

消费视窗

冰雪旅游预订抢手,冰雪装备销售火爆,冰雪文化广受追捧——

冰雪经济热起来

唐志宏 王珂

核心阅读

以文化为牵引,借助冬奥会契机,推动冰雪运动和其他产业融合发展,进一步提升冰雪旅游的服务品质和产品丰富度,让更多消费者在参与冰雪运动和冰雪休闲中收获满意,为冰雪经济长期可持续发展提供新动能

冰雪旅游持续升温
滑雪、玩雪成为冬季休闲的热门之选

天气越冷,冰雪越热!到冰天雪地里欣赏冰雪风光、在滑雪板上感受冰雪激情、来冰雪之乡体验冰雪文化……进入冬季,人们对冰雪的热情再次被点燃。

“作为一名滑雪运动爱好者,我一直期盼能来新疆滑雪,终于如愿以偿。”近日,在新疆阿勒泰将军山滑雪场,滑雪爱好者张勇说。进入冰雪旅游旺季,该滑雪场根据滑雪爱好者的不同需求,安排滑雪教练为游客提供教学指导服务,便于大家学习滑雪技巧、更好地体验滑雪乐趣。此外,滑雪场还增加了雪地摩托车、雪圈等多种休闲娱乐设施,为游客提供一站式滑雪服务。

吉林雾凇、哈尔滨冰雕、川藏雪山日出、阿勒泰可托海雪山峡谷、伊春冰雪温泉……近年来,我国冰雪旅游保持平稳较快增长态势。美团平台大数据显示,2019年下半年雪季期间,全国冰雪旅游产品订单额同比增长8.29%,订单量同比增长14.15%。2020年虽然受到新冠肺炎疫情冲击,但在做好疫情防控工作的同时,冰雪旅游实现快速复苏。进入2020年下半年雪季后,全国冰雪旅游产品订单额和订单量同比分别增长13.61%和23.46%。

2021年初,冰雪旅游持续升温。打开各大旅游类APP的页面,冰雪旅游产品让人应接不暇。在携程旅游平台,近期用户搜索的前24个热搜词中,有7个都和“雪”有关。该平台与国家体育总局冬季运动管理中心联合发布的“中国冰雪地图”,收录了全国各地1000多个冰雪项目。

美团研究院发布的报告认为,我国冰雪旅游在规模扩大的同时,还呈现一些新特征:一是消费内容向多业态扩展,冰雪旅游与文化旅游、体育旅游等快速融合;二是冰雪乐园、冰雪世界等旅游项目更受消费者青睐,“80后”和“90后”成为冰雪旅游消费主力军;三是消费者在选择冰雪旅游目的地时,更加关注线上评价,对景区服务水平提出更高要求。马蜂窝旅游网发布的数据显示,除了东北、内蒙古、新疆等传统冰雪旅游热门目的地之外,四川、湖南、广东等省份的冰雪旅游项目也广受关注。

为推动冰雪旅游健康发展,日前,文化和旅游部、北京冬奥组委、国家体育总局等发布《关于开展全国冰雪旅游宣传推广活动的通知》,提出要进一步繁荣和建设国内冬季冰雪旅游大市场。文化和旅游部印发的《关于进一步加强冬季旅游市



在新疆乌鲁木齐丝绸之路国际度假区滑雪场,滑雪爱好者在体验冰雪运动乐趣。

人民视觉

场监管工作的通知》要求,各地要指导旅游景区做好清洁消毒和公共卫生,引导游客科学做好个人防护,同时加强对景区冰雪游乐设施的安全检查。

“冰雪运动和冰雪旅游的潜力仍然很大,释放潜力的关键在于提升体验。”中国社科院旅游研究中心特约研究员吴若山认为,要从消费者需求角度出发,提升冰雪旅游的服务品质和产品丰富度,增加冰雪旅游的文化内涵,让更多消费者在参与冰雪运动和冰雪休闲中收获满意,激发冰雪旅游更大的发展动力。

冰雪装备吸引眼球 新潮时尚、科技范儿十足的产品最抢手

“旧滑雪板用了有一段时间了,今年打算再买一个单板作为新年礼物送给自己。”北京市海淀区一家互联网公司员工邵宁滑雪已有5年了,从初级道滑上了高级道,滑雪的装备也在不断升级。从最初购买滑雪手套、护目镜等小件开始,现在邵宁已经配置齐全了整套装备。

“对于年轻人来说,滑雪装备不仅要有实力,还要有颜值。”邵宁说,从雪服套装、头盔到手套、雪镜再到雪靴、雪板,自己在选购时都很看重是不是够时尚。滑雪运动火了,带热了滑雪装备产业。在近日举办的“2021哈尔滨线上冰雪博览会”上,各种冰雪设备器材让人耳目一新。在冰雪服装服饰展区,采用“炽热科技”的面料,能在短时间内产生超蓄热能力,从而快速提升温度,让穿着者感觉特别暖和。

“原以为博览会改为线上,会影响参展商参会热情,没想到开幕式当天,浏览量就达到了9313万次。”哈尔滨线上冰雪博览会项目负责人刘乐乐说,国内外

4380余家企业入驻参会,共设置冰雪设备器材、冰雪服装服饰、冰场雪场周边、冰雕工具、冰雪旅游、寒地食品6个专题展区,截至1月18日,线上平台交易金额达5813万元。

更加成熟的冰雪装备可以有力推动冰雪运动发展。造雪机、压雪车、拖牵索道、高山滑雪运载装备保障设施等设备,有效解决了自然滑雪条件不足的问题。先进的制冷系统、保温节能系统以及逐步升级的场地冰面,提升室内滑雪场适用性,为冰雪爱好者提供“四季冰雪”的机会。

冰雪装备产业的发展,进一步丰富了冰雪经济的业态。吉林省文化和旅游厅等部门近日发布的《中国冰雪经济发展报告(2020)》显示,目前中国冰雪产业总体呈现产业融合发展、市场规模和制造企业稳定发展、场地设施数量和旅游人次快速增长的趋势,初步形成冰雪旅游、冰雪赛事、冰雪运动培训、冰雪营销及冰雪装备五大产业链。

2019年6月,工信部、国家体育总局等九部门联合印发《冰雪装备器材产业发展行动计划(2019—2022年)》,预计到2022年中国冰雪装备器材产业年销售收入超过200亿元,年均增速在20%以上。该计划提出,要积极推动建设若干“冰雪运动+冰雪文化+冰雪旅游+冰雪装备器材”的冰雪休闲旅游综合体,兴建一批复合型冰雪旅游基地,营造浓郁的冰雪文化氛围,提供完善的冰雪运动休闲设施,满足大众冰雪消费需求,促进冰雪装备器材推广应用。

冰雪文化亮点纷呈 在创新与传承中丰富冰雪文化内涵

每年12月末,吉林查干湖冬捕奇观都

会吸引全国各地游客。在冰雪与天色相接的湖面上,人欢马跃,热火朝天。鼓声、马铃声、鱼把头的号子声,在查干湖湖面上飘荡,使寂静的雪野充满活力。

“采集圣火”“查玛舞”……承载着渔民祖先辛勤劳动、聪明智慧的“查干湖冬捕”,在创新与传承中形成了内涵丰富的冰雪民俗文化。如今,查干湖冬捕已经成为国家级非物质文化遗产项目。

冰雪文化是冰雪运动发展的基础,对中国传统冰雪文化的发掘有助于营造良好的冬奥氛围,为“带动三亿人参与冰雪运动”增添文化动力。

“冰雪经济是现代产业,更是当代生活。”中国旅游研究院院长戴斌说,冰雪旅游不只是去雪地滑雪,而是要让人们领略冰雪文化之美。做大冰雪经济的文章,就必须培育一批文化底蕴深厚、文化特色鲜明的冰雪目的地、冰雪线路和冰雪产品。

坐在小火炕上,闭上双眼休憩一会,便会萌生一种闲适之感;品一品林区特色菜、听听老林区故事、看看东北二人转,体验的是原汁原味的当地民俗文化;具有仪式感的伐木锯木让人一下感受到最地道的烟火气……黑龙江伊春金山小镇“冰湖雪村”、丰林县“自在香里”山水田园综合体、铁力小黑河林场、小兴安岭户外运动谷等地还原了老林区生产生活方式,让游客在冰天雪地中体验特色森林文化、民俗文化和美食文化。

为提高冰雪旅游知名度,黑龙江大兴安岭塔河县文体广电和旅游局组建了一支线上旅游宣传团队,结合当地的优美风光、冰天雪地、人文特色进行创作,在抖音等平台通过短视频和直播形式进行播放,全网粉丝达到66余万人,播放次数高达6亿次,多条视频播放次数超过5000万次。

“只有冰雪融入城市和乡村、融入日常生活,冰雪文化才是鲜活的。”戴斌说,冰雪文化是推动冰雪运动和冰雪产业发展的关键。要以文化为牵引,借助冬奥会契机,推动冰雪运动和其他产业融合发展,为冰雪经济长期可持续发展提供新动能。

市场漫步

农村消费不仅总量在稳步增长,质量也在不断提升。要多措并举增加有效供给,激发农村消费市场更大的发展活力,为构建新发展格局提供更加有力的支撑

中央经济工作会议提出,要充分挖掘县乡消费潜力。近日,商务部等12部门联合印发《关于提振大宗消费重点消费促进释放农村消费潜力若干措施的通知》,从稳定和扩大汽车消费、促进家电家具家装消费、补齐农村消费短板弱项等层面推出11项举措,明确了下一步促进大宗消费和重点消费、更大释放农村消费潜力的具体任务。这些举措重点突出,针对性强,有利于进一步促进农村消费增长和潜力释放。

近年来,我国农村消费保持较快增速,在整体消费市场中的地位愈发凸显。根据国家统计局发布的数据,2014年以来,我国乡村消费市场的平均增速快于城镇近1.2个百分点。2019年,全国乡村消费品零售额达到60332亿元,增长9%,比城镇消费品零售额增速高了1.1个百分点。2020年尽管受到新冠肺炎疫情冲击,但乡村消费市场表现出较强韧性,全年乡村消费品零售额52862亿元,部分地区增速由负转正,助力全国消费稳步复苏。

农村消费不仅总量在稳步增长,质量也在不断提升,表现为明显的升级态势。这些年,农村消费者对于绿色、智能、健康类商品的需求越来越大,大屏幕智能电视、大容量保鲜冰箱、除菌空调、健身器材等产品的销量在农村市场不断走高。

从未来发展看,我国农村消费增长的潜力依然很大。一方面,随着农村流通基础设施的不断完善,农村消费者可以更加便利地购买到和城市消费者同样的商品,这必然提高人们的购买意愿,会給农村消费市场注入新动力;另一方面,随着农村消费观念的更新,农村消费需求升级趋势将会提速,家电、家居、汽车等大件商品的购置和换新需求将带来新一轮机遇,这些都有望成为农村消费新的增长点。

消费是满足人民对美好生活的向往的重要途径,扩大消费也要同改善人民生活品质结合起来。在农村地区,扩大消费还有不小提升空间。要多措并举拓宽农村居民的收入渠道,让农村消费者的“钱袋子”更鼓,消费力更强;要下大力气优化农村消费环境、规范农村市场秩序,不给假冒伪劣、虚假宣传、价格欺诈等违法行为留空间,让农村消费者放心“买买买”。更重要的是,还要从供给侧下功夫,通过加强县域乡镇商贸设施和到村物流站点建设、支持建设立足乡村贴近农民的生活消费服务综合体等举措,切实增加农村市场的有效供给,在給农村居民美好生活添彩的同时,激发农村消费市场更大的发展活力,为构建新发展格局提供更加有力的支撑。

市场资讯

中商联发布2021年中国商业十大热点展望

本报电 中国商业联合会近日发布2021年中国商业十大热点展望,这是中国商业联合会连续第十八年发布该报告。报告认为,商贸流通业及各类商业服务业受到新冠肺炎疫情冲击,消费市场发展走向、市场格局、业态模式、消费认知、消费习惯等都发生了一些变化。2021年中国商业十大热点展望包括流通产业的基础性和先导性将进一步增强、消费品市场将快速增长、农产品批发市场转型升级加速、生活服务业数字化平台化将成新趋势等。(王珂)

贸促系统推动营造良好商贸环境

本报电 参与筹办第三届进博会和2020年服贸会,促成进口采购意向;举办北京车展、青岛啤酒节等活动;建设运行“贸促云展”平台,在线举办600多场展会。2020年,全国贸促系统持续发力,高质量发展取得新进展。近日,2021年全国贸促工作视频会议在北京召开。会议指出,2021年,全国贸促系统要持续加强和改善对企业服务,帮助企业增加出口、扩大进口,推动营造良好商贸环境,为构建新发展格局贡献力量。(罗珊珊)

十大海运集装箱口岸营商环境测评结果揭晓

本报电 中国报关协会、北京睿库贸易安全及便利化研究中心日前对2020年中国十大海运集装箱口岸营商环境联合开展测评。结果显示,厦门口岸综合得分位列第一,青岛、宁波分列二、三。北京睿库贸易安全及便利化研究中心发布的报告显示,近年来,我国贸易便利化水平逐年提升。海关等口岸监管部门积极作为,持续优化通关环境,为企业开展进出口业务提供更多便利。(杜海涛)

消费万花筒

就地过大年 温暖有年味

本报记者 罗珊珊

发红包、买年货、送新年礼包……新春佳节将至,不少地方出台了各项暖心政策,让人们留在就业地安心过新年。

今年春节,商务部多措并举,加强宏观调控,稳定节日消费市场。举办“2021网上年货节”,推动采办年货、赶大集等活动“上云”“在线”,引导电商企业开启春节“不打烊”模式,推出更多定制化、智能化、绿色化、品质化商品和服务;动员连锁超市、农副产品批发市场增加库存,畅通供货渠道,提高水产品、牛羊肉、鸡肉等产品的上市量;引导餐饮等生活服务企业提供年夜饭、寿喜宴等餐饮配送服务,满足人民群众节日消费需求。

文娱活动不可少,居家也可赏美景。1月20日,由文化和旅游部非物质文化遗产司主办的“文化进万家——视频直播家乡年”活动正式上线。活动推出了与“年文化”相关活动,展示根植中国丰富独特的文化,让人们在网上感受家乡的味道、过年的味道,营造欢乐喜庆过年的浓厚氛围。

浙江宁波市海曙区众多企业积极倡导外来员工留在当地过年。右图为宁波拓铁机械有限公司职员(左一)正在消费扶贫专区为留在当地过年的员工选购年货。

忻之承 孙勇摄影报道



本版责编:罗珊珊