

# 三年,从无名小屯到声名远播

## ——这个“雪乡”是如何做到的

新华社记者 陈俊 郎秋红 孟含琪

一个执意要进城赚钱的农家妇女,为何留下来做起了农家乐老板?一个司空见惯的“雪窝子”,如何成了声名远播的新雪乡?一个靠雪吃饭的地方,为何不下雪也一样玩得转?

冰天雪地也是金山银山。新春时节,记者走进吉林省舒兰市二合屯,听乡亲们讲述这个山坳中的百年小屯通过冰雪旅游焕发发生机的故事。

### 让农民做老板

“上菜喽!”春节那几天,二合屯乡林海农家院桌桌爆满,老板娘吴庆荣满脸喜气,忙得连水都顾不上喝。谁也想不到,就在3年前,她还“油盐不进,一心进城”。

二合屯100多户人家,400多人,世代靠种苞米为生。一到冬天,大雪封山,出行困难。许多人觉得致富无望,纷纷逃离家乡。2016年,舒兰市政府准备借冰雪优势打造雪乡景区,布局各类景点的同时,鼓励农户开农家乐。

“市领导反复找我谈了四五次,让我开店,我坚决不同意。这雪景我早看够了,还能有人花钱看?我要去大城市做买卖。”吴庆荣回忆。架不住领导三番五次地劝,2016年末,她花了几万块钱收拾了一下自家房子。没想到景区陆续涌入近万人次的游客,才两三个月她就收回了成本。

“其实,把景点承包给大企业更省事。”在舒兰市委书记李鹏飞看来,乡村振兴的根本目的是要富民,让农民不背井离乡也能赚钱。于是,政府干部挨家挨户动员农民,100多户村民入股雪乡景区这一新致富项目,30多户农民开起了农家乐。

为了加强基础设施建设,政府为全村安装了上下水,实现室内厕所全覆盖,新建污水处理厂、生态停车场、



游客在吉林省舒兰市二合屯体验马拉爬犁 新华社记者 许畅 摄

游客服务中心……从务农转为经商,很多村民对乡村旅游的认识还不到位,于是,政府委托舒兰市旅游文化产业投资开发有限公司加强景区运营管理,公司副总经理杨凤艳专门负责培训。她带大家到市里学习,还制定了严格的服务标准:上菜时手指头不能摸盘子边,晒豆角要认真挑拣,不允许有杂物……

严格的管理带来了良好的声誉。第一个雪季,雪乡接待游客8000人次,收入80万元;第二个雪季,游客激增到10万人次,收入1000万元。时值第三个雪季,雪乡的人气仍在增加,越来越多走出去的人回来了。“我就在家乡干到底了!”吴庆荣说。

### 等雪不靠雪

今年冬天雪少,东北多地“雪乡”“雪村”陷入少雪尴尬。但在二合屯,游客依然玩得很嗨。

走在村路上,家家户户挂起大红灯笼,院子里围着杂木栅栏,金灿灿的玉米制作的黄金屋吸引了很多游客拍照留念;“威虎山寨”景点还原了电影《林海雪原》场景,游客可以与村民互动,体验情景再现;关东烟具博物馆里,珍藏着琳琅满目的东北老物件;在雪乡剧场,游客被二人转逗得捧腹大笑……整个屯子洋溢着原生态的关东文化风情。

舒兰市副市长明继国说,二合屯四面环山、窝风存雪,得天独厚的自然条件为雪乡景区带来优质雪资源。当地聘请专业的设计、管理和运营团队,打造了滑雪场、雪圈公园、雪地迷宫等冰雪项目,但景区不等雪也不靠雪,注重挖掘原汁原味的民俗文化资源,让游客除了玩雪,更在民俗游中产生归属感,唤醒乡愁。

除了品尝色香味俱全的东北菜,游客们最喜爱与农家乐的老板们互动、讲笑话,村民们朴实的段子常常逗

得游客笑声不断。“做买卖如做菜,用心才有味。”舒兰市旅游文化产业投资开发有限公司董事长白云飞说,“我们决定不了雪量,但能决定服务态度。除了硬件设施,我们还要让游客们感受到东北人用心待客的热情。”

### 推销不忽悠

“老板娘,今年雪大不大?我想去舒兰过年,提前预订你家房间。”“现在雪少,要不您关注我的朋友圈,看啥时候下大雪再过来。”农家乐老板孙琳琳拍了两张外景照片,在微信里回复道。

孙琳琳去年投入200多万元扩大了农家乐规模,现在手头正紧,但她仍然不断地“劝退”游客。“诚信很重要。”她说,“我们做农家乐不能图赚快钱。”

随着景区知名度逐渐提升,游客越来越多,如何避免宰客、欺客、骗客现象,是从政府到商户共同思考的课题。景点门票、农家乐餐饮、住宿费用均由旅投公司统一定价,标准并非参照热门景点,而是参照周边区域消费水准,确保价钱公平公正。政府还组织所有商家成立诚信联盟,每家缴纳质量保证金,对诚信经营的给予奖励,对出现投诉且情况属实的,扣钱处罚;情节严重的,上报工商、质监部门进行行政处罚。

有一家农家乐用10桌的饭菜接待了15桌客人,杨凤艳得知后,要求退还5桌餐费,并对老板批评和罚款。“不能因为景区发展快,自己膨胀更快。”她说。

几天前,二合屯迎来一场瑞雪。杨凤艳赶紧拍了一段“抖音”上传,“我们会想尽各种办法营销,但不能忽悠游客,大家要共同守护好吉林雪乡这块金字招牌。”她说。



2月18日,由二十世纪福斯公司出品、好莱坞知名导演詹姆斯·卡梅隆担任监制与编剧的科幻动作电影《阿丽塔:战斗天使》在北京举办中国首映发布会。

将于2月22日登陆我国内地院线的《阿丽塔:战斗天使》根据日本漫画家木城雪户的漫画《铳梦》改编,故事设定为几个世纪之后的未来时代,主人公阿丽塔是一个被丢弃、只剩下头颅的改造人,被医生依德带回家,以机械为血肉重生,开始不断寻找自己的记忆,最终焕发强大战斗力,成为赏金猎人,进而拯救世界。

此次中国首映发布会的第二天正值中国传统元宵佳节,为此,发布会主办方在首映活动上特意为影片主创人员准备了中国传统花灯,向他们送上美好的祝愿。

图为影片主创人员手持花灯在发布会现场。

本报记者 于帆 摄影报道

年轻化 精品化 国际化

# 持续迭代和进化的网文行业

本报记者 张婧

近年来,随着文化产业的繁荣发展,游戏、动漫、网络文学等形式多样的数字文创内容在大众日常生活中占据的时间和消费支出比重都不断增加。其中,网络文学作为数字文化产业的重要组成部分,在不断适应社会阅读需求变化的过程中日趋成熟,用户规模稳步扩大。相关统计数据显,截至2018年6月,我国网文用户规模超过4亿,占网民总量的50%以上。除了用户规模扩大,网文行业在发展过程中还呈现出哪些新趋势、新特征?

### 新生代崛起 网文粉丝生态构建中

阅文集团日前发布的《2018网络文学发展报告》(以下简称《报告》)显示,随着时代发展,我国网文行业正在不断迭代和进化,在各个维度呈现出新面貌、新特征。同时,新生代崛起和粉丝价值的日益凸显促使该行业在转型升级的路上持续深入,年轻化成为我国网文行业发展的重要趋势。

在作者层面,越来越多的“90后”“95后”在网文、中文在线等网文平台

上脱颖而出,为网文的“逆龄发展”不断注入活力。以阅文集团2018年新增长作者群体为例,“90后”作者占比超七成,“95后”作家占比近五成。业内人士认为,这些新锐作者与年轻读者在年龄层和价值观上的契合,使得他们在写作时更懂“圈粉”和“埋梗”,在保持粉丝黏性和个人热度上也更有优势。

在用户层面,“95后”用户正在加速“占领”网文领域。《报告》显示,2018年“95后”网文用户规模同比提升近20%,付费用户规模同比提升近15%。作为与互联网共同成长的一代,“95后”具有注重精神享受、易受兴趣内容驱动、重视个性化表达、传播和消费能力强的特征,这给网文行业发展带来了蓬勃的生命力。

此外,以“95后”为代表的新生代爱互动、爱表达的特点,也推动了网文创阅读的发展。时下大多数网文平台都已具备阅读过程中即时抒发自己态度的功能,吐槽、分享成为粉丝阅读网文之外的日常活动。2018年,由网络写作者“会说话的肘子”创作的《大王饶命》,评论数超过100万条。不仅国内如此,海外读者

也热衷于边“刷文”边吐槽。根据阅文集团旗下海外数字阅读平台起点国际(Webnovel)的统计数据,2018年,该平台点击量超千万的网文作品累计产生评论370多万条。

基于新生代作者、用户的持续活跃,有专家指出,当下的网文已不局限于你写我读的单一阅读层面,随着移动互联网时代成长起来的年轻用户向粉丝转化,网文特有的粉丝生态正在构建,用户价值和产业价值也逐步显现。

### 精品内容与IP多元开发 网文出海进入3.0时代

从内容融合到产业生态融合,如今我国网文行业的发展已经步入深耕原创内容、聚焦IP内核、驱动创新生态的新阶段。

精品内容是IP多元化开发的基础。在原内容的开发和创作方面,随着行业发展逐步深化,题材多元化成为网文内容发展的趋势,热门作品不再集中于玄幻、言情等传统题材上,现实主义、二次元等垂直细分题材越来越受欢迎。同时,时下的网文读者更热衷于表达,贴近当下人群共

趣热点、接地气、有温度、正能量的网文作品更容易引发读者共鸣。

在品牌塑造和IP培育方面,2018年,网文在影视、动漫、游戏、有声等领域不断发力,促进产业链上下游多维联动,全面拓展了IP生命力:在影视领域,网文IP改编剧屡获亮眼成绩,《如懿传》《天盛长歌》等多款作品接连引发关注,人气、口碑、流量兼具;“剧粉”和“原著粉”之间的双向迁移和流动,助力IP改编剧和原著作品人气的双攀升和良性循环;在动漫领域,随着全年龄向精品内容的涌现,我国动漫产业步入高质量发展阶段,《全职高手》《斗破苍穹》等作品广受好评。与此同时,伴随“耳朵经济”风口的到来,有声阅读也成为网文IP生态链的重要一环。

在国内繁荣发展的同时,我国网文业在全球范围内的魅力和影响力也在不断扩大,从最初的海外出版授权到海外平台搭建与网文内容输出,再到目前海外原创内容上线及IP内容输出,网文出海3.0时代已经到来。据了解,起点国际目前的海外作者已超1.2万人,共审核上线原创文学作品1.9万多部,累计访问用户超2000万。

每隔两年,韩国文化体育观光部和韩国观光公社都会联合发布一份名为“韩国观光100选”的名单,评选出韩国旅游景点的前100强,以官方名义公布百强名单,配合发布一张旅游地图并对相关景点进行宣传。自2013年起,这份名单已经公布4次,成为公认的韩国旅行指南和风向标。

日前,韩国政府公布了最新的“2019—2020观光100选”,并用风趣的文字和形象的地图为国内外游客介绍韩国的旅游资源。此次入选名单的全新观光景点有21处,占比超过1/5,可见名单更新力度之大。这些被韩国文化体育观光部称为“新生”的景点不仅包括由高架桥改造成步行街的首尔路7017和海上城市釜山等城市景点,还纳入了江原道的小金山悬崖吊桥、昭阳江“天空行走”观景台等与自然融为一体景观,大邱西门市场等在2017年被评为“韩国观光之星”的景点也首次进入名单,巩固了其在韩国旅游领域的地位。

当然,也有从2013年“观光100选”首次公布起就一直榜上有名的景点,韩国文化体育观光部将这些景点称为“模范生”。以全州韩屋村、清州石佛寺、石佛庵、公州百济历史遗址等韩国代表性的传统文化资源以及雪岳山、汉拿山等标志性自然资源为代表的23处景观,已连续4次进入名单,被韩国人视为一生必去的旅游景点。3次被列入名单的景点有34处,其中连续3次成功入选的景点有22处。同时,有6个景点在首次进入名单后错过了第二次、第三次评选,但在今年又成功入选名单。

“观光100选”的评选规则以挑剔、繁复著称,每次评选前都需要通过地方政府推荐、大数据资料分析等程序进行初选,此前进入名单的景点还要接受再评价,初选会筛选出200个预备候补景点。此后,候补景点通过第一轮书面评价(包括对景点的定性、定量评价)、第二轮现场评价和第三轮最终选定委员会审议,最终诞生全新的“观光100选”。其中,定性评价由学者、旅游企业代表、旅游记者、作家、旅游爱好者等组成的专家团队对景点进行审核;定量评价则通过移动通讯公司、导航信息、社交媒体收集与景点相关的大数据资料进行分析。

在名单公布后,韩国政府还会为这些观光景点提供一系列福利,不仅会支持这些景点优先参加国家举办的旅行博览会等旅游推广活动,还会在其参加政府推出的“开放的观光地”等活动时给予优待。此外,根据“观光100选”制作的观光地图以及旅游纪念品也会被发放到韩国各地的观光接待中心以及相关景点。在政府官方网站上,“观光100选”的详细信息会被翻译成英语、日语、中文等,让这些代表韩国的观光胜地被全世界游客知晓和喜爱。

# 「韩国观光100选」 这张旅游地图有门道

本报记者 宋佳恒



韩国“2019—2020观光100选”地图

严苛的选拔程序使“观光100选”具有很高的含金量,入选名单的景点成为韩国旅游界的明星景点。在韩国各类旅行网站上,以“观光100选”为标准制定的旅行攻略尤其受到民众欢迎,一些旅行社也以“观光100选”为基础,开发旅游产品。不仅如此,“观光100选”在海外也具有一定的影响力,成为人们到韩国旅游的官方指南。

# 多部门联合打击春节档院线电影盗版传播

本报讯 (记者白婧)2019年春节期间,院线上映的8部国产电影丰富了人民群众的精神文化生活,并创下春节档电影票房新纪录,但电影的盗版传播问题也引起社会关注。为维护网络版权秩序,促进电影产业健康繁荣发展,国家版权局、国家电影局等部门采取多项措施,加强对春节档院线电影的版权保护,严厉打击各类网络侵权行为。

2月2日,国家版权局发布《2019年第一批重点作品版权保护预警名单》,名单涵盖《流浪地球》等8部春节档国产电影,要求提供内容、存储、搜索链接、电商平台、应用程序商店等各类网络服务商采取有效措施,及时处理侵权盗版行为。

除了提前部署预警保护之外,有关部门还加大了监测排查力度,国家版权局部署中国版权协会监测中心等专业机构加大影片盗版监测力度。监测结果显示,正规视频网站未出现春节档院线电影侵权盗版现象,违法行为多集中在未备案的“三无”小网站,其中部分盗版网站服务器设在境外,部分盗版内容、链接由第三方直接发布至新

浪微博(博客)、百度网盘(知道、贴吧)、微信(公众号)等平台,或由第三方在淘宝、闲鱼、转转等电商平台非法售卖。

春节期间,国家版权局安排多班值守、多线应对,对公众举报的信息进行认真筛选和系统梳理,多渠道多平台搜集各类侵权线索;与影片权利人和相关监测机构建立高效对接窗口,及时处理侵权内容;督导各网络服务商采取紧急措施,快速删除侵权信息。截至2月17日晚,相关部门累计处理侵权链接7699条,日均监测到的侵权链接大幅减少。

据介绍,下一步国家版权局将会同国家电影局、公安部、工信部等相关部门,深挖盗版源头,加大对影院偷拍盗录的打击力度;严厉查处销售、传播盗版影片的网站、APP、微信公众号、电商经营者,情节严重的将移交公安部门刑事处理;进一步加强与有关国家和地区的执法协作,共同打击跨境网络侵权行为;督促各大网络平台强化企业主体责任,设立举报投诉窗口,对权利人的维权通知进行快速受理;依法追究为侵权盗版行为提供帮助的网络服务商的相关法律责任。