

● 聚焦冰雪经济与冰雪旅游发展

优化升级全产业链 激发冰雪经济新活力

□ 蒋依依 李 涪 徐海滨

在政策利好和市场需求的双重驱动下,我国冰雪运动实现了跨越式发展,呈现出参与冰雪运动热情高涨、冰雪装备创新升级、冰雪旅游活力迸发等特征,成为推动经济高质量发展的重要抓手

国务院办公厅近日印发《关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的若干意见》(以下简称《意见》),提出以冰雪运动为引领,带动冰雪文化、冰雪装备、冰雪旅游全产业链发展,推动冰雪经济成为新增增长点。这是北京冬奥会、冬残奥会之后国家出台的促进冰雪经济发展的一份重要文件。《意见》坚持问题导向,致力于破解制约冰雪运动、冰雪经济发展的痛点和难点,为深入践行“冰天雪地也是金山银山”理念、发展冰雪旅游、释放冰雪经济增长新活力提供了方向指引。

在政策利好和市场需求的双重驱动下,我国冰雪运动实现了跨越式发展,呈现出参与冰雪运动热情高涨、冰雪装备创新升级、冰雪旅游活力迸发等特征,成为推动经济高质量发展的重要抓手。

在北京冬奥会的推动下,我国冰雪运动得到快速普及,“带动三亿人参与冰雪运动”的目标成为现实。大数据、元宇宙、AR/VR、智能穿戴等体育科技广泛应用,国产品牌的全自动造雪车、雪上滑板电动车等设备不断创新升级。冰雪企业在量的累积中逐步实现质的提升,初步构建起装备制造、服装生产、场馆服务、冰雪培训、竞赛表演、冰雪旅游等全链条发展格局,冰雪产业综合竞争力得到进一步提高。

2022—2023冰雪季,我国冰雪休闲旅游人数为3.12亿人次,冰雪休闲旅游收入为3490亿元,冰雪休闲旅游人均消费为1119元,冰雪旅游消费带动能力依然突出,正在成为区域经济发

展的新动能与新优势。我国冰雪运动“南展西扩东进”的战略实施效果显著。东北、华北、西北依托共建“一带一路”倡议,联合共建“冰雪丝路”核心区,统筹区域内冰雪经济发展重点城市,实现东北、华北、西北三地协同。南方省份则积极打造冰雪商业综合体、室外戏雪休闲乐园等多样化的产品体系,有力拓展冰雪旅游空间格局。

可以预见,在政策的支持引领下,我国冰雪经济将迎来新一轮发展热潮。如何进一步发挥冰雪运动的引领作用,释放冰雪经济增长新活力,可以从以下几个方面重点推进:

一是巩固扩大冰雪运动人口参与规模。冰雪运动高质量发展,为冰雪经济发展提供了广阔的市场基础,促进了相关产业协同发展,逐渐形成了相对完善的冰雪产业生态体系。按照《意见》提出的广泛开展群众性冰雪运动、推动青少年冰雪运动发展、加强冰雪场地设施建设、提升配套服务水平等要求,可积极发挥冰雪运动普及和冰雪教育发展对于巩固扩大冰雪人口参与规模的作用。一方面,加强冰雪运动的普及性,促进冰雪消费大众化。常态化举办不同规模和水平的群众性冰雪赛事,加大科学健身指导供给,提升公共健身设施供给和公共体育场馆开放水平,让群众共享冰雪发展成果;支持引导有条件的地方整合雪场资源,跨区域联合开展形式多样的促销活动,如滑雪场可联合周边滑雪场、酒店、航空公司,推出“滑雪+住宿+出行”等优惠套餐。另一方面,重视冰雪教育的系统性,提高冰雪人才专业化。完善青少年参与冰雪运动

的政策保障和赛事体系,构建教育、体育及社会相互衔接的人才输送渠道,全面提升青少年参与冰雪运动的可能性、积极性与专业性。加强冰雪运动专业指导人才、管理和服务人才培养,为冰雪运动的普及与发展提供综合性人才支撑。

二是创新引领冰雪产业链条优化升级。创新优化冰雪产业链,可以提升产业关联度,增强产业带动力,促进冰雪经济提质增效。按照《意见》提出的完善冰雪经济产业链、传承发展冰雪文化、推进冰雪装备器材产业高质量发展、优化发展冰雪旅游等要求,需关注产业集群与产品体系对于延长冰雪产业链的重要作用。一方面,创建冰雪产业园区,形成具有竞争力的冰雪产业集群。组织冰雪产业相关高校和具有代表性、引领性、专业性的冰雪装备研发制造企业入驻园区,协力创新,重点突破我国冰雪装备技术迭代和品牌建设短板;构建冰雪产业联盟,积极推动信息、技术等方面的资源共享,形成行业内部良性循环,促进冰雪经济优质发展。另一方面,优化冰雪产品体系,打造多样化的冰雪产品矩阵。围绕“冰雪+”的模式培育、拓宽产品内容,积极打造“冰雪+赛事、温泉、森林、康养、乡村、民俗、夜间经济”等业态融合的创新型旅游产品。在现有国家级滑雪旅游度假地认定等工作基础上,进一步推动冰雪类世界级景区、世界级度假区建设。立足地方民俗文化、历史文化,将冰雪演艺、冰雪习俗、冰雪影视等作为开发的重要内容,讲好中国冰雪故事,并结合现代化科技化

的文化表现形式,打造冰雪主题的音乐节、冰雪体验活动等,丰富冰雪旅游体验。

三是扎实推动冰雪经济区域协调发展。通过区域协调发展促进冰雪资源优化配置,扩大冰雪市场规模,提升国际竞争力,是推动冰雪经济高质量发展的重要途径。《意见》提出,构建冰雪经济“一区两带多节点”空间布局,打造具有国际影响力的冰雪经济集聚区,实施“中国冰雪欢迎世界计划”。建议可以通过国内区域联动和国际市场合作,推动冰雪经济区域协调发展。一方面,拓展国内冰雪新空间,强化区域协同联动。加强横向协作与纵向联动,推动区域一体化发展,充分发挥区域旅游资源特色和优势,形成优势互补、良性互动的发展格局。创新完善跨区域冰雪产业转移建设运营模式,鼓励对口支援与合作共建,构建跨区域合作发展新机制。另一方面,建立国际冰雪新高地,推进全球合作共享。切实深化与世界冰雪强国在资源、政策、技术、市场等方面的合作,既要大力“引进来”,又要积极“走出去”,以技术创新与品牌打造为重点,进一步提升我国在国际冰雪产业链中的地位与作用。加强冰雪赛事国际合作,积极申办高水平冰雪项目国际赛事,引育高水平赛事公司和运营团队。以中国—上海合作组织冰雪体育示范区、“冰雪丝路”建设为契机,加强与相关国家的冰雪交流合作,进一步建设冰雪经济国际合作平台。

(作者单位:北京体育大学体育休闲与旅游学院、阿尔伯特国际休闲体育与旅游学院)

藏的指导、管理和服务,让更多的人加入文物保护的行列中来。公民和有关组织应增强文物保护意识,自觉抵制破坏文物的行为。只有形成全社会共同参与的文物保护格局,才能确保文物的安全与完整。

应该认识到的是,文物保护与旅游发展是相互促进的关系。通过合理开发,可以让更多的人了解文物的历史和文化价值,提升公众的文化素养和民族自豪感。同时,文物保护也能为旅游业提供独特的文化资源,吸引更多的游客前来参观,推动旅游业持续发展。因此,旅游发展必须把文物保护放在第一位,要坚持在保护中开发、在开发中保护,实现文物保护与旅游发展的双赢。

总之,为了给予子孙后代留下一份宝贵的历史文化遗产,让文物在岁月的长河中继续熠熠生辉,旅游发展必须以文物保护为前提。

发挥“演唱会+”聚集效应 开拓城市经济发展新蓝海

□ 余明辉

“演唱会+”作为“行走的GDP”,可以与城市旅游、商业、交通、餐饮等多个领域深度融合,形成一条完整产业链条。城市在享受“演唱会+”红利的同时,其相关部门也要做好相应的管理与服务工作

挥舞荧光棒、万人大合唱,追忆炽热青春、纵享集体狂欢……当前,演唱会经济在成都持续火爆,当地文旅部门统计数据显示,今年前9个月,成都已举办各类营业性音乐演出4100余场,吸引观众超440万人次,带动综合消费53亿元。

如此漂亮的“演唱会+”经济数据不只出现在成都,国内不少城市也有类似的表现。比如,在演唱会、体育赛事等拉动下,前三季度苏州社会消费品零售总额7418.5亿元,同比增长5.0%。

“演唱会+”作为“行走的GDP”,可以与城市旅游、商业、交通、餐饮等多个领域深度融合,形成一条完整产业链条。成都、苏州等地的数据背后是城市活力与魅力的充分展现,也是“演唱会+”模式巨大经济效应的直接体现。事实上,以演唱会为契机,拉动地方消费,正成为不少城市的主动行为。

“演唱会+”之所以成为城市经济发展的新宠,其中一个原因是演唱会精准地击中了现代人的情感需求。此外,演唱会还具有较强的集聚效应,不仅能够为城市带来直接的门票收入,也可以拉动餐饮、住宿、交通、购物等相关消费。

这种“一人演唱,全城受益”模式,无疑是城市经济发展的新蓝海。

然而,也必须看到,“演唱会+”并非一蹴而就,其背后需要城市管理者精细化的规划与执行。以苏州为例,该市发布的《进一步促进文旅体联动丰富产品供给的意见》,不仅提出为大型演唱会、音乐节等提供资金补助,也体现了城市政府对文化产业与旅游、体育等产

业融合发展的深刻理解与前瞻布局。这种扶持,为“演唱会+”健康发展提供了坚实的保障。

当然,“演唱会+”在带来经济效益的同时,也会带来交通拥堵、环境污染、噪音扰民等问题。这就要求城市在享受“演唱会+”红利的同时,其相关部门也要做好相应的管理与服务工作。

一是要有明确的城市定位与品牌塑造。每个城市都有其独特的历史文化、风土人情,这些都是“演唱会+”模式可以深入挖掘的宝藏。通过举办具有城市特色的演唱会,不仅可以提升城市的知名度与美誉度,还能让游客在享受音乐的同时,感受到城市的魅力。

二是要加强产业链的建设与完善。从演唱会的策划、组织、执行到后续的旅游产品开发、市场营销等,每一个环节都需要有专业的团队和完善的机制来保障。

三是要注重创新与多元化。要不断探索新的表现形式、互动方式和技术应用,以满足观众日益多样化的需求。

值得一提的是,随着科技的进步尤其是互联网的发展,“演唱会+”模式也有了更多的可能性。比如,通过线上直播、虚拟现实等技术,可以让无法亲临现场的观众感受演唱会的氛围;通过大数据分析,可以更加精准地定位目标观众,提高演唱会的上座率和影响力。

总之,“演唱会+”的兴起,是城市经济发展与文化繁荣的结果。我们有理由相信,在更多城市的共同努力下,“演唱会+”将会绽放出更加绚丽的花朵,成为推动城市经济发展的重要力量。

让银发族更好畅享“诗和远方”

□ 潘铎印

期待更多地方旅游主管部门、旅游企业坚持需求导向,提高精细化服务水平,让更多老年游客畅享“诗和远方”,让银发旅游市场更有活力、更好造福老年群体

国庆假期过后,旅游市场逐步步入传统淡季。机票、酒店等价格回落,为拥有时间自由的老年游客提供了错峰出游的良机。某OTA平台数据显示,国庆假期过后,老年人机票预订量显著增长,55岁以上旅客占比回升至10%左右,银发旅游市场展现出前所未有的活力。

如今的老年人更加注重养老品质、享受生活乐趣,不少人尤其选择冬日里到温暖如春的南方城市避寒。越来越多踏上旅途的银发族,撬动着旅游大市场。

银发群体拥有较为充裕的时间和一定经济条件,对旅游的向往也日益增强。退休后的老年人希望通过旅行来拓宽生活视野,领略不同地域的文化风情,追寻“诗和远方”。有数据显示,55岁至65岁的“年轻”老年人是出游的主力军之一,这一年龄段的老年人游玩时间长、出行距离远、消费能力强。今年上半年,老年旅客人均乘机次数达到2.14次。这表明不少老年人每年至少出游两次,银发旅游市场潜力不容小觑。

近年来,随着我国人口老龄化进程加快,银发群体已成为旅游市场的重要力量。《2023年度国家老龄事业发展规划》显示,截至2023年末,我国60岁及以上老年人口已超过2.96亿人。可自由支配时间相对充裕、健康水平持续提升、经济条件较以往优越等,是老年人参加旅游活动的有利条件,也为老年旅游快速发展奠定了基础。

中国旅游研究院测算,“十四五”末,我国老年旅游收入有望超过万亿元,老年旅游市场潜力巨大。随着老年人口数量的不断增加,人均预期寿命的延长,以及针对老年

人的社会保障体系的不断完善,老年旅游市场大有可为。

大力发展银发旅游,政府部门应加大政策支持力度。例如,不断完善适老化服务,聚焦线上平台和功能的适老化改造、线下景区设施与服务模式的适老化升级,助力老年人跨越“数字鸿沟”,强化全流程适老化服务,优化适老助老设施,营造全过程无障碍旅游环境,提供更加舒适化的服务体验。

同时,要严厉打击“不合理低价游”等侵害老年人权益的违法行为,持续净化旅游市场环境,不断改善银发族的旅游体验,为老年人的幸福生活增添更多色彩。

银发旅游市场前景广阔,对旅游从业者提出了更高要求。随着银发旅游市场不断升温,旅游企业应深入研究老年人的出游需求、行为特点、消费习惯等,更好开发高品质旅行产品,丰富银发旅游供给,更好满足银发族的旅游需求。

值得关注的是,老年人出游最担心的是身体和安全问题。旅游企业要根据老年人的实际情况改善相关服务,降低老年人出游门槛,着力提供随团陪护、辅助餐包、调整行程节奏等贴心服务,注重交通安全、医疗服务,形成科学合理的旅游服务系统,提供更加耐心、热情的个性化关怀,提供“需求导向”的精细化旅游服务,让老年人出游更顺畅、更舒心。

总之,银发旅游市场大有可为。期待更多地方旅游主管部门、旅游企业坚持需求导向,提高精细化服务水平,让更多老年游客畅享“诗和远方”,让银发旅游市场更有活力、更好造福老年群体。

来论

促进文物保护与旅游发展双赢

□ 关育兵

随着文化和旅游的深度融合,如何在旅游业快速发展与文物保护之间找到一条和谐共生的道路,成为文化和旅游业界必须面对并解答的重要课题。近日,第十四届全国人民代表大会常务委

员会第十二次会议第二次修订通过《中华人民共和国文物保护法》,提出“保护第一、加强管理、挖掘价值、有效利用、让文物活起来”的文物保护工作要求。

文物承载着民族的记忆与智慧,是连接过去与未来的桥梁。每一处古迹、每一件文物,都是人类文明的瑰宝,见证了历史的沧桑巨变,也记录着文化的传承与发展。因此,旅游业发展必须将

文物保护放在首位,绝不能为了短期的经济利益而牺牲长远的文化价值。这既是对历史的尊重,也是对未来的负责,更是对子孙后代的交代。

明确文物保护的优先级,意味着在旅游规划阶段,就要对文物资源进行全面评估,制定科学合理的保护规划。这就要求相关部门在规划旅游项目时,必须充分考虑文物的保护需求,避免过度开发和建设性破坏。同时,还应加强对旅游活动的监管,确保游客在参观过程中不能对文物造成损害。只有这样,才能让人们在享受旅游带来的欢乐与便利的同时,保护好那些承载着历史与文化的珍贵遗产。

在这方面,各地已有不少成功的案例。一些地区在发展旅游时,采取了“保护性开发”模式,即在保护文物的前提下进行适度开发,既满足了游客的参观需求,又保护了文物的完整性。此外,还可以利用现代科技手段提升文物保护水平,如应用数字化复原、虚拟现实技术手段,让游客在沉浸式体验中感受文物的魅力,同时减少直接接触对文物造成的损害。这些做法不仅保护了文物,还提升了旅游的品质和内涵。

除了政府的努力外,社会各界也应积极参与文物保护工作。国家鼓励公民、组织合法收藏,加强对民间收

古建筑

“斗拱爷爷”走红 让年轻人爱上古建

据央视新闻报道,山西文物资源丰富,现存古建筑28027处,数量占全国十分之一。近些年,作为文物大省的山西,古建筑火爆出圈,越来越多的人选择深度游山西,系统了解古建知识。今年74岁的王永光,用短视频的方式介绍山西古建筑,被人们称为“斗拱爷爷”。他说,作为一名文物工作者,内心深处有一种责任不断驱使他,让他把这些年积累的 古建经验和知识传承下去。

视觉中国 供图

