兴的特色产业，拓宽农民增收空间。

“我这3亩地，目前已经卖到3万块钱了，还能再摘两茬，大约能卖5000多块钱呢。”吉家庄乡南栎庄村村民张海瑞说。在吉家庄乡南栎庄、佛堂寺、上西河等村，记者看到各类蔬菜长势喜人，种植户正忙着采摘青椒、尖椒，由于今年蔬菜市场行情好，吉家庄乡蔬菜产业产销两

旺，农民收入大增。“今年我们佛堂寺村种青椒、线椒500多亩，长势良好，市场行情也好，现在农民每亩收入上万元了。”佛堂寺村党支部书记赵成权说。

在吉家庄乡南栎庄蔬菜交易市场，周边农民种植的青椒都聚集在这里，这些个头匀、品相好的青椒将发往全国各地。进入7月下旬以来，吉家庄乡每天向南方省市销售各类蔬菜50多吨。“我是从广东过来的，每年都来收青椒，这里的空气和水土都很好，种出来的青椒很受欢迎。”广东蔬菜采购商李亚统说。

吉家庄乡党委、政府围绕乡村振兴这条主线，积极探索农业高质量发展的