

协同发展看京津冀

“河北拥有环绕京津的独特区位优势，京津是河北最主要的省外客源市场，京津市民的旅游消费需求非常旺盛。随着大众旅游的蓬勃发展，周末游已经成为人们日常休闲生活的重要组成部分、一种刚性需求。近年来，河北旅游宣传推广的一个核心目标就是打造京津游客周末休闲度假首选目的地，让‘这么近，那么美，周末到河北’成为新时尚。”

打响河北文旅品牌 精准拓展京津市场

近日，由文化和旅游部资源开发司主办的2023年国内旅游宣传推广培训班在山东齐河举办。培训班上发布了2022年国内旅游宣传推广十佳案例。省文化和旅游厅主办的“冬季游河北 福地过大年”系列宣传推广活动入选，并受邀就“这么近，那么美，周末到河北”品牌宣传推广先进经验进行交流发言。

精准分析市场需求 创新开展品牌营销

“大家好，我是河北省文化和旅游厅副厅长王荣丽，下面由我带领大家一起打卡美丽河北。”

今年3月，一个《河北文旅厅副厅长出镜带您打卡“周末到河北”》的文旅宣传短视频，吸引众多网友转发、点赞，至今播放量超2.5亿人次。视频中，王荣丽带领大家走进千年古城正定、革命圣地西柏坡、文旅创新项目龙泉古镇，沉浸式感受河北美景。

聚焦打造京津游客周末休闲度假首选目的地，省文化和旅游厅深入京津市场开展调研，精准分析京津游客兴趣偏好、体验偏好、消费偏好，有针对性地开展品牌营销推广。通过多方位、立体化、集中式的专题宣传营销，形成裂变式传播效应，吸引京津游客关注。

去年7月底，省文化和旅游厅举办“北京游客市场调查”活动，拿出10万张免费景区门票，鼓励公众参与。活动吸引13.6万人参与网络调查，活动资讯的全网浏览量超过3000万人次。

市场调查结果显示，65%的游客通过网络平台获取旅游信息、预订旅游产品。今年，河北开展了“这么近，那么美，周末到河北”文旅短视频宣传推广活动，广泛发动文旅部门干部、省市县三级媒体主持人、网红达人、社会名人等出镜拍摄短视频宣传家乡旅游资源，赢得社会各界广泛关注，总播放量达4.6亿次。

同时，在抖音、小红书等年轻人喜爱的新媒体平台开设话题，进行互联网“种草”。举办“在抖音遇见河北”活动，视频播放量超过8亿次。在美团开设线上微游品牌馆，推出促销活动，实现“流量变销量”。

生活场景营销实现全覆盖。省文化和旅游厅在北京西站、北京站、天津火车站等进行重点宣传。在北京地铁、公交、重点区域楼宇电梯等各类场景进行集中

宣传，打造北京人身边的河北旅游。

“我们还加强与京津的大型外卖、物流、电商平台及家政公司合作，将河北文旅形象标识印制到工作人员服装上，开展跨界联合营销。”王荣丽说，目前已与京津的饿了么、美团、京东、顺丰等11家平台达成合作，配发宣传马甲近3万件。与燕赵福嫂和北京多家家政公司合作，配发宣传围裙1.2万件，起到了良好的宣传效果。

优化旅游产品供给 全面打响文旅品牌

乐游京津冀，畅享一码通。

4月29日，由河北省文化和旅游厅牵头，京津冀三地旅游协会合作搭建的“乐游京津冀一码通”平台上线。平台零利润运营，所有企业入驻免费，并联合多个合作方推出叠加惠民举措，具有使用便捷、产品内容丰富、优惠幅度三大特点。

截至6月19日，平台累计上线京津冀三地景区、酒店、民宿、旅行社等文旅企业共1525家，成为三地文旅企业拓展市场的新途径，游客订购京津冀旅游产品的新选择。

打响河北文旅品牌，不仅需要精准的品牌营销，更需要新产品、新模式、新业态的支撑，以高品质旅游产品供给推动旅游业高质量发展。

除了上线“乐游京津冀一码通”平台，省文化和旅游厅还先后举办“冬季游河北 福地过大年”“春暖花开 香约河北”等活动，梳理筛选特色旅游产品，推出周末游、四季游、红色教育等精品旅游线路，构建目的地品牌体系，全面提升来冀游客体验感和满意度。

为满足北京散客来冀旅游需求，省文化和旅游厅加强与中青旅、众信旅游等旅行社及自驾俱乐部合作，深入社区开展点对点宣传和收客活动。鼓励省内重点旅游目的地与北京旅游集散中心合作，开通北京至河北的系列旅游直通车，让来冀旅游更便利。

来自省文化和旅游厅的数据显示，1至5月份，全省共接待游客2.86亿人次，实现旅游收入2967.7亿元，分别恢复至2019年的106.2%和103.2%。省外游客占比为34.2%，其中京津游客接待量稳定增长，共接待京津游客3716万人次，占全省游客总量的13%。

构建协同联动机制 形成营销推广合力

状如小鼓的棋子烧饼、酸酸甜甜的醋溜大饹馇、外焦里嫩的

小山炸糕……每到周末，位于凤凰城的唐山宴内就会游人如织。在这儿，不仅可以品尝到100余种特色风味美食小吃，而且可以欣赏到“冀东三枝花”（评剧、皮影、乐亭大鼓）、古风舞蹈、宫廷乐舞、魔术表演等丰富多彩的“文化宴”。唐山宴副总经理魏永说：“旅游包车政策施行以来，周末每天平均来50多辆大巴、2000多人，京津游客占到50%。”

今年，省文化和旅游厅联合省交通运输厅推出旅游包车周末高速通行免费政策。3月31日至12月31日，在每周五12时至周日20时，对在河北下高速且安装使用ETC的旅游包车，实行河北段通行费免费政策。4月27日，又发布关于旅游包车周末免费通行高速公路政策的补充通知，提出在此前的政策基础上，今年劳动节、端午节、中秋节、国庆节假期里，也对旅游包车免收高速公路通行费。

给力的好政策让河北迎来了节假日旅游热潮。仅“五一”假期，全省高速公路旅游包车免费通行50348辆次，免收通行费807.07万元，平均每辆车免收160元。政策带动游客增长率约10.7%，带动旅游消费增长率约9.2%。

与省商务厅合作，举办京津冀消费季，评选“必吃”榜；与省体育局合作，将在7月举办京张全季体育旅游嘉年华活动。如今“这么近，那么美，周末到河北”已从文旅品牌变成河北品牌，省内各相关部门广泛宣传，真正形成了全社会推广合力。

省直部门横向协同，省市县纵向联动。

以“这么近，那么美，周末到河北”品牌为统领，根据季节特点、资源特点，谋划设置全省统一活动主题，整合各地优势资源，统筹各地活动时间和特色，实现市、县、重点景区协调联动。同时充分调动媒体资源，集中开展宣传推广，实现活动效果最大化。

今年1月，在北京举办的“冬季游河北 福地过大年”宣传推广活动中，协调全省150余家A级旅游景区推出门票免费或半价活动，80余家星级饭店推出春节期间房价减半优惠活动，为游客冬游河北提供了丰富的选择。在春季旅游营销宣传活动中，组织各地开展重点春游主题活动82场，上下联动，体现同一主题的不同地域特色，持续不断的精彩活动有力催热了河北旅游市场。

王荣丽表示，接下来，省文化和旅游厅将在主题产品开发、网络营销创新、线下渠道拓展、资源整合联动等方面持续发力，不断提升“这么近，那么美，周末到河北”品牌影响力，努力将河北打造成为京津游客周末休闲度假首选目的地。

（贾楠 马朝丽）

天津农业农村委开展“稳粮保供”专项行动

本报讯 今年以来，天津市农业农村委认真贯彻落实全国农业综合行政执法“稳粮保供”专项行动有关要求，紧紧围绕粮食安全和重要农产品生产关键环节，突出重点领域和重要时节，加大执法力度，强化执法监督，扎实推进天津市农业综合行政执法“稳粮保供”专项行动，认真履行农业综合行政执法职能，深入开展各类宣传活动，不断为天津市粮食安全、农产品质量安全和农业生产安全提供有力执法保障。专项行动开展以来，市、区两级农业行政执法机构出动执法人员15170人次，检查各类生产经营主体5549个次。开展集中宣传40余次，发放告知书2000余份、宣传材料20000余份。

下一步，天津市农业农村委将持续聚焦重点领域，开展专项执法行动，全力推动“稳粮保供”专项行动向纵深开展，取得实效。

（天津市农业农村委员会）

天津津南区5.2万亩小站稻插秧完成

本报讯 曲彤 目前，天津市津南区5.2万亩小站稻完成插秧，进入管护阶段。2023年，津南区围绕“源、种、魂”三大核心，稳步推进小站稻种植，优选“津原89”作为主栽品种，精选“津原U99”“金稻919”“津育粳22”等优质品种扎根小站稻种植区。除此之外，传统农业智慧中的“和谐共生”理念也在津南区小站稻耕作中得到体现。目前，津南区正在推广稻蟹立体、混养混种，面积增加到2.9万亩，进一步促进稻田间物质与能量的良性循环，夯实绿色增产增效之路。

走进小站稻会馆种植核心区，嫩绿的秧苗随风摇曳，生机盎然。作为全区较早完成插秧工作的区域，进入营养生长关键阶段的秧苗，正在努力让自己变得更大，种植户们也用更精心的田间管理，护航稻苗茁壮成长。“插秧完成后，我们会根据秧苗长势，分时段施3次有机肥，同时每天天亮之前要抽水灌溉，让秧苗‘喝’清凉一点的水，有助于成长。”稻田管护人员郝文成说，“我们希望用更精心的管护，换粮食的丰产丰收。”

津南区农业农村发展服务中心种植业部负责同志表示：“2023年我们在种植和管护过程中主要推广绿色生态技术，包括水稻基质育秧、有机肥替代化肥、稻蟹综合种养以及水稻病虫害专业化统防统治和绿色防控技术。这几项技术的实施，减少了农药化肥的使用，实现了一水两用、一地双收。”

目前，小站稻已经成功入选国家地理标志农产品，作为小站稻原产地，津南区将加紧实施小站稻振兴行动，聚焦品质标准和品牌形象，串联融合大孙庄小站稻种植基地、“稻香源”千亩稻田景观区、小站稻作展览馆等旅游资源，进一步提升绿色“颜值”，激发绿色“活力”，力促农业、文化、旅游、产业、生态等多功能融合，助力产业融合发展，让群众在品味稻香中记住“乡愁”、留住根与魂，让小站稻在新时代发展中焕发新生机。

