

河北扎实推动后奥运旅游业高质量发展——

冬奥遗产“活起来” 全域全时“热下去”



四季童话小镇雪景 保定市文化广电和旅游局 供图

□ 任英文 高越

立冬已过，寒意渐浓，后奥运的首个雪季正在走来。围绕“让河北成为北京人周末休闲度假的首选地”目标，河北各地冰雪景区持续放大冬奥效应，扎实推动后奥运旅游业高质量发展。

首滑进入倒计时

近日，张家口崇礼区各大滑雪场机器轰鸣，洋洋洒洒的雪花从造雪机中喷涌而出。时隔数月，这里的山峦再次被白雪覆盖。作为北京2022年冬奥会雪上项目举办地之一，崇礼即将迎来后冬奥时代的首个雪季。

据了解，在做好疫情防控工作的前提下，云顶滑雪场、富龙滑雪场、万龙滑雪场、太舞滑雪小镇计划近期开放。

作为2022年冬奥会雪上项目主要竞赛场地之一，崇礼已建成太舞、富龙、云顶等7家大型滑雪场，拥有169条雪道，总长度共162公里，其中15条雪道通过国际雪联认证。

“体验冠军赛道”是很多雪友的迫切愿望。作为北京冬奥会竞赛场馆之一的云顶滑雪公园，新赛季滑雪度假体验将全线升级——U型场地、坡面障碍技巧、平行大回转、障碍追逐、雪上技巧5条冬奥“同款”赛道，预计12月中下旬将向公众开放。

云顶滑雪公园相关负责人介绍，新赛季将推出丰富多彩的赛事活动，开板嘉年华、障碍追逐比赛、平行大回转比赛、雪上电音狂欢派对等30多个赛事活动将贯穿整个雪季，满足不同雪友的需求。

为迎接后奥运的首个雪季，富龙

滑雪场对四季厅进行了扩建。相关工作人员介绍，作为北京冬奥会火炬传递活动中唯一全程雪上传递的场地，富龙滑雪场还将利用火炬传递场地这一冬奥遗产，有针对性地开发主题冬令营和研学旅游产品。

多乐美地滑雪场相关负责人介绍，新赛季将开设夜场，并联手轻奢营地品牌，推出户外主题类营地度假新空间，打造集生态、户外、健康、时尚于一体的野奢微度假营地，以满足滑雪者个性化的度假需求。

“我们要让冬奥遗产‘活起来’，让奥运热度‘热下去’。”崇礼区相关部门负责人介绍，新赛季崇礼文体旅游活动将达近百项，包括河北省冰雪联赛、2022—2023雪耀中国高山滑雪积分赛、2022—2023（中国）精英滑雪联赛、全国高山滑雪邀请赛等。

拓展“四季游”

北京冬奥会的举办，让冰雪运动的种子得以在河北各地播撒。现在，这些种子已在燕赵大地生根发芽、开花结果。

目前，河北正大力发展后奥运经济和文体旅游产业，使其成为推动发展的新动能。其中，张家口将重点打造“冬奥冰雪游”“草原生态游”“红色研学游”“长城古堡游”“康乐休闲游”“亲子假日游”6大主题，策划推出20条文化旅游精品线路，打好冬奥之城文化旅游特色牌。

崇礼区在做大做强冰雪旅游的基础上，持续拓展文旅产业发展空间，打造“春有百花秋有月，夏有凉风冬有雪，何时来到张家口，都是人间好时节”的四季旅游胜地。崇礼区积极推进康养中心、度假山庄、山地露营、体

育运动综合体、夜间经济等业态的项目建设，做大做优避暑康养休闲文章，将崇礼打造成为具有国际视野、中国高度和崇礼特色的国际冰雪旅游目的地。

为此，崇礼区着力突出“四季”特色，强化区域协调，串联北京、张家口两地经典景区与精品项目，围绕康养旅居、红色记忆、生态避暑、长城古道、赏冰乐雪、城市文化等主题，推出覆盖全域、辐射周边的四季特色线路。

今年夏季，岩羊杯太舞山地车速降邀请赛暨GDL山地车系列赛京津冀站，在崇礼区的太舞度假小镇举行。“今年夏天，我们开展了山地越野赛、自行车速降赛、飞盘比赛等活动，吸引了周边京津冀的客源，单日客流突破1.2万人次，周末出现住宿一房难求的现象。”太舞滑雪小镇常务副总裁李永太说。

“夏季平均气温18.4摄氏度，几乎天天都是蓝天白云。晚上睡觉不用开空调，空气清新，还有很多亲子游项目，不愧是优质避暑胜地。”来自河北省石家庄市的王女士一家谈起崇礼之行，感受颇多。

蓝天白云下，国家跳台滑雪中心“雪如意”斜倚山峦，蔚为壮观；空中廊道“冰玉环”中间与“雪如意”相连，两端分别串联起国家冬季两项中心和国家越野滑雪中心，宛如一条精美的项链。

据了解，以世界级“体文旅融合目的地”为定位，根据初步运营规划，国家跳台滑雪中心建设现代科技综合馆——顶峰俱乐部，包含会展举办地、品质演出举办地和典礼举办地、体育文化用品生活馆、体育主题科技体验馆、奥运文化展示区。同时，打

造滑道区和看台区，开发户外运动体验空间。

冬奥会结束后，“雪如意”成为炙手可热的网红打卡地。不少游客专门来到这里，与这座独具意义的场馆合影留念。

近日，北京游客张女士一家搭乘京张高铁动车从清河站出发，仅用一个多小时就抵达了崇礼太子城站。当张女士登上“雪如意”，眼前的美景和清爽的空气，让她深深陶醉。

“京张高铁拉近了北京和崇礼的距离，京礼高速自驾到崇礼也只需两个小时。”张女士说，崇礼有山有林有雪场，就像是北京的后花园，冬奥场馆等更增强了其吸引力，“打卡崇礼真是不虚此行。”

张家口奥体建设开发有限公司运营管理部经理冀嘉娇介绍，截至目前，国家跳台滑雪中心已累计接待游客5万余人次。

用活冬奥遗产

借冬奥之势发展冰雪旅游不只是崇礼。在保定市涞源县四季童话小镇，野三坡滑雪场、爱普乐园、荣逸四季童话酒店、北欧风情商业街、荣誉客棧等多个项目营造温馨愉悦的亲子度假氛围，提升了旅游体验感。

“有间客栈”是一家精品民宿，位于涞源县城内，据老板赵东海介绍，今年夏季房间预订量很大，几乎天天爆满。

涞源县七山滑雪度假区总裁王晓虎说：“今年，七山滑雪度假区高标准谋划开发了夏秋旅游项目，包括研学、赛事、山地运动、康养度假、医疗养生、大众休闲等板块。”

承德市旅游和文化广电局局长唐秋华表示，承德将打好冰雪和温泉“两张牌”，打造京津冀冰雪旅游目的地和温泉康养度假胜地，推动“一季游”向“四季游”拓展。

石家庄东方巨龟苑景区正积极建设滑冰区、升级雪圈道、搭建雪乡景观造型……在平山县沕沕水景区，今年12月中旬将举办以“昼观冰瀑·夜赏冰灯”为主题的冰瀑冰雪节。石家庄西部长青小镇开设免费的滑雪公开课和现场直播，为广大健身爱好者讲授滑雪知识和技巧。

沧州市将地方民俗、传统项目与冰雪元素深度融合，在这个新冰雪季，将推出吴桥杂技、运河区冰上舞龙、沧县冰上舞狮等特色活动。

下一步，河北省将紧紧围绕冬奥场馆后续高效科学利用，积极承接专业高端赛事训练，推动各大场馆向体育、文化、休闲娱乐和旅居康养等综合功能拓展延伸，吸引更多游客走进河北，不断扩大经常性参与冰雪运动的群体规模，续写后冬奥时代旅游发展新篇章。

到，游客出游趋势在改变，一地游会增加，多地游会减少。目前，很多游客出游要求安全、安静，因此，游客会延长在一地的停留时间。

曲江文旅方面表示，在公司位于大唐不夜城德发长老字号首推文旅餐饮主题演艺，通过不断创新表现形式，推动“旅游+餐饮+演艺”融合。中青旅方面称，公司旗下古北水镇景区不断谋求产品及服务再升级，夏季推出皮划艇、泳池派对、帐篷露营等系列活动，秋冬季主推红叶雅集、温泉等产品，推动文旅消费新场景的打造，并结合当下“航天热”“非遗热”“运动热”研发多款主题产品，不断提升休闲度假产品的含金量。

开源之外，多家景区上市公司在节流方面也下足功夫。以宋城演艺为例，公司减少广告投入，使前三季度销售费用同比减少68.53%；阶段性放缓研发进度，使研发费用同比减少61.84%；另因外币兑换收益增加，公司财务费用同比减少1851万元。

持续创新是景区发展的动力所在。创新，不仅是指产品，也指引旅游消费，构建新的旅游商业模式。不久前，黄山旅游宣布旗下所有商业启动“先游后付”信用游，打造“大黄山”信用旅游新模式。游客只需登录专属页面，就可以0元预订景区门票、索道票，先游后付、不用不付，灵活安排时间，并享受免押入住酒店、免押租车等福利。对游客来说，信用游模式可以降低游览的消费门槛，让行程安排更加灵活。对商家而言，可以提升订单的转化率，促进景区内的二次消费。

“很多消费者不再愿意为高额的门票买单。因此，景区单纯依靠门票经济，这条路不可持续。”多位景区从业者重申，一定要在景区二次消费上做足文章。

兰州创意文化产业园：

老厂房玩出文旅消费新花样

□ 罗赞鹏 本报记者 张陵堂

近年来，周边游、微度假、轻旅行成为旅游新趋势，富有特色的城市空间愈发受到人们的欢迎。在甘肃省兰州市有这样一处城市空间，它将文化艺术交流、文化艺术酒店、文创产品研发销售、文化创新展示、文创企业培育等融为一体，形成了一个以文化为底色、全产业链发展的文旅消费聚集区，为人们提供了一处体验多种文化形式的空间，这就是入选第二批国家级夜间文化和旅游消费集聚区的兰州创意文化产业园。

走进兰州创意文化产业园，可以看到废弃拖拉机被做成艺术品，个性化的涂鸦绘制在棕色的墙面上，整个园区弥漫着艺术的气息。风格多样的文化创意产品让人目不暇接、爱不释手。

然而在2009年之前，兰州创意文化产业园还是一副老破旧的景象，其前身是兰州油泵油嘴厂。2009年，兰州创意文化产业园董事长张学智收购了这家废弃的工厂，通过文化赋能，对这片区域进行升级改造，力求将其变成一个拥有甘肃文化特色与底蕴的文创园，既给本土的艺术家打造一个“造梦空间”，也为生活在这座城市的人们提供一处享受文化艺术的会客厅和文旅消费新空间。

兰州创意文化产业园品牌运营经理张昭彦介绍，园区项目一期基于原兰州恒孚油泵油嘴厂改造而成，经整体规划设计，既保留了老工厂的工业遗存，又融入了新世纪时尚流行的创意理念。园区项目二期于2016年开始建设，园区东拓，打造了甘肃首个创意产业孵化加速器和创意产业的全产业链平台——A9国际。目前，已完成MEBOX多功能共享空间、文化艺术交流中心、美术馆、照相机博物馆（青少年科普基地）、文化艺术酒店、文化产品交易平台、金融服务平台等功能设施基础建设。

现在的兰州创意文化产业园已成为具有艺术创作交流、艺术品买卖、艺术品展览展示、多媒体研发应用等功能的城市文创产业发展空间。园区内业态丰富，有咖啡厅、中西餐馆、小吃铺等，还有电影院，成为城市人群休闲的绝佳场所。每逢节假日，园区内都活跃着不少年轻游客的身影，或聚会聊天或打卡拍照，成为一道别有特色的都市旅游



兰州创意文化产业园一景 罗赞鹏 摄

长春市2022—2023新雪季启动

本报讯（记者 刘玉萍）日前，长春市2022—2023新雪季启动暨滑雪场开幕式在庙香山温泉滑雪度假区举行，标志着长春市2022—2023雪季正式拉开帷幕。本次活动以“都市冰雪·幸福长春”为主题，由长春市文化广播电视和旅游局、长春市体育局、长春市九台区人民政府主办。

长春市文化广播电视和旅游局相关负责人表示，新赛季，长春深入践行“绿水青山就是金山银山，冰天雪地也是金山银山”发展理念，紧抓“后冬奥时代”冰雪经济发展机遇，打造文化引领、产品为魂、运动赋能、装备协同、服务支撑的高标准冰雪产业体系，探索长春“文化创意城”建设的冰雪路径，让冷资源热起来，加快实现“白雪换白银”。

新赛季，长春市计划建设冰雪新天地等40余个冰雪项目，推出庙香

山、天定山、莲花山、净月潭等四大滑雪场，策划冰雪文化、冰雪体育、冰雪时尚、冰雪消费等类别活动200余项，为消费者提供更加丰富多元、体验性强的消费选择。

同时，长春市将面向全国游客推出七大主题文化旅游产品的全新玩法，即赏冰乐雪之旅、冰雪节庆之旅、滑雪度假之旅、徒步穿越之旅、亲子研学之旅、文化艺术之旅、寒地温泉之旅。围绕七大主题产品推出10条都市冰雪精品线路。同时，发挥长春辐射作用，做精“双线”，推进“双协同”，开发6条省内冰雪精品线路。

据悉，新赛季，长春市将依托厚重的城市文化底蕴、得天独厚的冰雪资源优势，大力开发乡村游、自驾游、休闲游、购物游等中高端旅游产品，激发冬季文旅消费市场活力，不断开创冰雪冰雪产业发展新局面，为长春冰雪经济高质量发展注入新活力。

景区上市公司第三季度财报公布——

彰显韧性 积蓄能量

□ 曹燕

A股景区类上市公司三季度财报已发布完毕，绝大多数公司环比二季度业绩回暖，一些公司在三季度实现盈利，彰显出旅游业的韧性。虽然业绩有所回暖，但相比往年仍有较大差距，第四季度不确定因素依然存在，景区仍需积极对接城市周边游、微度假为主的消费市场，提升景区服务质量，持续练好内功。

业绩修复较快

景区类上市公司发布的三季度财报显示，相比二季度，多家公司的经营业绩得到一定程度的修复。其中，黄山旅游、宋城演艺、丽江股份第三季度单季度盈利金额居前列，分别实现净利润1.11亿元、1.05亿元以及8010.77万元。

黄山旅游净利润涨幅最大，该公司第二季度亏损8849.89万元，第三季度单季度净利润环比增长约2亿元。黄山旅游财报介绍，原因是第三季度新冠疫情防控形势有所好转，进山人数同比上升130.93%，营业收入同比增长85.52%，导致利润增加。

第三季度，一些公司净利润猛增。其中，丽江股份和天目湖的净利润增长最为突出。对于增长原因，两家公司均表示，主要原因是由于去年同期受疫情影响较大，基数较小。丽江股份公告称，2021年同期，南京、张家界等地相继发生新冠疫情，云南省

2021年8月5日至9月15日暂停开展跨省旅游活动，公司经营业务受疫情影响较大，上年基数较小；天目湖在公告中表示，去年暑期南京等周边地区新冠疫情导致业务锐减，本报告期经营环境相对改善，公司积极应对采取各项举措保障业绩，使得营收同比增长70.61%。

第三季度，中青旅实现营业收入19.52亿元，同比下降27.99%。实现净利润3387万元，同比增长831.18%。中青旅的景区业务主要包含乌镇景区及古北水镇两个项目。报告期内，叠加暑期、中秋小长假等经营旺季因素影响，乌镇景区第三季度共接待游客60.31万人次，实现营业收入2.07亿元，同比增长4.79%。古北水镇方面，第三季度接待游客人次52.88万人次，同比增长4.71%；实现营业收入3.08亿元，净利润1.24亿元。

疫情影响仍在

受到局部地区疫情影响，曲江文旅、峨眉山A、西安旅游、桂林旅游等企业第三季度仍然亏损。曲江文旅称，受疫情影响，本期海洋极地公园、大唐芙蓉园新春灯会、《梦回大唐》黄金版、大型水舞光影秀《大唐追梦》等收入均较上年同期减少。峨眉山A透露，因疫情影响，1—9月进山144.41万人次，同比下降32.4%；桂林旅游称，1—9月，受疫情影响，公司游客接待量同比下降56%，营业收入同比减少51.28%。

即使是第三季度出现增长的企业，情况也不容乐观。宋城演艺称，7月初杭州等地项目恢复开业，公司暑期演出场次迎来快速反弹，但三亚项目受海南疫情影响，上海、西安、张家界千古情项目仍处于关闭状态，叠加9月以来多地再次发生疫情，公司第三季度营收虽明显反弹但仍仅恢复到2019年同期的35%。考虑到秋冬淡季和近期疫情，预计第四季度短期业绩仍将承压，进一步复苏或需放眼明年。

“从第三季度财报数据可以看出，只要疫情有所缓和，旅游就会呈现出强劲的恢复弹性。”北京联合大学在线旅游研究中心主任杨彦锋说，特别是度假属性为主的旅游目的地，如黄山、天目湖等，抢抓疫情平稳窗口期这一难得的回暖周期，积极对接城市周边游、微度假为主的消费市场，创新营销手段，推动公司三季度业绩增长。

适应需求变化

“疫情持续时间长，波及面广。游客的消费习惯悄然无息地发生了改变，甚至是不可逆的改变。这些恰恰是当下景区从业者要思考要关注的问题。”景区营销策划专家孙震说，游客在旅游目的地选择上，会偏向主题化、个性化、非标准化方向发展。例如景区+民宿，符合主题化，个性化，是非标准文旅产品，也比较安全，适合小规模出游。

采访过程中，多位景区从业者提