

## 本期要点

### 天水出圈对兰州文旅“引客留客”的启示

3月份以来，天水因特色麻辣烫带火了一座城，并带动了全省文旅在全国的热度。兰州如何借鉴天水有效的经验做法，在提升兰州烟火气、文旅消费方面实现新的突破，本文进行深入分析并提出了一系列对策建议。

### 聚焦产业培育 加快兰州高质量招商引资的思考与建议

招商引资是经济发展的源头活水，合肥市把招商引资作为扩投资、稳增长的有力抓手，从产业培育角度引育布局战略性新兴产业，取得了成功的产业转型和升级。本文从合肥招商引资的经验做法出发提出了加快兰州高质量招商引资的思考与建议。

## 编者按

去年以来，省委省政府举全省之力推进强省会行动，省直部门顶格支持，全市上下躬身实干，兰州各项工作呈现出态势好、气势足、趋势向上的新发展势头。3月26日，兰州市召开强省会行动领导小组会议，强调今年是推进强省会行动的全面发力之年，要坚定信心，狠抓落实，奋力推动强省会行动取得更大新突破、形成标志性成果。会议强调，要乘势而上狠抓项目“双进”，大力实施“引大引强引头部”行动，持续扩大有效投资，着力培育更多新的经济增长点。本期《兰州社科成果要报》从兰州文旅创新发展和高质量招商引资两方面刊出资政报告，供领导和相关部门参阅。

# 天水出圈对兰州文旅“引客留客”的启示

近两年，经全市多部门协同努力，兰州市文旅市场回暖势头明显。但是从整体上看，因市场供给滞后，沉浸式文旅产品、演艺项目和购物消费供给不足，缺少留得住游客的吸引点，导致引客难、留客更难的问题十分突出。今年3月份以来，天水因特色麻辣烫带火了一座城，以热辣滚烫的烟火气叫响了“千山万水，只爱天水”文旅IP，并带动了全省文旅在全国的热度。清明小长假天水旅游综合收入5.4亿元，居全省首位，在同期全省旅游综合收入中占比为17%，人均旅游消费570.52元，分别高出同期全省、兰州人均消费45.93元、161.63元。截至4月19日，天水市累计接待游客845万人次，实现旅游花费48.9亿元。目前，从五一假期首日高铁票售卖情况看，北京等地至天水的高铁票被“秒光”，表明天水仍然是五一假期热门目的地。在五一长假和暑期旅游旺季来临之季，兰州如何借鉴天水有效的经验做法，切实在“引客入兰、留客驻兰”上取得实效，在提升兰州烟火气、文旅消费方面实现新的突破，是值得关注和思考的问题。

## 一、天水出圈的原因分析

（一）天水麻辣烫风味独特，赢得市场认可

作为一种美食，天水麻辣烫凭借其丰富的食材、鲜美的汤底和独特的麻辣口味，在线下赢得了市场的认可。同时，作为甘肃天水地区的一种特色小吃，它还承载着独特的地域文化，形成了鲜明的市场竞争优势。一是天水花椒麻味悠长。天水花椒种植历史已有千年，在各个县区均有分布，“秦安花椒”“麦积花椒”“甘谷花椒”等先后通过国家地理标志产品保护认证。二是甘谷辣椒久负盛名。被网友美誉为麻辣烫“灵魂”的甘谷辣椒早于2011年就通过国家地理标志认证，2020年入选“甘味”区域公用品牌目录。三是菜品的新鲜。天水蔬菜资源丰富，黑木耳、金针菇、韭菜等产业已发展成为部分县区的支柱产业。麻辣烫大量菜品可“就地取材”、鲜味十足，且价格亲民。四是烹饪方法富有特色。将土豆淀粉以“擀面条”形式制作手擀粉后，口感更佳，成为天水麻辣烫的一大特色。

## （二）自媒与官媒合力推宣，制造消费热点

经由自媒体自主发现，社交媒体话题发酵后，官方媒体集体组团跟进推广，包括新华网、人民网、央视、央视网、中新社、央广网、环球时报等主流媒体几乎都第一时间参与报道宣传，推波助澜，使天水麻辣烫成为全媒制造的消费热点。目前，天水麻辣烫持续火热。截至4月19日17时，24小时内全网涉及“甘肃天水麻辣烫”“甘肃美食”“甘肃文化旅游”的相关短视频

和信息总点击播放量270.6亿次，点赞量22.57亿次，互动评论量15.84亿次。多方位的正面宣传报道，有效增强了广大网友对天水历史文化的了解和向往实地探寻的好感。数据显示，有80%的受访对象表示是通过抖音、快手、微信朋友圈等短视频平台了解到的天水麻辣烫；55%的受访对象属于网络跟风首次来到天水打卡。

### （三）敏锐捕捉流量机遇，政府积极治理

天水的出圈也得益于文旅厅派出工作组到天水市靠前指挥、跟踪调度、策划引流。在省文旅厅的指导下当地管理部门对突如其来的“泼天”流量及时响应。为了接住流量，天水市委、市政府召开“天水麻辣烫”服务保障会，形成文旅、交通、市场、公安安全线联动、快速反应、妥善处置的积极治理态势。连夜刷墙、修路，巩固硬件，市政府甚至在机场组织了专车服务，开通了“麻辣烫专线”，直接将外地游客送往麻辣烫店铺就餐。清明小长假期间，为游客提供免费住宿，开放停车场地。此外，为将麻辣烫的影响力拓展到全市，文旅部门还出台景区优惠门票、联票政策等等，还推出以麻辣烫为主的旅游节会，丰富游客旅游体验。天水政府为游客提供了“吃、住、行、游、购、娱”的贴心真诚服务，这些积极的文旅治理经过社交平台的传播让更多人对于天水麻辣烫充满了向往，将网络热度有效转化为实体旅游经济的增长。

#### （四）积极回应消费需求，提供快乐体验

天水在享受流量红利的同时，尽可能地展示自身特色，不断创新产品供给、强化特色，积极回应游客的消费需求，努力消减流量“关注度递减”的定律。如当地商家开启共享餐桌，小吃组合营销，以优质的营销和服务满足市场需求。同时深入挖掘地方文化内涵，加强与省内兄弟市州的合作，推动当地二次社火、伏羲大典和全省民俗文化的在不同区域展演，这些艺术表演和节庆活动成为高质量的传播内容，在社交媒体连续创造话题，满足了人们长久以来对西北小城的浪漫想象，使得流量接踵而至，进一步提升了天水旅游吸引力。

## 二、天水麻辣烫出圈后的综合效应分析

### （一）对城市IP和品牌的宣传效应

通过麻辣烫这个“小切口”，天水作为人类始祖伏羲的诞生地、秦人出发地、三国姜伯约的故乡等这些天水城市形象IP和中国四大石窟之一的麦积山石窟再次被世界看见。麻辣烫的“网红”效应以场景式、立体化的角度彰显了天水的独特元素、特色资源和淳厚的风土人情，大幅提升了天水的知名度、美誉度，持续增强了天水的吸引力。去哪儿平台数据显示，自2月26日起至清明假期，甘肃天水的搜索量同比增长2000%。

### （二）对交通住宿消费的带动效应

据去哪儿大数据研究院估算，吃一顿天水麻辣烫人均消费30元，可带动当地交通、住宿等消费650元。清明假期，天水酒店预订量增长12倍，民宿预订量同比增长18.8倍，在全国排名第一。天水的麻辣烫也拉动了全省的旅游消费。在途家民宿平台上，兰州、酒泉、陇南等地民宿也预订火热。去哪儿数据显示，清明假期甘肃全省景区门票销量同比增长6.7倍，兰州、张掖、嘉峪关、陇南景区门票销量同比上升超10倍。在酒店方面，清明假期甘肃全省酒店预订量同比增长3.1倍，天水成为全省TOP4热门酒店预订城市。

### （三）一碗麻辣烫的蝴蝶效应

一是天水麻辣烫的味道备受网友好评，其他省市的商家也纷纷加入了甘肃麻辣烫这条“赛道”。根据工商登记信息，近3个月内全国新开业的甘肃麻辣烫店达到200多家。二是天水麻辣烫的火爆也推动当地消费概念股接连大涨。据证券时报报道，在众兴菌业受到二级市场资金热捧之后，甘肃板块其他消费个股股价也迎来大涨。三是麻辣烫相关产品成交额增长超10倍。京东消费及产业发展研究院发布的《甘肃天水麻辣烫消费观察》显示，甘谷干辣椒、甘肃麻辣烫调料的成交额环比分别增长超10倍和9.2倍，天水辣椒面、天水油泼辣子、甘肃手擀粉、定西土豆的成交额环比增长均超100%。甘谷辣椒日出货量5吨左右。

### 三、天水出圈对兰州文旅“引客留客”的启示

#### （一）在理念上要积极主动引客引流

通过数据对比发现（见表1），兰州市文旅在接待游客方面的支撑实力要比天水较强。2023年，兰州的经济总量是天水的4倍，一般公共预算收入是天水的5.5倍，接待游客数是1.88倍，旅游收入是2.1倍，人均旅游花费高出天水86.1元，旅客运输总量是天水的2.2倍，旅行社是天水的6.8倍，星级饭店比天水多10家。作为省会城市，兰州近几年新建成的黄河楼、兰州老街、奥体中心、水墨丹霞景区、河口古镇景区、兰州万达茂、甘肃简牍博物馆、李家庄田园综合体等特色旅游景区等重点项目，使得城市空间对游客的承载力显著提升，服务功能大大提升。因此，兰州具备引客引流的底气，要敢于主动出击引客引流。

表1 2023年兰州、天水两地文旅业支撑要素对比

	兰州	天水
GDP（亿）	3487.3	856.78
一般公共预算收入（亿）	255.3	46.34
接待游客（万人次）	9000	4800
旅游收入（亿）	649.4	305
人均旅游花费（元/人）	721.5	635.4
旅客运输总量（万人次）	5359.9	2389.56
旅行社（家）	412	61

星级饭店	34	24
------	----	----

数据来源：2023年兰州市国民经济和社会发展统计公报、2023年天水市国民经济和社会发展统计公报。

## （二）营销要主动触网运用好新媒体

一是在营销渠道上，要正视短视频裂变式传播的强大力量，将互联网特别是社交媒体做为营销的主要渠道，在全媒体时代增加兰州的话题度，借流量赋能引客入兰、留客驻兰。近日，小红书平台针对城市文旅发展，特别是优质内容的挖掘上推出“城市新名片计划”，山西、新疆、重庆、泉州等10余地的文旅部门已经与小红书签订了战略合作协议，共同推动城市旅游的长足发展。兰州文旅营销在要充分发挥当地“观澜”“爱兰州”“金云”等市级新媒体平台功能的同时，也要加快与小红书等社交平台的合作，从流量、算法和产品等多个方面寻找变“红”的可能，从年轻人的视角，发现新亮点，塑造城市旅游新形象，进而做好精准的内容产出和引流。

二是在宣传主体上，天水的火爆，不管是中央媒体、省外媒体、市县媒体、头部商业平台，还是正能量大V、网民个人，都是对外宣传的主力军。兰州要大力倡导市民、游客通过短视频、直播等新媒体形式，分享城市故事和独特体验，培植一批接地气

的“城市代言人”，实现城市形象的全民共创和广泛传播。加快抖音等平台入驻全市 A 级景区、公共文化场馆并常态化开展直播活动；邀请网络大 V 及抖音主播以年轻人更“接地气”的方式共同讲述新时代美丽兰州故事。以人人都是发展环境、个个都是旅游形象的理念，有序有理有节管理重要景点的网络直播，鼓励自媒体、网红、市民群众通过短视频传递兰州的烟火气和人情温暖，放大黄河之滨也很美的城市魅力，为打造“烟火兰州”营造良好氛围。

### （三）产品供给在“娱”的环节发力

光明日报微博关于“什么样的旅游体验最重要？”的调查显示，“获得积极的情绪价值（占比30%）”“感受不一样的文化氛围（占比23%）”“体验城市的特色美食（占比21%）”排在前三位。

“积极的情绪价值”实质就是让游客获得快乐。“不一样的文化氛围”实质就是具有地域特色的文化生活，让游客感受到与其生活地不同文化体验。目前，天水已成为全省乃至全国最大的展演舞台，天水的各种玩法为游客提供了沉浸式的快乐体验，产生了持续性的目的地吸引力。兰州作为旅游目的地必须把握体验需求，为游客提供充满娱乐性质的文化产品和服务，改变单调的景点打卡方式，满足现代游客高品质的精神生活需求。

与国家级历史文化名城天水对比发现（见表2），在文化旅

游资源方面兰州优势并不突出，但作为省会城市，兰州拥有百里黄河风情线、1个国家级旅游休闲街区 and 2个国家级夜间文旅集聚区，这些区域既是本地居民常态化的生活休闲空间，也是外来游客体验目的地文化和生活的重要旅游空间，是“旅游+”消费场景的最佳承载地。兰州也是全省文化创意产业集聚区，应发挥这些比较优势，加快文化资源的创造性转化，在“吃住行游购娱”链条的“娱”上发力。

一是在文旅场所增加参与式、体验式消费项目；在兰州老街、栖云小镇、浪街等已有项目中创新开发适配资源、形式多样、符合市场需求的多元玩法，如引导小场景演艺、文旅跟拍、剧本杀、创意设计、工艺美术等行业的嵌入；在黄河索道、水墨丹霞等景区加快布局低空飞行等新业态新玩法，增加工程机械、虚拟呈现等技术手段，在氛围营造、情绪引导等方面打造更加沉浸化的体验模式和更加场景化的消费空间，增强文旅吸引力。

二是推动《丝路花雨》《大豆谣》等品牌剧常态化惠民+商演；着力打造具有兰州特点的大型实景演艺秀，做好水墨丹霞《舞马丹霞》、黄河楼《黄河颂·大有兰州》实景演出等提质增效。同时，也要鼓励支持文艺表演团体、演出经纪机构、演出场所经营单位参与旅游演艺发展，打造中小型、主题性、特色类的文化旅游演艺产品。

表2 2023年兰州、天水两地主要文旅资源对比

	兰州	天水
A级景区（家）	41	53
5A级景区（家）	0	1
4A级景区（家）	9	7
全国重点文物保护单位（处）	10	21处（含世界文化遗产1处）
省级文物保护单位（处）	45	58
国家级非遗项目（个）	5	8
省级非遗项目（个）	35	50
市级非遗项目（个）	77	180

数据来源：甘肃省文化和旅游厅网站，兰州市、天水市文化和旅游工作情况。

#### （四）优化服务以提质升级消费环境

关注游客需求，坚持问题导向，有效解决停车、如厕、住宿等“老大难”问题，着力提升环境形象、管理水平和服务品质，让游客“愿意来、留得下、住得好”。与此同时，要对增长的客流量做好应急预案，动态研判最大承载量，全力做好应对准备，并加大监管力度，进一步优化消费环境，着力留住远方的客人。

一是在“吃”环节，突出兰州特色，全方位吸引更多游客沉浸式体验“烟火兰州”。通过打造兰州牛肉面示范店，提升产品质量、经济效益、经营秩序、消费环境、服务质量，做好兰州牛

肉面美食节，充分发挥兰州牛肉面“中华第一面”的国际知名度和影响力；评选推出“兰州十佳名小吃”“兰州十佳名菜”“兰州十佳餐饮老字号”“兰州十佳农家乐”“兰州美食网红打卡点”等系列品牌；在主要商圈和与文旅商业街区开设深夜营业专区、24小时便利店和“深夜食堂”等特色餐饮。

二是对原有星级酒店进行改造升级，提升服务质量。加快发展与自驾游、休闲度假相适应的租赁式公寓服务。规范民宿市场，推动星级旅游民宿品牌化发展。

三紧跟市场发展趋势和游客出行需要，在“小兰帮办”“小兰约车”APP中加载景区景点、旅游线路、租车包车等功能，引进客运、网约车、租车行业头部品牌，优化提升智能约车、自助取还车服务，充分满足消费者出行需要，更好满足游客多元化需求。

（韩晓东 兰州市社会科学院中西亚研究所所长 副研究员）

# 聚焦产业培育 加快兰州高质量招商引资 的思考与建议

张晓强书记在全市推进强省会行动工作例会上强调要聚焦产业培育，牢牢把握招商方向不偏移，为我市加快高质量招商引资指明了方向。招商引资是经济发展的源头活水，也是助推地方经济高质量发展的着力点和突破点。近年来，全国多地把招商引资作为扩投资、稳增长的有力抓手，特别是合肥从产业培育角度引育布局战略性新兴产业，取得了成功的产业转型和升级，其招商引资的经验做法值得我市学习借鉴。

## 一、合肥聚焦产业培育开展招商引资的成功实践

### （一）靶向布局，从产业培育角度招商

合肥招商引资的核心逻辑就是围绕本地的产业脉络、产业布局进行招商，其目的是为了形成完整的战略产业版图，这种招商模式不但可以拉动税收和就业，还可以让工业价值链在本地扎根，不易迁走。合肥的招商引资基本都是循此逻辑，始终围绕产业链上下游深挖“风口”产业，先通过政府投融资引入关键企业，随后带动产业链条上其他企业陆续入驻合肥，先后引入了京东方、科大讯飞、长鑫、蔚来等龙头企业，已形成“芯屏器合”“集终生智”战略性新兴产业布局，战略性新兴产业占规上工业比重

近60%。

## （二）国资引投，创新产业投融资模式

合肥改变国有资本投融资模式，从以“土地优惠、税收减免”为主向以“资本运作、基金支持”为主转变，用市场化思维和手段运营发展产业，政府在政策性支持之外，还要提供资本支持，即拿出钱来参与项目建设，稳定市场信心，引导社会资金参与。一方面，依托合肥产投、合肥兴泰、合肥建投三大国资投资平台，组建产业基金群，形成多元化科技投融资体系；另一方面，通过投资并引入上市公司募投项目推动落地，围绕投资前中后期全链条打造项目引育与股权退出闭环。截至2023年3月，合肥国有资本在战略性新兴产业领域累计投入超1600亿元，带动项目总投资超5000亿元。

## （三）鼓励科创，注重科技成果的转化

创新是产业发展的动力之源。近年来，合肥实现经济快速增长也得益于其注重将科研资源优势转化为产业发展优势。其全社会研发投入强度3.91%、居万亿城市第7位。世界知识产权组织发布的2023年全球“科技集群”，合肥居第40位；《自然》杂志发布的全球“科研城市”，合肥居第13位。合肥通过中科大系、中电科系（16所、38所等军工院所）、本地系（合肥工业大学、安徽大学等）三架马车，大力发展培育创新平台和新型研发机构。

目前有“安徽创新馆”、中科大先进技术研究院、中科院合肥技术创新工程院、清华大学合肥公共安全研究院等60余家新型研发机构。通过这些新型研发机构，真正将各类科技创新资源转化为产业发展动能，加速人才团队建设，强有力地推动了合肥产业快速高质量发展。

#### （四）培养人才，打造专业化招投队伍

一是合肥历任主要领导聚焦产业特别是先进制造业发展，牵头推进资本招商工作，“只吹冲锋号，不提新口号”，在合肥全市形成了“全员招商”的浓厚氛围。合肥从市领导到普通招商人员，都在深入学习研究产业投融资政策、行业发展报告、上市企业招股等各种与产业相关的信息，一个基层招商员都具备全产业链知识。二是合肥的政府招商团队从上到下都投行化、专业化，如在招商引资洽谈交流时，合肥聚焦的是项目本身及产业链，项目怎么投、投多少、投完怎么办、如何运作？而其他城市，几乎谈及雷同的招商政策。三是合肥大量聘请知名企业家作为招商顾问，通过企业家间的人情关系和利益关系帮助政府招商。针对所有主导产业，建立全球该领域最顶级专家人才数据库，选择项目时邀请领域顶级专家评价。正是依靠这些专业人才，合肥成功引入培育运作了一个又一个战略型新兴产业项目。

## 二、合肥模式对兰州招商引资的启示与思考建议

### （一）从产业培育的角度开展招商

合肥市招商引资聚焦产业培育，沿着产业链的方向选择投资项目，吸引产业链上下游更多的企业入驻，形成完整的产业生态，逐渐形成产业集群效应，实现地方产业转型升级。建议对我市石油化工、装备制造、生物医药、有色冶金4条优势产业链条和航空航天、新材料、新能源、核能、新型建材、绿色环保、新食品、新算力、中医药、氢能、文化旅游11条支柱产业链条进行系统梳理，在深入分析其产业基础、资源禀赋、特色优势和产业链短板弱项的基础上，从产业培育角度出发，明晰招商引资的主攻方向，避免“眉毛胡子一把抓”，每年确定2—3个产业方向开展精准招商，针对上下游产业链缺链部分进行延链、补链、强链，着力引进关键环节企业和上下游配套企业，打通堵点、连接断点、畅通产业循环，逐步构建完善的产业生态，打造特色产业名片。

### （二）完善政府资金投入方式

合肥通过设立政府引导基金“以投带引”，撬动社会资本共同投资，吸引产业链上下游更多的企业入驻，逐渐形成产业集群效应，实现了战新产业蓬勃发展和国有资本保值增值双赢。建议兰州借鉴合肥的做法，在招商引资过程中树立“投行思维”，充分发挥国有资本和金融工具的引导作用，通过设立政府产业引导资金，与金融、投资机构合作设立产业发展基金，同时撬

动社会资本，前置参与到招引项目挖掘对接过程中，发挥基金招商作用，为产业链上关键节点企业争取政策优惠、基金扶持，缓解企业在前期发展中的资金压力，并通过基金投资促使招引项目落户。

### （三）发挥好龙头企业的牵引作用

龙头企业是招商引资的关键。合肥积极引入各大新兴领域的龙头企业，例如，显示屏领域的京东方科技集团、人工智能领域的科大讯飞、芯片领域的长鑫存储及新能源汽车领域的蔚来集团等，并以龙头企业为引子，不断扩充产业链，逐步形成并完善以“芯屏汽合”“集终生智”为代表的几十条产业链。建议将兰州重点产业链的龙头企业的负责人发展成义务“招商员”，发挥其渠道、品牌、数据、协同等方面的优势，聚焦产业培育围绕自身需求开展招商，努力形成“龙头—链条—集群”的产业发展模式，构筑完整的产业生态。引导重点产业链龙头企业探索组建产业链联盟，促进产业链上下游企业加强合作，发挥龙头企业在招商引资中的桥梁纽带作用。

### （四）推动科技成果的转化应用

合肥积极构建科创环境，放大本地科研院所源头创新效应，注重将科研资源优势转化为产业发展优势，有力推动了本地产业的快速高质量发展。兰州拥有以中科院兰州“一院三所”为代表

的各类科研机构1200多家，以兰州大学、西北师范大学等为代表的高等院校34所，还有以在兰军工企业、驻甘央企等为主力的创新资源，科教资源丰富。建议兰州进一步健全成果转化考核激励机制，充分调动科研院所和在兰高校的积极性，加快与本地产业发展高关联度的科研成果产业化。同时，在引进培育新型研发机构上狠下功夫，组建一批产业研究院，重点实验室和中试基地，以市场化手段推动市场主体与兰州大院大所共建新型研发机构。探索建设科技产业新城，推动科技创新资源、平台、政策优先在科技产业新城先行先试作样板，打造全市科技创新“平台—孵化—产业”的核心承载区。

#### （五）打造专业的招商引资队伍

“合肥模式”之所以成功，“人”是最关键、最核心要素，合肥打造了一支懂产业、通政策、熟悉市场、擅长谈判、精于资本运作的政府招投队伍。建议通过挂职交流、外地考察学习，专题培训等方式，尽快在兰州驻外办事处、招商部门、产业部门以及市属国有企业培养一批精通产业政策、熟悉产业市场、擅长商务谈判和资本运作的人才。可以发挥兰州高校、科研院所多的优势，结合产业发展需要，选聘一批懂产业的教授、企业家等到市直部门挂职。同时，要有针对性地对全市抽调的区域驻点招商中心的160名招商干部开展产业发展趋势、市场现

状、产业与产业配套等专业知识培训，不断提高招商业务实战能力。此外，可以借助外脑外力，建立一支兼职产业招商队伍。委托猎头公司物色适宜招商的各类人才，创新兼职招商取酬办法，调动其积极性、主动性和创造性，以市场的逻辑化解我市产业招商人才紧缺矛盾。

（李玉贝 兰州市社会科学院科研室副主任 助理研究员）