白雪变白银 猫冬成忙冬

冰雪旅游领跑冰雪经济

赵 珊 李雪梅 张 琪

新疆阿勒泰地区富蕴县吐尔洪乡的雾凇美景。 丁 宁摄（新华社发）

冰雪旅游在中国快速增长，它不仅带给游客愉悦惬意的体验，还刺激拉动了旅游目的地的经济发展。除了设施不断升级，冰雪游的产品日趋丰富，冰雪资源变身旅游产业，巨大的消费需求带动广泛的市场供给，冰雪游正在成为地方经济的有力支撑。

冬季旅游新亮点

冰天雪地，大雪纷飞。吉林的旅游业者从以往的“猫冬”变为“忙冬”，冰雪游正红火地拉开大幕。如今，冰雪游与一汽、长影、玉米一道，成为吉林新的名片。数据显示，吉林省冰雪旅游综合收入已占全年旅游综合收入的1/3。仅去年春节期间，吉林就接待游客889.77万人次，同比增长15.42%，旅游总收入75.69亿元，同比增长22.44%。

黑龙江省旅游委主任锡东光介绍说，旅游产业对黑龙江省经济的拉动作用已开始显现。去年，黑龙江省旅游业总收入、接待游客总量分别达到1361.43亿元和1.3亿人次，均实现两位数增长，对黑龙江省第三产业贡献率超过70%。其中，哈尔滨市的旅游收入占全市GDP比重达10%以上。

在刚刚闭幕的新疆冬季旅游产业交易博览会上，来自俄罗斯、塔吉克斯坦、哈萨克斯坦、蒙古等20个国家和国内19个省市参展，交易额达39.6亿元。冬博会通过挖掘新疆旅游产品与国内外冬季旅游产品的差异性、多样性与互补性来寻找机遇，已成为中国西部最大的冬季旅游节庆活动。随着“一带一路”国家战略的持续推进，其影响力也在日渐增加。

自2006年起，新疆开始发力冬季旅游，以“冰雪节暨冬博会”为核心品牌的新疆冬季旅游逐渐升温，目前成为新疆旅游经济新的增长点。据新疆维吾尔自治区旅游局统计，2006年以前，新疆冬季旅游人数为90余万人次。到2014年，新疆冬季旅游人数达2000万人次，冬季旅游人数占当年新疆旅游人数的四成，冬季旅游成为新疆旅游的重要组成部分。

冷资源变成热产业

在市场上叫座，才能在产业发展中变热。冰雪游亮眼的“成绩单”日益受到地方的重视。长白山打造了“观天池、玩滑雪，赏雪雕、游小镇、泡温泉、品美食”一整套完备的冰雪产业链条。吉林省日前出台了《关于做大做强冰雪产业的实施意见》，绘制吉林冰雪产业发展的蓝图，提出全力打造以“冰雪旅游、冰雪体育、冰雪文化”为核心的冰雪全产业链。计划到2020年，实现冰雪旅游人数1亿人次，冰雪旅游总收入2300亿元。

吉林省的冰雪经济是东三省经济发展的一个缩影。雾凇冰雪节、冬捕节、滑雪节、冰灯节……东北的各类冰雪游项目非常受游客欢迎。随着经济转型升级，东北老工业基地一直在探索经济发展的新支柱，冰雪游有望成为助推老工业基地全面振兴的战略性支柱产业。

内蒙古、新疆等地也是中国冰雪旅游资源的富集区。内蒙古去年全区冬季接待游客3000万人次，旅游收入突破500亿元，较往年增长30%。越“冷”越“热”，已成为了内蒙古冬季旅游的新常态。今冬，内蒙古加快旅游基础设施和服务品质升级，重点推出冰雪天路、古都后院冰雪世界、冬奥会延长线、大漠风情冰雪游四大冬季旅游区域，把内蒙古冰雪与草原、森林、沙漠、湖泊、温泉、火山遗址等自然资源，与民族生活、异域风情、历史遗址等人文资源融合在一起，做大做强冰雪游的产业链。

中央民族大学教授李燕琴说：“旅游产业是劳动密集型产业，具有关联性强的特点，可带动其他产业发展，促进就业。内蒙古、新疆无霜期短，冰雪经济可使其旅游淡季不淡，有利于内蒙古、新疆旅游业的可持续发展。”

多产业融合发展

对经济的带动作用使冰雪游不再局限于单一的旅游观光，集多产业融合发展的“冰雪+”正成为冰雪经济的新符号。

黑龙江提出要着力培育冰雪观光、冰雪运动、冰雪文化、冰雪娱乐、冰雪度假型产品，延伸冰雪旅游产业链条。吉林省出台的《实施意见》也致力于打造包括冰雪休闲度假、冰雪温泉养生、冰雪观光体验和冰雪民俗史迹在内的冰雪旅游产品体系。

目前，中国旅游正进入重创意、重内容、重体验的发展阶段。冰雪+度假、冰雪+文化、冰雪+体育等将成为冰雪经济的发展趋势。

冰雪度假游是近年来冰雪游的发展核心之一。哈尔滨亚布力滑雪旅游度假区和长白山国际度假区已成长为知名度较高的度假区，住宿、餐饮、购物、休闲一体化，为旅游消费留下更多提升空间。北京第二外国语学院旅游管理学院唐承财说，冰雪度假旅游者具备较强消费潜力，景区开展冰雪度假游会获得更多综合性旅游收入，这不仅能推动区域旅游产业提档升级，打造新的经济增长点，还将成为传承与弘扬地方文化、打造城市亮丽名片、提供更多就业岗位的重要引擎。

冰雪与文化、民俗的结合也是近年来冰雪游的一大卖点。住雪乡民宿，享淳朴民风；走鄂伦新村，看狩猎文化；跟着赫哲族的马拉雪爬犁迎亲；与满族同胞一起祭祀自然和祖先……冰雪与节庆、民俗项目结合，释放良好的市场消费潜力。

2022年冬奥会将在北京和张家口举行，借奥运东风，各地的冰雪运动也火速升温。2015年至2016年冬季，在全国31个省区市中，已有30个开展了冰雪运动，北京和张家口地区的冰雪运动人数达到680万，增长了30%。旅游是普及冰雪运动的最佳方式，冰雪运动旅游潜力巨大。

冷冰雪 热旅游③

黑龙江牡丹江雪乡旅游渐入佳境。 王士恩摄/人民图片

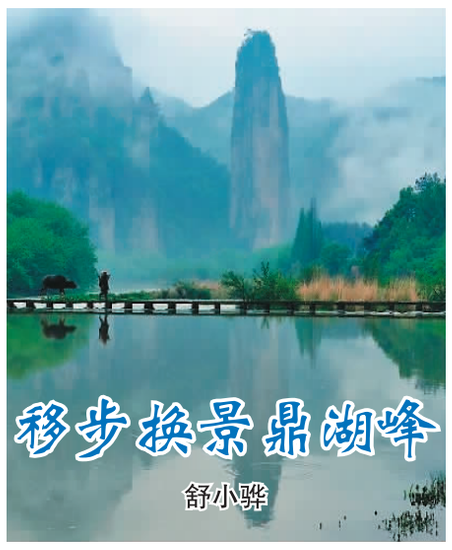
人在旅途

“横看成岭侧成峰，远近高低各不同。”游赏过浙江缙云县仙都风景区的核心——鼎湖峰后，你会对从不同方位观景、一景多变的奇妙现象有更深的体悟。

隔着清清流淌的炼金溪，从南向北望去，170.8米高的鼎湖峰如一株拔地而起的巨大春笋，峭然耸立，直刺云天。每逢阴雨濛濛，峰峦四周烟雾缭绕，恍若仙境。

相传，轩辕黄帝曾在峰顶铸鼎炼丹，千钧重鼎将峰顶压出一个凹坑，下雨积成一片湖。一到狂风大作时，峰顶总会有水珠雨点般吹落下来。唐代大诗人白居易对此奇观作过生动描绘：“皇帝旌旗去不回，片云孤石独崔嵬；有时风激鼎湖浪，散作晴天雨点来。”自1995年以来，几次有人攀岩登上峰顶，发现那里确有一个12平方米左右蓄满水的小池。据考证，池中是山泉水，被虹吸原理送至峰顶。

沿溪上的石桥东行百十步后，再看鼎



湖峰，此刻已像竖起的大拇指昂然挺立。旁边紧连一个40.7米高的小石峰，尖头似笋。鼎湖峰半腰露一圆洞，颇似肚脐，恰与小石峰平。小石峰好像依偎在慈母膝下的娇儿，因此又称童子峰。

下桥向北拐弯，前有一亭坐镇溪畔，名为“仰止亭”，取自“高山仰止”之意。原亭建于明代，后坍毁，现存者为台胞捐资重建。站在亭前仰望鼎湖峰，犹如一桅稍稍落篷却仍屹立于水边的风帆。穿亭而过，来至正东方，背靠巍峨的黄帝祠宇，回望面前的鼎湖峰，又变魔术般地化作一张人脸的侧影。许多游客不约而同地猜测，此人或许就是黄帝。

仔细眺望鼎湖峰，在它肩头部位并列着3座小丘。左边的小丘上孤零零地长有一棵枝叶稀疏的小树，神奇的是，它的造型宛若繁体的“華”字，故得名“梦笔生花”。中间的小丘头尖身圆，细长斜倾，被喻为“天狗望月”。右边的“神猫卫士”则因形体粗壮，小丘两角微翘而获此殊名。3座小丘有机地排成一个“山”字，再加上鼎湖峰上下直立的主干部分，恰好组合为反写的“仙”字。这与黄帝炼丹后跨赤龙升天而去的传说相映成趣。鼎湖峰的山体面积不大，顶部仅为710平方米，底部也才有2468平方米，但呈现的景观却很丰富。从不同位置望去，变化多姿，引人遐想，而这正是大自然赋予它的天生魅力。

手捧《百年孤独》 醉心宋词唐诗

哥伦比亚“学霸”的中国情缘

杨心雅

“我叫马修，来自哥伦比亚，今年24岁。”接受本报采访时，讲着一口流利中文的马修发音吐字抑扬顿挫、近乎标准，让人不禁好奇：这个来自南美洲的大男孩，与中国到底有着怎样的情缘？

其实，曾关注“‘汉语桥’世界大学生中文比赛”的人应该对马修有印象。当年，从97个国家的133名选手中，马修脱颖而出，赢得了美洲洲冠军。

“我父亲和中国人做生意，所以我从小就对中国特别感兴趣。于是我努力学中文，然后到大连外国语大学留学、参加比赛，在这里断断续续呆了3年时间。”马修说：“这是我第4次来中国。这一次，我要呆4年。”

现在已算“常客”的马修忘不了第一次来中国的别样感受。“和自己想象中的完全不同。本以为中国是一个古老、传统、生活节奏慢的国家，没想到来到这里发现，全是高楼大厦，科技也发达，生活节奏特别快。”马修笑道，哥伦比亚是一个慢生活国家，“在中国生活久了，每次回国反而不习惯了。”

“两个国家完全不一样。哥伦比亚人不太吃辣，生活也轻松随意，来自热带雨林的音乐节奏既快又热闹。中国有很多‘火辣辣’的菜，平时也有很多规则和礼仪文化。”马修说。

谈及旅游经历，马修在中国可谓“走南闯北”，游览过北京、上海、苏州、长沙、大连、大理等15个城市。每到一处，品尝特色美食都是“必选动作”。“我最喜欢长沙的小龙虾，当地叫‘口味虾’，到现在都让人印象深刻。”马修说。

旅途中也是了解中国社会的绝佳窗口。有一次，从哈尔滨去苏州时，马修与太太乘坐了价格便宜的“绿皮火车”。“那时天气特别冷，窗户都结冰了，可火车上的乘客特别热情。我们一起聊天、玩游戏、分享食物，甚至还有人做饭，就像个大家庭一样。”马修说，人们彼此分享经历，结交来自不同城市的朋友，让漫长的旅途变成一次妙趣横生的座谈会，“真是太特别了，那种氛围我从来没有感受过。”

在采访中，马修对中国文化的喜爱让人钦佩。

“汉语很难，和西班牙语相差很大。最难的就是声调，得一个一个去记。但就是这种挑战让我充满热情，这是对自己的考验，也是我走进憧憬已久的中国的动力。”当年，马修在参加“汉语桥”比赛初赛时，手捧一本《百年孤独》，吸引了众人眼球。

“中国的成语太厉害了。”马修赞叹说，“我喜欢学习成语，因为它们不仅精炼简洁，而且包含了特别深刻的哲理。每一次学到新成语时，我都会细细思考，真的很有启发。”除成语外，唐诗宋词也让马修点头称赞。“虽然理解起来有点难，但是它们工整又优美，太吸引人了。”

采访时，马修说起中国的历史故事也头头是道；对中国不同民俗也有了解。“中国56个民族各不相同，服装和习俗特色鲜明。此外，中国还有一大特色，就是方言，它种类更为繁多，非常有趣。”

马修对中国的了解让人惊叹，而他最想对中国说的话，就是“谢谢”。

“作为一个外国人，我没想到中国能给我这么多教育的机会、增长见识的机会、结交朋友的机会。中国给我的每一次惊喜，都让我对这个国家充满了感激之情。”“学霸”马修在中国留学期间，两度获得国家汉办奖学金，并成为大连外国语大学麦德林孔子学院的榜样学员。

更巧的是，马修在中国还成就了一段姻缘。“我太太是日本人，和我一起来中国留学，我们是同桌。”马修笑着说：“有意思的是，我俩是用中文交流的，并且最后走到了一起。”

怀着对中国的一腔热血，这个来自南美洲的男生踏上这片古老的东方土地，而中国也没有辜负其期待。对此，马修心里满是感激：“你能给一个人最好的礼物就是教育，别人抢不走也偷不了的就是知识。这是中国给我的，我没有理由不感谢。”

马修（右一）与朋友游览虎山长城

旅游感知美丽中国⑩

多彩贵州：好山好水好养生

凡 菊

黔山贵水，高山流水。近日，以“贵水迎天下·同仁话未来”为主题的2016年首届贵州（铜仁）国际天然饮用水博览会在铜仁举行。

以水为媒，携手合作。“三会一赛一论坛”，搭建起国际天然饮用水交易平台，充分展示贵州绿色、健康、生态新形象，也推动贵州健康水产业快速发展。

借水结缘，共谋发展。水博会是贵州省加快国家生态文明试验区和天然饮用水产业发展的重要部署，也是将贵州打造为全国重要的天然饮用水产业集聚区、优质天然矿泉水主产区的重要抓手。看着黔山秀水，国际好水评鉴机构、美国环球好水网创始人兼总裁迈克尔·马萨说：“自从我踏上这片土地，就被贵州的好山好水深深吸引。贵州山清水秀，天然矿泉水资源非常丰富。”

有大山必有大川，有大川必有大美。贵州有千重山，更有万条水。900多条长河奔腾山间，1700多个岩溶大泉清冽甘甜，还有宝贵温泉遍布60多个区县，95个矿泉水水点通过审评认证。

“贵州具有得天独厚的生态环境，天然饮用水资源丰富、品质优良，具有极大的开发潜力和利用价值。”正如中国民族卫生协会会长郁德水所说，贵州的水资源亟待开发和利用。

水产业被贵州作为继“烟、酒、茶、中药材、特色食品”之后的第六张名片来打造，天然的饮用水产业被作为特色优势产业和新的经济增长点来培育。贵水天然，不仅资源丰富，而且水质优良，不同程度含有钴、铜、锌等14种人体必需的微量元素。

“水文章”如行云流水，徐徐舒展；“水之业”正水涨船高，顺势崛起。贵州目前有饮用水企业628家，其中不乏农夫山泉、好彩头、娃哈哈、北极熊、康师傅等龙头饮用水企业；饮用水年产量328.48万吨，排全国前7位。

作为本届水博会的“东道主”，铜仁市以增加品种、提升品质、培育品牌“三品工程”为重点，大力扶持龙头企业，不断优化产业和产品结构。

好水贵天然，汇聚梵净山。铜仁“念好山字经、做好水文章、打好生态牌”，将资源优势转为发展优势。石阡泉都、梵净山泉、德江清露等本地企业风生水起，农夫山泉、好彩头、屈臣氏等国内知名企业纷纷落户，黔东大地上，水产业链条日益壮大。“问渠那得清如许，为有源头活水来”，天然贵水，以开放共享之姿，更好地服务世界。