

一秒穿夏入冬 别样避暑体验

室内冰雪游成暑期消费亮点

本报记者 赵 珊

今年暑期，除了水上乐园、海滨度假等传统避暑玩法，一些游客前往室内滑雪场寻觅凉爽，室内冰雪游成为暑期文旅消费新亮点。

订单量大幅增长

“我们一家人来到热雪奇迹滑雪，室外36摄氏度，雪场零下6摄氏度，从炎热到凉爽，跟冬季滑雪是不一样的感觉。”一名体验室内滑雪的游客说。

很多游客到室内雪场不仅为避暑，也为学习滑雪。一位来自香港的游客说：“我在热雪奇迹初次体验了两个小时，老师热心地鼓励我，从使用装备到上雪板都细致地指导。我现在已经在雪道滑行了。”

暑期，多个滑雪场推出特色滑雪体验。成都热雪奇迹邀请四川12岁及以下青少年免费体验滑雪运动，免费提供头盔、雪服、雪板、雪鞋。不会滑雪的小朋友可以免费上滑雪公开课。西安热雪奇迹推出夜场公开课，进入冷区的游客均可免费体验滑雪试听课，此外，雪场还邀请西安各行业的优秀代表，如军人、快递人员、交警、教师、医生等免费体验滑雪。

苏州游客王女士带孩子前往江苏太仓阿尔卑斯雪世界，“在夏天玩冰雪，对孩子来说是难得的体验，孩子充满好奇。”据介绍，阿尔卑斯雪世界有滑雪场和冰雪乐园，其中滑雪场有6条坡度各异、雪道，包括极具特色的地形雪道，可满足不同阶段滑雪爱好者的个性化需求。

记者从美团了解到，7月以来，“滑雪”相关搜索热度环比增长91%，“滑雪”相关主题笔记攻略环比增长52%，“滑雪”相关景区的团购订单量环比增长120%，成都热雪奇迹、哈尔滨热雪奇迹、阿尔卑斯雪世界、湘江欢乐城欢乐雪域等多家室内滑雪场迎来暑期消费热潮。携程统计显示，7月，室内滑雪订单量增长70%。

特色活动玩法多

去年冬季游火出圈的哈尔滨把冰雪的乐趣延续到夏季。7月，哈尔滨冰雪大世界“上新”一座冰雪乐园梦幻冰雪馆，将冰雪景观“搬”到室内。近日，梦幻冰雪馆成功挑战吉尼斯世界纪录，荣获“最大的室内冰雪主题乐园”称号。

游客换上羽绒服和棉鞋，进入梦幻冰雪馆，人造雪花落在身上，游客瞬间沉醉。梦幻冰雪馆有9个主题分区和13个体验项目，冰雪序曲、冰雪森林、流冰雪、雪国城堡等景观群，流光溢彩、绚丽夺目。冰淇淋、甜甜圈、水果等彩色冰雕作品，精美逼真、色彩斑斓。纱幕投影、冰雪音乐厅、光影大厅等体验项目，让游客沉浸式体验冰雪营造的神奇场景和梦幻氛围。据了解，梦幻冰雪馆用于景观建设的冰均为采自松花江的



游客在江苏太仓阿尔卑斯雪世界滑雪。



游客在哈尔滨冰雪大世界梦幻冰雪馆欣赏冰雕。



游客在广州热雪奇迹体验冰滑梯。



游客在无锡热雪奇迹感受夜滑。

本文配图均为受访者提供

新场景、新产品层出不穷

文旅消费市场“燃”了！

绿树阴浓夏日长，正是出游好时光。暑期文旅消费市场“燃”了！

文化和旅游部数据显示，暑期各地将推出超过4000项约3.7万场次文旅消费活动。携程平台上，暑期国内酒店、机票搜索热度均同比上涨20%以上，中国旅客在奥运期间赴巴黎的订单同比增长105%，入境游整体订单同比增长1倍。据网络平台统计，截至8月7日，暑期档电影票房（含预售）突破85亿元。

不久前，国务院印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》，提出“着力提升服务品质、丰富消费场景、优化消费环境，以创新激发服务消费内生动力”。

奥运“撞”上暑期，学生暑假叠加成人消暑，跨城旅游“热”起来，假日市场“燃”起来，文旅消费“火”起来。

把握新趋势，文旅市场在“创新”。当全国各地的游客正在北疆追寻“我的阿勒泰”之时，首届中国新疆民

间艺术季将举行，吸引更多游客“打起手鼓唱起歌”，“跟着节庆去旅游”；第二十七届北京国际音乐节将以“乐游中轴”为主题，推出快闪演出活动，为市民游客打造北京中轴线音乐之旅；江苏举办2024“水韵江苏·璀璨夏夜”主题活动，发力夜间旅游……

作为一年中时间跨度最长的旅游旺季，这个暑期，各地各部门铆足劲、出新招，文旅消费更“带感”。

需求为本，旅游更有“氛围感”

乘奥运东风来贵州看一场活力四射的“村超”，到敦煌鸣沙山下听星空演唱会，追着影视作品打卡热门取景地……一批特色文旅产品频上热搜。

面对群众愈加个性化、多样化、品质化的服务消费需求，“旅游+”正在生发无限惊喜：旅游+红色文化，革命老区风华正茂；旅游+演出演艺，“粉丝经济”异军突起；旅游+避暑消

夏，深山远海不再冷清……

从滨海、森林，到音乐节、演唱会，再到展览会、户外运动、文体赛事，层出不穷的文旅新场景，不仅满足国内游客所需，也让外国游客高呼“好City的中国！”

服务为先，消费更有“体验感”

近日，一年一度的国家自然博物馆“博物馆之夜”活动开启。“博物馆奇妙夜”吸引了更多观众。

暑期以来，为了满足群众旺盛的参观需求，全国多地博物馆采取延长开放时间、取消预约要求、取消“周一闭馆”等措施，开启“不约而行”“超长待机”模式。

何为宾至如归？是炎炎夏日里的一瓶水、一个清凉油，也是排队时的一把遮阳伞、骑车时的一个清凉坐垫。杭州依托“景区舒适度查询系统”对最佳出行时间给出动态建议，南京优化各

存冰。

相比专业性强的滑雪，注重休闲趣味体验的娱雪项目受到各类游客欢迎。

阿尔卑斯雪世界的巴布亚企鹅互动、极地滑梯、麋鹿探险、雪道越野、冰上自行车、嗨嗨碰碰车等室内冰雪娱乐项目深受亲子游客喜爱。今年暑期，阿尔卑斯雪世界为增强游客游玩的新鲜感和趣味性，增设了多个娱乐项目，从高空滑翔冲刺的雪圈速滑、在动感隧道中自由穿梭的极地滑梯，到运用雪球射击的雪地球猎等，都带给游客独特的沉浸式体验。

热雪奇迹在广州、成都、哈尔滨、西安、武汉、重庆、无锡、昆明8个城市运营室内滑雪场，提供四季玩冰雪的体验，暑期推出了多种主题活动。游客可在热雪奇迹无锡雪场参观北极熊艺术馆，参加极光夜雪派对；在哈尔滨雪场打卡12米高的雪人、解锁夏日雪地旅拍；在昆明雪场体验雪地寻宝菌子节、雪地肥皂车等；在西安雪场观看《恐龙重生》舞台剧等活动。此外，“雪上新生——废旧雪具大翻牌”活动在热雪奇迹各雪场进行。游客可参观由废旧的雪板、头盔及其他装备改造成的精美装置，还能参与变废为宝的改造活动，体验“绿色滑雪”。

增加优质产品供给

中国的冰雪旅游发展如火如荼，从北方到南方、从室外到室内、从一季到四季、从滑雪到休闲……暑期室内冰雪游满足了人们追求个性化的需求，激发了文旅消费潜能。

湖北文旅·武汉冰雪中心近日开门迎客，市民和游客可一站式体验冰雪旅游微度假。上海耀雪冰雪世界即将与游客见面，一系列“冰雪+”的新产品、新场景将满足全年龄段游客的度假需求。耀雪冰雪世界已开始售票，美团数据显示，8月8日至12日，“耀雪冰雪世界”的搜索热度环比增长172%。

同程研究院首席研究员程超功认为，游客追求更为优质的消费体验是暑期室内冰雪游受青睐的原因之一。室内冰雪乐园非常适合亲子度假。为进一步挖掘市场潜力、满足游客消费需求，建议充分释放相关产业及经营者的创新潜力和积极性，推动优质室内冰雪旅游产品供给的增加。

中国旅游研究院战略研究所副研究员、冰雪旅游专项负责人韩元军表示，今年暑期，室内冰雪旅游成为文旅消费的热点，得益于北京冬奥会成功举办带来的全国示范效应，室内冰雪设施在上海、广州、成都等南方城市不断完善，越来越多民众爱上冰雪、体验冰雪，加之今年暑期很多城市天气非常炎热，这也助推了室内冰雪旅游热。未来很长一段时间，室内冰雪旅游将持续成为投资商、运营商和地方政府重点支持的领域，从盈利能力和吸引力等方面来看，室内冰雪游是旅游新业态的优质领域，值得持续关注和支持。

景区预约程序和预约时段，哈尔滨将冰雪季的“宠粉”措施延续……

用真心待游客，越来越多景区将优质服务藏在细节里、留在人们心上。

惠民为要，游客更有“获得感”

“抢到了真金白银的文旅消费券，这趟旅行挺超值。”暑假到成都旅游的大学生周广涛兴奋地说。

6月以来，四川成都发放3000万元“暑来成都 乐游天府”文旅消费券。各地也纷纷推出票价优惠、消费满减、折扣套餐等措施，针对学生推出景区免费和优惠政策。

8月9日举行的国新办发布会上，文化和旅游部产业发展司负责人马力表示，将推进文旅融合及与相关产业融合发展，优化消费惠民活动举措，与促进餐饮、住宿、体育、数字、绿色、健康消费等一体推进，创新文旅消费场景，丰富个性化、定制化产品供给，满足多样化消费需求。

文旅消费与人民美好生活息息相关。更好玩、更优质、更舒心……一个活力四射的文旅市场近在眼前。

(据新华社电 记者徐 壮)

如今，中国旅游发展步入快车道，成为全球最大国内旅游市场，成为国际旅游最大客源国和主要目的地，旅游业日益成为新兴的战略性支柱产业和具有显著时代特征的民生产业、幸福产业。在此背景下，如何发展新质生产力，推动旅游业高质量发展，需要进行积极探索。

旅游视角下的“新质生产力”，不只是科技创新、设备升级和产品升级，而是通过激发新消费，开辟新赛道，建立新规则，布局新的产业链，孵化出新的规模化的市场空间。笔者认为，其在具体实践中呈现出四个特征：

其一，以中华优秀传统文化为根基。旅游消费本质上是精神消费，要提供高品质的精神消费，应有高品位的文化底蕴。旅游需要文化的滋养，而最大的文化富矿就是5000年绵延不断的中华文明。中国年轻一代对国家、民族有着先天的自豪感，他们热爱传统文化，并将其融入自己的生活。西安、洛阳、杭州等许多旅游目的地的地尝试构建基于中华优秀传统文化的“超级IP”，收到良好效果。

其二，靠科技创新赋能。旅游的特性是线下体验很重要，科技创新可以优化和升级线下的游客体验。一方面，科技可以打造新场景、创造新体验，利用MR、VR、虚拟现实技术、现代光影科技等，让传统文化变得“活色生香”。西安的大唐不夜城、洛阳的“无上龙门”沉浸式体验馆、敦煌的数字展示中心、江西河梦回庐陵夜游等，用科技创造具有沉浸感的旅游新场景、新体验。另一方面，科技不断提升旅游的便利化水平。既往，在线旅行社、地图导航、天气预报等大大优化了旅游出行体验，而人工智能的发展将进一步促进旅游市场发展，比如智能翻译有望打破不同文化、不同语言间的交流障碍，为出入境旅游带来深刻改变。

其三，跨界融合成引擎。中国传统旅游市场正在进入“结构性调整”时期，旅游市场更大的增量不在旅游本身，而是通过跨界的产业融合，激发新消费、创造新产业。以海南为例，万宁市打造“冲浪小镇”。3年前当地政府联合国家体育总局创建了“国家冲浪训练基地”，免费为各省市冲浪队提供日常驻训服务，并开展冲浪教练员的培训。2023年，万宁接待了40多万冲浪而来的游客，酒吧、餐厅、民宿、长居公寓等消费链随之延伸，装备、赛事、培训等产业链也迅猛发展。冲浪并不是既有的存量消费，而是体育和旅游融合之后产生的新消费。

笔者认为，目前能产生千亿元以上规模的旅游新赛道至少有四个：文体旅、文商旅、文教旅、文康旅。低空经济崛起带来文旅发展的新机遇；唐山宴、这有山、文和友、长安十二时辰等“文商旅综合体”方兴未艾；研学旅游进入持续增长轨道，激活文教旅发展潜能；高品质的康养旅游正蓄势发力，文康旅前景可期。

其四，真诚服务是“秘诀”。淄博、哈尔滨、沈阳的“走红”，让“宠客”成为旅游目的地发展的普遍共识，旅游目的地、企业和游客之间正在构建“信任”的关系，有标准、有温度、有人情味的行业服务和公共服务是旅游业壮大必不可少的“基础设施”。

目前，旅游业正同时经历结构性调整、高质量发展、融合性创新，这是新挑战，更是新机遇。只有尊重规律、尊重市场、尊重消费者，才能真正实现旅游业的高质量发展，使之成为名副其实的“幸福产业”。

(作者为中国旅游协会副秘书长)

“余村星”亮晶晶

陈毛应

青山连绵，碧水长流，翠竹摇曳，夏日的浙江省安吉县余村满目皆绿，有风吹过，如同绿色波涛涌动。村内，来自全国各地的游客惬意徜徉在“绿海”之中，逛乡音小馆，品乡村咖啡，感受这座被联合国世界旅游组织评为首批“最佳旅游乡村”的新魅力。

8月15日，余村又传喜讯：国际天文学联合会批准将编号215458号小行星命名为“余村星”。

小行星命名具有唯一性、国际性和不可更改性，获得批准后成为该天体的永久星名，是世界公认的一项殊荣。国际天文学联合会成立了由著名科学家组成的小行星命名委员会，由发现者提名申报命名，经国际天文学联合会小行星命名委员会审议通过、国际天文学联合会审核后，国际小行星中心在《国际小行星通报》上发布，并通知世界各国天文台，列入每年出版的《国际小行星星表》。

“余村星”于2002年8月15日由设在西藏自治区的北冕天文台台长陈韬发现，位于火星与木星之间，轨道周期为4.00年，轨道倾角4.23度，轨道半长轴2.52AU，偏心率0.09，直径约为1.6公里。

缘何将8月15日发现的编号215458号小行星申报命名“余村星”？全国人大代表、余村党支部书记汪玉成介绍，2005年8月15日，时任浙江省委书记的习近平同志考察余村，首次提出“绿水青山就是金山银山”科学论断。循着这个发展理念，余村大变身：竹成“摇钱树”，山成“聚宝盆”，许多村民在家门口吃上“旅游饭”，人与自然和谐共生。到余村的游客除了看景、休闲，更多的是被绿水青山就是金山银山理念吸引而来。“几乎所有的村民都有自家的‘绿色故事’。”上海游客程先生很有感触。

绿水青山就是金山银山理念也深刻地改变了中国，影响着世界。2016年，联合国环境规划署正式发布《绿水青山就是金山银山：中国生态文明战略与行动》报告。去年6月，十四届全国人大常委会第三次会议表决通过将于8月15日设立为全国生态日的决定。

国际天文学会专家们认为，余村的发展实践是绿水青山就是金山银山理念的真正写照。“余村星”也将成为中国生态文明建设成果的一张名片。