



吉林 新生活从“上冰雪”开始

近年来,吉林冰雪产业蓬勃发展,欣欣向荣,冰雪文化深入人心,冰雪生活成了新的风尚。从室外滑雪场到室内高起,从“滑雪圈”到微信朋友圈,“三亿人上冰雪”从愿景变为现实,不仅带“火”了冰雪运动,带“旺”了冰雪经济,更带“热”了冰雪文化,带“出”了冰雪新生活。



长春天定山滑雪场-景区供图

雪地里收集浪漫生活

在吉林,冰雪新生活收集进了照片里,美爆了朋友圈。唯美的雪地写真、婚纱照,成为人们喜爱的出行主题。被纯净大地环抱着浪漫,吸引许多恋人无惧寒冷,前往拥有雪景的吉林拍摄婚纱照,留下共白头的美好。拍摄雪地美景的意义不只是为了捕捉童话般的美景,更是真实去体验和拥抱属于大自然的冬季魅力。长白山天池旁、净月潭雪景里、北大湖雪

场上、吉林市雾凇下……处处都是旅拍的热门之选。因滑雪而结缘的一对新人,在北大湖滑雪场拍婚纱照的视频火遍网络。视频中,女生身穿婚纱脚踏滑雪板与西装革履的男生在雪场上迎风滑行。因热爱滑雪而结缘的两人在雪场上诠释爱情,引来网友调侃:“冬天,雪场也是脱单场地。”

冰雪新生活收集进了视频里,火爆了互联网。隆冬时节的长白山,依旧是千里冰封、万里雪飘的壮观景色,而长白山国际

狩猎度假区迎来了旅游旺季,全国各地尤其是南方的游客慕“雪”而来,只为听雪落下的声音。度假区漂流最火热时段有漂流人员1000余人,游客对漂流的刺激赞叹不已。来自福建的李玉和朋友一起体验了漂流:“雪花飘扬的时节,驾一叶皮筏荡漾在蜿蜒流动、雾气弥漫的河水中,演绎白色童话,这就是我们不远千里来寻找的浪漫冰雪生活。”

景区里玩转潮流生活

随着冰雪产业发展,玩冰戏雪已然成为常见的潮流生活之一。这也掀起了吉林冰雪装备购物热潮,国际运动品牌纷纷布局吉林市场,快闪店、品牌活动争先落地吉林各大景区。

今冬,长白山万达国际度假区有GOSKI、DEMO嘉年华、迪桑特线下活动、多品牌新品发布会等滑雪品牌活动。波司登、艾莱依两大羽绒服品牌快闪店与长白山鲁能胜地度假区共创时尚打卡目的地,设立潮流互动体验区,掀起雪季时尚生活新热潮。万科松花湖度假区青山酒店与法国国际户外运动品牌 SALOMON 联名合作,升级换代为瞻云 Salomon 户外运动主题酒店。

北大湖度假综合体商街引入 The Whip、Burton 等众多国际雪具品牌入驻,打造滑雪爱好者的购物之都。北大湖滑雪场度假区媒体推广负责人殷艺萱介绍:“北京冬奥会之后,冰雪运动在国内正从小众潮流变成大众流行,市民、游客滑雪热情高涨,滑雪品牌入驻,为滑雪爱好者提供便利的同时,也产生了较好的经济效益。”

课堂上打造健康生活

在吉林,随处可见在冰天雪地中玩耍的孩子,滑冰滑雪,不亦乐乎,冰雪课堂上的热情似乎抵消了风雪的凛冽。

天然的冰雪资源加之全面的顶层设计,吉林各地为青少年上冰雪提供了更多条件和指导。2017年,长春市印发《长春市中小学“百万学子上冰雪”行动计划》,鼓励学生掌握冰雪运动技能,进一步激发广大中小学生对冰雪体育运动的热爱,这种集文化、体育、教育等多种功能于一体的方式,也让冰雪文化深入人心,带动长春冰雪生活繁荣健康发展。

“从我6岁时开始爸爸妈妈就带着我滑雪,到今年已经滑了6年了,滑雪让我感觉非常快乐。”在长春天定山滑雪场,全副武装的陈力南小朋友正在快乐地滑雪。陈力南的妈妈表示,前几年,雪场的孩子并不是很多,随着冰雪产业发展和冬奥会的举办,滑雪运动被更多人了解,这一切悄然发生着变化。“这几年,雪场的孩子越来越多。可见,儿童滑雪正在走入一个家庭。”

天定山滑雪学校为4至14岁的热爱滑雪的孩子设置了丰富的冬令营课程,提供定制化的冰雪研学服务。天定山滑雪学校校长潘红闯表示,近三年来,学校每年都会承接长春市小学六年级的滑雪体育课,并为广大的青少年滑雪爱好者准备了丰富多彩的冰雪冬令营和专业的滑雪训练营。“后冬奥时代,滑雪场上的儿童逐渐增多,而且有一个有趣的变化,儿童的年纪越来越小,有两三岁甚至一岁多的小朋友就和爸妈一起来滑雪了。”潘红闯说。

冰场上收获幸福生活

在吉林,冰雪新生活从冰雪运动开始。对于长春人来说,冬日里的南湖公园是冰雪生活最初的样子。在南湖公园滑冰场上,专业训练队、市民同场竞技,打冰球、抽冰猴热闹非凡,尽情地体验冰雪带来的快乐。“冰雪运动的普及,冰雪文化的发展,增强了我们的生活幸福感,冰雪运



婚纱照 浩东/摄

动已经成为我们生活中一种休闲娱乐方式。”滑冰场上的“老将”张顺说。每天,南湖公园都有百余人上冰,每逢双休日或节假日,更有数不胜数的冰雪爱好者往来穿梭于冰面。

近年来,吉林大力兴建公益滑冰场,普及冰雪运动,发现和培养冰雪运动后备人才,满足百姓对参与冰雪运动的需求,打造冰雪胜地,创建冰雪新生活。冰雪江城吉林市已连续7年浇筑室外公益冰场,从最开始的6块增加到上个雪季的129块,累计参与上冰人数达到150余万人次;2022年春节假期,仅北山公园公益冰场每日参与上冰人数就达到1200人次,冰雪文化已经“渗透”进百姓生活。

长春冰雪节、雾凇冰雪节、查干湖冬捕节……在吉林,百余项活动精彩纷呈;冰雪消费券、冰雪补贴……多项举措惠民企;泡温泉、赏雾凇、滑粉雪、过大年……冰雪产品丰富多样;攀冰挑战赛、越野滑雪挑战赛、越野汽车拉力赛、冰雪马拉松……冰雪赛事广泛开展;冰雪乐园、滑雪度假区、雪村……冰雪业态多样发展。热雪“燃”冬,吉林的冬季,冰雪正悄然改变人们的生活。
文/薇语

华侨城集团：秉持文旅融合理念 打造行业一流企业

连续14年获评“中国旅游集团20强”

12月11日至12日,由中国旅游研究院和中国旅游协会主办,以“政策促进、产业创新与旅游复苏”为主题的2022中国旅游集团化发展论坛在北京和上海举办。论坛期间发布了《中国旅游集团化发展报告(2022)》,同时公布了“2022中国旅游集团20强”名单,华侨城集团再次上榜,连续14年获评“中国旅游集团20强”。

党的二十大报告明确,“坚持以文塑旅、以旅彰文,推进文化和旅游深度融合”,为文旅产业高质量发展指明了方向。近日,中共中央、国务院印发的《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》强调了实施扩大内需战略是满足人民对美好生活向往的现实需要。30多年来,华侨城集团一直深耕文化和旅游产业,始终以行业领先的产品供给速度、层出不穷的优质文旅力作和对新产品新模式的深耕探索,推动文化和旅游在更广范围、更深层次、更高水平上实现融合发展,不断满足人民群众对美好生活的向往。

始终坚持初心

在2022中国旅游集团化发展论坛上,华侨城集团董事长张振高受邀出席,并发表以《打造一流企业 赋能美好生活——华侨城推进旅游高质量发展》为主题的演讲。

他表示,党的二十大报告再次强调“加快建设世界一流企业”。华侨城集团作为国内最早一批进入旅游行业的大型文化旅游集团,始终坚守初心与使命,坚持“优质生活创想家”的理念,把打造“一

流旅游企业集团”作为奋斗目标。

从创建中国主题公园“锦绣中华”,到发展以“欢乐谷”为代表的文化主题公园、以“欢乐海岸”为代表的文旅商娱综合体、以“华侨城文化旅游节”为代表的文化节庆活动,以“花橙旅游”为代表的文化旅游线上服务平台,在30多年的发展中,华侨城以文化、旅游等为主业,在主题公园、文化演艺、文旅小镇、主题酒店等方面打造了一些优质项目,连续多年同时获评“中国旅游集团20强”和“全国文化企业30强”,被业界认为是文旅项目发展早、产品体系丰富、迭代迭代较快的企业之一。

目前,华侨城集团旗下拥有158家旅游企业,涵盖景区、酒店、旅游演艺、旅行社、旅游交通公司和游乐设备研发制造商等业态,投资和运营的文旅及综合类项目遍布全国百余座城市,其中不乏首批国家5A级旅游景区、首批国家级旅游度假区、第一批国家级文明旅游示范单位。凭借丰富的文化旅游资源、广泛的业态布局,华侨城文旅综合实力不断增强,位居全球主题公园集团前列。

深耕文化沃土

30多年前,深圳锦绣中华·中国民俗文化村打造27个村寨,展现56个民族的风情,吸引五湖四海的游客前来打卡,领略华夏文明的博大精深,开启了华侨城深耕中华文化沃土,打造文化产品的序幕。感悟中华文化,享受美好旅程。华侨城通过不断探索中华优秀传统文化创新表达方式,打造出独具魅力的文化旅游

体验,持续擦亮华侨城文化旅游的金字招牌。

在北京,北京欢乐谷不断用丰富的艺术形式打造出富有感染力的文旅产品,探索高质量发展路径。北京欢乐谷以“国潮年”为年度文化娱乐主题,以“演艺为核心、游乐为媒、休闲为旨、艺术为能”四个核心支柱对景区进行升级,并与上海美术电影制片厂合作,构建新IP、新场景、新演艺、新娱乐、新体验、新商业和新业态。

在成都安仁古镇,华侨城引入国家级非物质文化遗产竹编、棕编等传统手工艺业态,为游客带来非遗深度体验。在广东顺德,大良鱼灯舞、少儿咸水歌、荧光醒狮等广府文化遗产项目齐聚佛山顺德欢乐海岸PLUS,让游客大饱眼福。

在云南,华侨城聚力当地民俗文化,与旅游的高度融合。2021年,华侨城云南文投集团创新推出诸多精品演艺剧目,其中大型民族舞剧《阿诗玛》入选文化和旅游部“百年百部”传统精品复排计划;大型杂技舞剧《聂耳》入选云南省委宣传部、省委组织部、省总工会主题宣传教育活动推荐剧目。在2021年于昆明举行的联合国《生物多样性公约》缔约方大会第十五次会议(COP15)开幕式上,民族歌舞节目《金鸟银鸟飞起来》《快乐拉祜》精彩亮相。

多年来,华侨城持续深耕供给侧结构性改革和市场端的消费升级,探索“文化+IP”新业态,努力打造高品质的文旅IP。“小凉帽”“花小橙”“大蓝鲸”等多个优

质IP,印证了华侨城以文化赋能打造IP的可行性,为讲好中国故事提供了创新思路,是华侨城构建文化IP全产业链、推动文旅融合高质量发展的实践之举。

创新旅游产品

11月中旬,以“乐在此城,嗨玩全程”为主题的2022华侨城文化旅游节在跨越夏秋两季之后落幕。3年来,在经济环境下行并叠加疫情的背景下,旅游业面临着严峻挑战和漫长的复苏。华侨城始终秉持行业龙头的责任担当,坚持举办华侨城文化旅游节,为提振行业信心、助力经济社会发展贡献央企力量。

今年,华侨城坚持“批量上新”,成都龙泉驿欢乐田园、东安阁及东安阁酒店、锦绣天府院 Fun 里商业街三大文旅项目五一前夕同时开业,宇宙探索主题乐园——襄阳华侨城奇幻度假区奇幻谷同期对外迎客;暑期,湖南玩水新地标衡阳玛雅海滩水公园开业,这是衡阳本土少有的大型文旅项目。“十一”黄金周,华侨城通过深挖节日文化内涵、引入创新潮流元素,推出以微度假、露营、国潮、红色旅游、亲子游等为主题的系列高质量文旅产品,7天接待游客470万人次。

此外,华侨城还着力布局重点城市,充分根据各业态特点,对生产要素进行时间、空间上的优化组合,打造了一批城市会客厅、文旅新高地、建设艺术新地标,适应和引导市场消费方式,成为当地的消费热点。今年8月,文化和旅游部公布第二批国家级夜间文化和旅游消费集聚区名单,北京欢乐谷、佛山顺德欢乐

海岸PLUS上榜。

2021年6月开业的西安玛雅海滩水公园,为西安文旅产业发展带来新活力;分别于2020年7月、11月开业运营的南京玛雅海滩水公园、南京欢乐谷,当年共接待游客60万人次,推动栖霞区文旅产业链条延伸;2022年4月开业的四川马边谷溪美村等一批美丽乡村,助力乡村振兴……华侨城助力打造的一批国家级夜间文化和旅游消费集聚区、国家综合旅游休闲街区,以及各地都市文旅综合体等项目受到消费者喜爱,对加快释放内需潜力、促进当地经济增长提供了有效支撑。

履行企业责任

在做强做优做大主业的同时,华侨城集团积极践行央企社会责任,充分利用文旅融合发展优势,探索出了“文旅融合+美丽乡村”“产业帮扶+乡村振兴”的特色发展路径,全力促进乡村一二三产业融合发展。

两个定点帮扶县中,贵州天柱县石坪村正在打造“石柱擎天”公园景区,登山竹道、观石平台、乔木水池等将一并修建;三德县“颇洞美村”项目华丽亮相,并落地了“中国自然教室”。近日,华侨城集团发布“OCT美育帮扶计划”,以“艺术走进”与“文化引出”为轴线,涵盖音乐、文化、演艺、研学、游学、绘画、文创等美育帮扶内容和活动,探索出一条独具特色的美育帮扶之路,种下乡村发展“常青树”,赢得了广泛赞誉。

12月11日,联合国《生物多样性公约》第十五次缔约方大会期间举行的第

七届全球地方政府和城市峰会上,深圳等城市致力于打造保护生物多样性的生态友好城市的有关介绍受到关注,其中就包括助力实现“双碳”目标,华侨城积极构建环境、社会和治理(ESG)体系。在深圳湾畔的广东深圳华侨城国家湿地公园,将20世纪深圳湾填海留下的滩涂,建设成为大都市内的滨海红树林湿地,吸引了100多种珍稀鸟类在此栖息,为城市保留了集湿地体验、生态保护、科普教育于一体的生态空间。

每年的五月,OCT凤凰花嘉年华伴随着火红的凤凰花一同“绽放”,承载华侨城“优质生活创想家”的品牌定位,为广大市民、游客呈现人与城市、自然和谐共生的美好图景。经过7年沉淀,OCT凤凰花嘉年华已成长为扎根社区、辐射粤港澳大湾区重点城市的自然品牌活动。

当前,华侨城重新梳理构建了更加适应市场需求的业务体系,将文化和旅游作为两大主业,构建起“两核三维多点”旅游业务新发展格局,搭建专业化平台,致力于深耕文旅融合,创造更大价值,实现长远发展。

“华侨城集团作为国内最早一批进入旅游行业的大型文化旅游集团,始终坚守初心与使命,坚持‘优质生活创想家’的理念,把打造‘一流旅游企业集团’作为奋斗目标,不断提升文化旅游业务的国际竞争力和影响力,为做大做强旅游业务而不懈努力。”张振高表示,华侨城将以新技术、新手段打造更高品质、更具内涵、更富创意的文旅融合优质产品和服务,满足人民美好生活新期待。

