

我市举办第十届大运河半程马拉松赛

1500余名参赛选手乐享假日长跑

本报讯（记者周洋）4月6日，是清明小长假最后一天。2024沧州市第十届大运河半程马拉松赛暨京津冀大运河半程马拉松邀请赛在运河公园举行，吸引了1500余名国内外马拉松爱好者参赛。

本次比赛由市体育局主办，市长跑协会承办。比赛全程21.0975公里，赛事路线以运河公园为起点，以大运河沧州市捷地经典示范段堤顶路为主赛道，途经王希鲁圃所水利研学公园、捷地御碑苑景区、捷地闸所、付家圈千亩桃园等地。选手们奔跑时既能欣赏到绿野风光，又能感受到沧州古今交融的历史沉淀。

全市26个项目单位获科普奖补

本报讯（记者邢程 通讯员张艳荣）日前，我市开展2024年度国家级和省级基层科普行动计划申报推荐和评审工作，经逐级推荐、专家评审等环节，评选出26个科普项目优秀单位，其中18个项目获得国家项目奖补、8个项目获得省级奖补。

2024年我市基层科普行动计划项目资金共计193万元，其中国家级资金149万元，省级资金44万元。沧州市上海路小学等5家单位荣获9万元国家级项目奖补；任丘市人民政府会战



为提高群众法律意识，4月1日，沧县人民检察院到汪家铺镇大集开展了“民生检察走基层”法律宣传活动。活动现场，沧县检察院的工作人员悬挂宣传条幅，摆放法律展板、发放宣传资料，向广大群众耐心细致地讲解法律法规。

魏 昆 摄

新闻热线：

孙晓卉 13831766901 康学翠 18333004480
中 萍 17731719785 刘 杰 13292796980
张梓欣 15350768675 王 雪 17303170133
张峻豪 15731789107

欢迎提供新闻线索 一经采用即付酬金

持续扩大法律援助覆盖面

今年我市法律援助无偿服务目标提升至5000件

本报讯（记者胡学敏 通讯员及元戎 张翼）记者从市司法局获悉，今年我市继续实施法律援助扩面提质工程，进一步提高“遇事找法 拨打12348”公益服务群众知晓率，法律援助无偿服务的任务目标由去年的3000件提升至今年的5000件，让更多人民群众享受到优质免费的法律服务。

法律援助主要面向经济困难、无力聘请律师且事项符合《法律援助法》规定的群众，如残疾人、流浪乞讨人员、未成年人、老年人、妇女、农民工、军人军属、退役军人等重点人群。今年，我市将从四个方面着力，持续扩大法律援助覆盖面：

进一步巩固刑事全覆盖工作。加强与法院、检察院、公安局等机关的衔接合作，保障法律援助、法律帮助

全覆盖，抓好法律援助工作站建设，派驻值班律师提供法律服务，为开展审查起诉阶段律师辩护全覆盖工作积累经验。

提高民事法律援助案件比例。扩大法律援助范围，不断推动与民生问题紧密相关的权益保护事项纳入法律援助范围。同时，降低法律援助门槛，落实好关于不受经济困难条件限制和免于核查经济困难状况的相关规定，畅通法律援助申请渠道，规范法律援助程序，做到应援尽援、应援优援。

增强法律援助宣传的针对性、有效性。加强与民政、住建、妇联、残联等单位协作，联合开展线上线下多种形式的宣传活动，把法律援助政策精准送达农民工、老年人、未成年人、妇女、军人军属等重点人群中的经济困难群众。

提升12348法律援助热线服务质效。除了保障每日接听坐席和时长外，及时进行电话回访，提高热线接听效率。通过每日会议总结梳理当日问题，做到问题不隔夜，保证服务专业性。统一文明服务用语，不断提升热线满意度。

除了全面提升法律援助覆盖面，我市还将从四个方面入手，努力提高法律援助服务质量，进一步提高法律援助案件合格率指标：

加强培训。制定年度业务培训计划，通过线上线下相结合的方式，加强法律援助业务骨干和法律服务人员的业务培训，不断提高相关人员的政治素养和专业水平。

做好旁听、评估工作。每半年开展两次案件（通知辩护类、当事人申请类

案件各一次）旁听活动，邀请法律援助工作人员、律师、群众及其他有意愿参与庭审旁听的人员，做好庭前准备、举证、质证、发问等环节的评价，综合掌握法律援助案件庭审情况，切实提高法律援助案件承办质量。

增加交流平台。开通法律援助微信号和投诉建议电话，畅通与受援人、法律援助律师等的沟通渠道，加强信息交流，进一步规范法律援助服务。

案卷评估常态化。市、县分级开展法律援助质量评估，各县（市、区）司法行政机关对质量评估结果进行公示，市司法局加强对各县（市、区）指导监督，对各县（市、区）案件质量评估进行排名，推进全市办案服务质量同步提升。推进评估工作常态化，做到随交随评，不压卷不拖延。



日前，在任丘市文化馆，“春风徐徐弄春晖，手绘封情方寸间”手绘大赛颁奖典礼暨邮票展举行。活动由任丘市邮政分公司联合沧州市集邮协会、任丘市教育体育局、任丘市文广旅局举办。活动中，学生们参观了不同主题的邮票封，通过聆听讲解，感受百年邮政的历史底蕴。

金 洁 摄

老人被子晒一晒 比比儿女谁有爱

——盐山县魏郭庄村“晒被子·比孝心”活动侧记

本报记者 胡学敏 本报通讯员 张文娟

比一比，谁家的被子最干净；看一看，谁家媳妇更贴心。近日，盐山县边务镇魏郭庄村组织开展“晒被子·比孝心”活动，边务镇妇联干部、村干部、驻村工作队组成的评审团走进家里有75岁以上老人的村民家中，对老人的被子逐一评比、打分。

走到谁家，谁家就拿出自家老人正在使用的被子。“评审团”通过看、摸、问、访等方式，认真查看被子的整洁、卫生等情况，考评规则一点也不含糊。

经过对36户老人的被子进行评审，最终4位村民获“最佳被子奖”。“晒被子看似是小事，但晒出的不仅是被子，还‘晒’出了儿女的‘面子’‘里子’。能够通过一些细节，看出儿女是否无微不至地关心老人。”魏郭庄村党支部书记魏玉刚说。

“俺们老两口身体不好，儿媳妇这些年太累了，她无怨无悔支撑起这个家，把一家老少照顾得特别好，俺们打心底感激她……”冯桂云的儿媳妇宫伟晓获得“最佳被子奖”称号，老人一

说起她就哽咽。这些年，宫伟晓除了照顾好孩子们，还要长年照顾生病的公婆。一年前公公病逝了，宫伟晓为了方便照顾一大家子，又能有点收入，就在村上开了个小超市。她虽然天天忙得团团转，但是从来没有让老人和孩子们晚吃过一顿饭，每天把一家子的衣服洗得干干净净，叠得齐齐整整。“晒被子·比孝心”活动中，她获得评审组一致认可。

“本来孝顺老人就是我们应尽的义务，今后，我会更加细心地照顾家里的老人。不光从吃饭、穿衣上，生活的点

点滴滴都要关注。”宫伟晓说。

近年来，边务镇积极推进新时代文明实践阵地建设工作，聚焦群众需求，倡导文明新风尚，以更接地气、更具活力、更有温度的新时代文明实践站，不断增强广大群众的获得感和幸福感。魏玉刚说，将以这次“晒被子·比孝心”活动作为突破点，大力弘扬敬老、爱老、重孝的优良传统，引导广大群众自觉履行赡养义务，孝老敬老氛围更加浓厚，老人的幸福感获得感安全感不断提高。



文旅开始“卷” “流量”如何变“留量”

甘肃天水凭借麻辣烫“出圈”，短短20多天实现旅游综合收入超20亿元。权威数据显示，去年国内游客出游总花费接近5万亿元。

从淄博烧烤到贵州榕江“村超”，再到“尔滨”冰雪，一些地方呈现出文旅火爆的态势，更多城市管理者开始探索文旅大市场的新活力。

“网红”城市上新，文旅消费潜力有多大？

“开了26年店，像现在这样一天接待七八百位外地客人还是破天荒。”天水海英麻辣烫老板娘刘海英说，店门口从清晨6点排队到晚上9点，麻辣烫的竹签每天要用成千上万根。

天水麻辣烫火了之后，各地游客涌向这座西北古城，品尝美食的同时，打卡麦积山石窟、探访伏羲庙、观赏千年古柏……

坐高铁进“淄”赶“烤”、榕江“村超”全网关注、“尔滨”现象火爆、天水麻辣烫走红……近两年，地方文旅接续“出圈”，一个个IP涌现，“网红”持续上新。透过这波热

度，也可以明显感受到文旅对消费的撬动力量。

数据显示，3月1日至26日期间，天水市累计接待游客353.6万人次，实现旅游综合收入20.5亿元。

无独有偶，哈尔滨春节假期8天接待游客1009.3万人次，旅游总收入达164.2亿元；榕江“村超”去年获得数百万人次到访和数十亿元旅游收入；淄博2023年实现国内旅游收入约630亿元，同比增长68.42%。

据文化和旅游部测算，去年全国国内出游人次48.91亿，出游总花费4.91万亿元。今年春节长假，全国国内旅游出游4.74亿人次，总花费超过6300亿元。

今年的政府工作报告提出，积极培育文娱旅游等新的消费增长点，大力发展文化产业。近期，一系列释放文化和旅游消费潜力的利好政策举措出台。

“文化和旅游、诗和远方已经成

为人民群众对美好生活向往的重要内容。”文化和旅游部部长孙业礼在今年两会“部长通道”上表示，文化和旅游产业链长，收益面广，涉及各行各业，文旅可以“加”百业，百业也可以“加”文旅，百业只要加上了文旅，既带来了人气，又开辟了财源，就会出现人财两旺的好势头。

底蕴、特色、实诚劲儿，一个都不少

文旅热的“流量”密码是什么？记者梳理最近一年的“出圈”之地发现，这些地方无一例外凸显出底蕴、特色和实诚劲儿三个关键词。

丝绸之路重镇天水，位于陕、甘、川三省交界处，是“羲里娲乡”，秦人在此放马、建都，蜀魏在此拉锯争雄，东西文明在此交汇，“中国四大石窟”之一的麦积山石窟坐落于此。

“冰城”哈尔滨，冰雪文化底蕴

深厚，是冰雪运动爱好者的首选之地；索菲亚大教堂、哈尔滨火车站等建筑极具异域色彩；被联合国授予“音乐之城”称号。

齐风古韵、蒲翁故里、陶琉名城……淄博同样拥有深厚扎实的人文基因，所辖临淄区是春秋战国时期齐国国都，灿烂的齐文化给淄博留下了厚重的历史文脉。

从哈尔滨的雪花到上海的繁花，从泉州的簪花到三亚的浪花，从天水的麻辣烫到淄博的烧烤……无论东、南、北，各地的“火热”都离不开具有高辨识度的本地特色。

油泼辣子的鲜香和手擀粉的爽滑成就了别具风味的天水麻辣烫，小饼烤肉加蘸料组成了淄博烧烤“灵魂三件套”，特色美食成为解锁城市文化地图的一把钥匙。

服务主打一个“实”。在天水，

爱心车队暖心迎来送往，行李寄存点设置及时，考虑周到。哈尔滨及时关注游客留言投诉，接诉即办，道歉整改。淄博严明要求明码标价、诚信经营，向缺斤少两说不。

将短期“流量”现象转化为长期“留量”经济

“网红”之后，如何留住文旅热度，将短期“流量”现象转化为长期“留量”经济？这成为多地城市管理者们的探索课题。

记者近日在淄博曾经的热门打卡地八大局市场采访发现，部分“网红”烧烤店已更换招牌，销售体现民俗文化亮点的产品。不久前，淄博举办首届萝卜糖球民俗文化节，精品百货、特色美食、变脸、打铁花等非遗表演，带来视觉与味觉双重享受。

随着“尔滨”爆火，冰雪大世界AR冰箱贴、索菲亚教堂蛋糕、大雪

人甜品、“恋上哈尔滨”立体贺卡等各类文创产品一道“出圈”，不仅包含着地域特色、奇思妙想，更有科技赋能、IP加持。

中国旅游研究院院长戴斌认为，想形成持续关注，要在城市形象塑造、旅游设施建设、特色文化推广等多维度发力，充分挖掘地域文化特色，因城施策，打造个性化的城市IP。“与其追逐表面上的浪花，不如把河床打得更坚实，打好自家特色牌，让城市IP的吸引力更细水长流。”

千招万招，关键在于落实，接好接力棒。今年年初，全国各地的文旅部门纷纷通过社交媒体平台为自己的城市宣传推介，输出创意短视频、喊话明星为家乡“上分”。

戴斌认为，当“流量”来了，除了打造消费场景，更要守护市场秩序，营造良好的市场环境，同时防止短期过度投入造成资源浪费。

互联网用户的需求是不断变化的，要持续跟踪、把握变化。黑龙江省文旅厅副厅长齐斌说，要进一步做好消费市场调研、消费热点跟踪和消费心理预测，将“流量”转为核心竞争力。

据新华社电