

冰雪游在中国迎来黄金发展期

本报记者 赵珊

每当雪花纷飞的日子,冰雪旅游也迎来了最美的季节。随着冬奥会经济效应的逐步显现,中国冰雪旅游市场规模不断扩大,产品不断丰富,国际知名度不断提升,中国冰雪旅游产业正在迎来重要的黄金发展期。国家旅游局局长李金早近日在首届中国吉林国际冰雪旅游产业博览会上表示,中国将努力把“冰雪旅游”培育为著名国际旅游品牌。

冰雪游资源丰富多彩

从看冰灯冰雕、观雾凇冰瀑,到体验滑冰滑雪、雪橇冰壶、驾驶雪地摩托车等。近年来,随着人们对旅游品质的不断追求,动感时尚又参与性强的冰雪旅游受到了越来越多中国游客的青睐。

什么是冰雪旅游呢?由于温度下降形成的冰雪景观和冰雪运动,以及由此形成的冰雪感受和冰雪文化,都可以称为广义上的冰雪旅游。在世界上,冰雪旅游已经成为主体性旅游产品之一,与滨海度假、主题公园并称为三大新型产品。

冰雪既是重要的自然资源,也是宝贵的旅游资源。中国幅员辽阔,冰雪资源丰富。黑龙江是中国纬度最高的省份,中国的“东极”和“北极”都在其境内。黑龙江冬季降雪期长达120天,是令游客向往的冰雪世界。吉林的冬天,长白山上银装素裹,松花江畔玉树琼雕,宛若一幅幅隽永的水墨画卷。内蒙古的冰雪天路、草原冰雪和大漠冰雪再加上蒙古文化风情,使其冰雪游独具特色。新疆冬季很长,冰雪资源丰富,与8个国家为邻,吸引国际冰雪爱好者发展国际



长白山冬景 颜国良摄

冰雪旅游有得天独厚的条件,同时可带动甘肃、青海、宁夏、陕西等地的冰雪旅游。京津冀以冬奥会为契机,整合了冰雪旅游资源,与体育、娱乐、休闲结合,共建京北生态冰雪旅游圈。

除了广袤的北方冰雪世界,中国南方也有大片的冰雪资源,高海拔的山地冰雪景色与北方迥异,南方飘逸的雪落在山间,把峰丛和碧水扮上银妆,冰凌和雾凇更增添了几分秀美。四川峨眉山、湖北神农架、云南玉龙雪山等南方知名风景区,冬季的冰雪游也十分受游客的喜爱。对湖南张家界来说,冬季是一年中最纯净唯美的季节了。登山赏景,雪的天堂会让游客如坠仙境。

中国旅游协会休闲度假分会秘书长魏小安将冰雪旅游从不同角度做了分类。冰雪旅游可以分为冰资源和雪资源、室内和户外、城市型和野外型、山地型和平原型、观赏型和体验型等。从消费的角度来说,冰雪旅游具有新奇性、参与性、刺激性、重复性、竞赛性,几个性质融合在一起,使冰雪旅游具有无穷的魅力和巨大的吸引力。

冰雪游产业带动力强

冰雪旅游是一种主题非常鲜明的旅游方式。冰雪旅游融合度大、附加值高、成长性强,经济效益好、带动就业能力强,与体育、休闲、文化和装备制造等

多行业多领域有着密不可分的联系,把“冷资源”打造成“热经济”,不是一个领域单打独斗就能完成的,必须打好组合拳。

即将在伊春举办的冰雪森林微型马拉松赛,是黑龙江发展冰雪旅游的创新,将体育赛事升级为冰雪运动为主题的综合性旅游节事活动。为了做大冰雪旅游产业,黑龙江向冰雪资源及其深加工发展,加强对冰雪旅游及体育活动的规划与设计。今年黑龙江从供给侧发力,推出了“赏冰乐雪”100项冰雪系列活动,通过开展高水平的赛事,在提升冰雪竞技水平的同时,注意加强与旅游产业融合,增加了趣味冰雪系列活动。

吉林制定出台了《关于做大做强冰雪产业的实施意见》,提出了打造以“冰雪旅游、冰雪体育、冰雪文化”为核心的“3+X”冰雪产业链,使冰雪产业成为吉林经济发展新的增长极。吉林作为重要的老工业基地,装备制造十分发达,在冰雪装备制造、延伸冰雪产业链条方面具有很大的发展潜力。

吉林省旅游发展委员会负责人介绍说,“着力发展冰雪装备制造,谋求产业领域突破”是未来5年吉林将要发展的重点。积极引进国内外知名的冰雪产业研发、制造与战略投资者,推动吉林省逐步发展成为全国冰雪装备研发、制造和交易中心。鼓励引进、研发生产压雪车、浇冰车、雪地观光车、雪地摩托车、冰球、冰壶、室内滑雪模拟训练器及相关配套设备,实

现冰雪装备制造国产化突破。

申奥成功后,河北张家口正在建设并逐步形成与冬奥城市相匹配的冰雪文化,滑雪滑冰健身运动遍布城乡。崇礼国际滑雪节、张北冰雪文化旅游节、尚义国际汽车冰雪漂移嘉年华、康保汽车冰雪短道拉力赛等已经成为大众喜闻乐见的冰雪游内容。张家口在今冬5个月的雪季,将开展竞技冰雪赛事、大众冰雪、传统特色类冰雪等活动,激发群众参与冰雪运动的热情,提升冰雪游的旅游人数。

巨大潜力不忘冷思考

冰雪旅游已成为具有巨大发展潜力的新兴产业,国际冰雪旅游正呈现出多样化、高水平的发展态势。而中国冰雪产业处在一个快速发展的阶段。统计显示:在过去的十几年,中国的滑雪场数量增长了32倍,滑雪的人次更是增加了1876倍。这几年,滑雪人次的增长在20%以上的增幅。

国家体育总局近日发布了《冰雪运动发展规划(2016-2025年)》。按照规划,到2025年,中国直接参加冰雪运动的人数将超过5000万,并带动3亿人参与冰雪运动。间接参与冰雪运动的人群就包括参与冰雪嘉年华、冰雪旅游节等冰雪旅游活动的人群。不难看出,冰雪旅游未来发展拥有庞大的游客群体。

中国冰雪旅游的发展,5000亿元规模应该是一个起点,未来一定是大众市场。魏小安分析,中国进入工业化发展的中后期,进入中等收入国家。在这个时候,恰恰是旅游爆发性增长的时期,大家追求个性化、独特化,这就是冰雪旅游发展的前景。但冰雪旅游的供给能不能跟得上,这恐怕是一个大问题。

魏小安说,冰雪旅游资源的差异化程度不大,这是一个很突出的问题。目前冰雪游产品比较单一,集中在做滑雪场和滑雪小镇。他建议,各地要强调差异化。做特色冰雪游,比如东北森林小火车就是稀缺资源。冰雪旅游产业无边界,全面覆盖,要做复合冰雪游,把山、林、冰、雪、雾凇、湖泊、城市、文化、物产等资源整合在一起。

北京巅峰旅游文化股份有限公司首席顾问刘峰建议,做好冰雪旅游,要有好的顶层设计,整合旅游诸多要素,全产业链条的发展。吉林、黑龙江、内蒙古、新疆等地都有冰雪资源,怎样把同质化的资源通过差异化的创意传播出去,要结合文化、科技和时尚,来一个“创意+”的整合,注入冰雪的时尚汇、冰雪的摄影队、冰雪绘画展、冰雪建筑秀等。此外,还要找到冰雪游的盈利点。未来将会出现更多的冰雪主题村镇,形成多元化的综合业态。

冷冰雪 热旅游④



一位滑雪运动员在吉林国际冰雪旅游产业博览会展示。

新华社记者 张楠 摄



旅游漫笔

『僵尸景区』折射监管缺位

吴学安

国家旅游局日前通报,今年下半年以来,367家4A级及以下景区受到处理,其中107家景区被摘牌。有媒体报道,近年来,A级景区数量激增,景区等级管理不严,导致一些景区出现脏乱差等现象,甚至出现长期停业不摘牌的“僵尸景区”。

那么,“僵尸景区”到底是怎样炼成的呢?一方面,源于某些地方的“跟风冲动”。看别的地方的旅游经济搞得红红火火,自己就去模仿,不管有没有旅游观光价值,千方百计上马,并借此挤入“A级景区”的行列,往往没有完工就做广告匆匆开业;另一方面,有些地方争创A级景区时全力以赴,拿到金字招牌后疏于管理。游客都有“尝鲜”的习惯,故开始时景点也能热闹一阵子。但由于口碑不好,游客越来越少,当景区入不敷出盈利无望后,就逐渐堕入“破罐子破摔”的自杀模式,一分钱不投入,最终导致“零游客”困境,门可罗雀,成为一具活脱脱的“僵尸景区”。

近年来,由于地方对于创建A级景区的热情持续高涨,不乏冲刺达标者,更有一些违规操作者,导致游客抵达目的地后往往觉得名不符实。一方面,旅游景区,尤其是自然风光类景点,全靠大自然所赐。因此,有关部门要实现动态管理,对那些已成为“僵尸”的景区,要坚决取消其A级景区;另一方面,对于新上马的景点,地方政府和旅游管理部门一定要协助其严肃论证,如果没有旅游价值,就要停止上马,更不能盲目赋予其A级景区,免得劳民伤财,免得让游客上当。

景区评级的冲动背后,是金字招牌带来的种种隐性利益。由地方部门背书的景区等级,对游客消费起到很强的引导作用。不少景区利用评级吸引客流,甚至当作门票涨价的借口,而监管缺位导致“僵尸景区”迟迟未退出。因此,景区A级管理应将“能进能出”的机制常态化,从“检查一阵风”到“黑名单”制度化,才能真正倒逼景区管理者和地方政府摒弃侥幸心理,加快提升产品与服务品质,实现景区“强身健体”的目的。景区评级应增加规范性,判断一个景区是否符合等级标准时,应该规范明确、一丝不苟;景区评级更应增加透明性,积极引导公众参与监督,把公众意见作为景区评级的重要参考。如此,景区评级才会有该有的分量,“僵尸景区”才会失去赖以生存的土壤。



苏州冬日梧桐披“金装”

江苏省苏州市东北步行街两侧披上“金装”的梧桐树与雨中撑着雨伞行走的游客、地面上的落叶构成了初冬时节独特的美景。

王建康摄(人民图片)

大数据是未来中国旅游企业竞争焦点

本报电(记者赵珊)中国旅游研究院近日发布了《中国旅游集团发展报告2016》。报告显示,当代中国旅游企业的竞争正由资本、产品竞争转向大数据驱动的创新竞争。旅游需求的多样化、旅游产品供给的泛旅游化、政府大数据的广泛应用和逐步开放以及企业的国际化发展,迫切需要大数据在旅游各行业的加速应用。旅游大数据的应用已成为新时期中国旅游集团竞争的根本方向,也将成为公司业态创新和战略转型的自发驱动者,并将成为旅游经济发展的新动能。

在大数据的推动之下,旅游企业正经历全面变革。大数据的应用和综合开发,出现了未来酒店、未来景区等创新性产品,以及旅游数据服务企业、旅游互联网金融、旅游互联网保险等全新业态。目前,旅游大数据仍处于自发式的初级阶段。大数据在旅游行业的应用仍处于概念的导入期,除少数新兴旅游企业在大数据应用方面有所成效,走在行业的前面,大部分旅游企业尚处于认知大数据、开始探索大数据的阶段。中国旅游企业大数据研发,市场应用前景广阔,但从数据研发到数据产品化尚有漫长的路要走。

2016中国青岩·古镇峰会举行 全国报业人士共寻报旅融合发展之计

本报电(钱鹏飞、小鹰)2016中国青岩·古镇峰会日前在贵阳举行。全国报业界人士齐聚花溪,参加“报旅融合创新发展高峰论坛暨百名报业社长总编古镇村寨新闻采风”活动,来自全国百余名报业社长总编齐聚一堂,探讨报业转型多元发展之路。会议从多维度、多方面探讨古镇的创新发展之路,寻求报旅交流合作共建。

与会嘉宾强调,在这个注意力稀缺的时代,想要抓住游客的心,必须要有鲜明的主题,好的主题能够给游客带来强烈的直观印象。青岩古镇具有自己

的文化特色,因此要抓住青岩古镇的特点,挖掘古镇的文化内涵,说出青岩背后故事。与此同时,旅游产业的发展离不开媒体的宣传,报业可以抓住这个机遇,实现传统媒体的转型升级,谋求新的发展。

贵州省报业协会会长刘庆鹰宣读了中国报业协会关于公布2016最受中国报业关注的十大古镇的决定,最受中国报业关注的十大古镇分别是西塘古镇、镇北堡古镇、青岩古镇、西泾古镇、震泽古镇、汶口古镇、荡口古镇、利民古镇、土城古镇、上里古镇。

连续举办八届 助力健康中国

鸟巢欢乐冰雪季再次启动

张明月

以“冰雪鸟巢 健康中国”为主题的第八届鸟巢欢乐冰雪季活动于12月7日正式启动。活动地点设立在北京2008年奥运会主体育场国家体育场(鸟巢)。此项活动已连续举办8届,吸引了超过140余万人次参加。

据国家体育场相关负责人介绍,本届冰雪季设置了主场冰雪乐园、北侧滑雪场和南广场滑冰区等三大冰雪互动区域。除经典的高台滑雪、标准冰场外,今年还特别引入800平方米专业冰壶区、充满科技感的仿真冰区、滑雪体验机等。

同时,为激发青少年参与冰雪的热情,本届冰雪季向全国12岁以下少年儿童免门票开放。并针对广大青少年开展“跟着冠军来滑雪”为主题的公益活

动,在原中国越野滑雪队队长许文龙等教练员的带领下,对每天前10名进入鸟巢滑雪场的孩子进行免费教学。

“鸟巢冰雪创世纪:京津冀冰雪创新创业大赛”将重磅推出,包括“冰雪项目创新创业路演大赛”、“冰雪产业高峰论坛”和“京津冀三地冰球联赛”等一系列看点。

据悉,冰雪季将于2016年12月17日左右对外开放,持续至2017年2月26日。主场平日门票为120元,周末及节假日门票为160元,12岁以下少年儿童免门票。

2016年是《全民健身计划(2016-2020年)》实施和北京申冬奥成功的开局之年,鸟巢欢乐冰雪季活动,以引导市民积极参与冰雪运动、普及冬奥知识为目的,助力2022北京冬奥会。



冰雪季举办地——鸟巢