

今年冰雪经济将有哪些新空间

11月7日迎来立冬节气,新一年冰雪季已至。

近年来,我国冰雪经济持续升温,不仅迎来“尔滨热”“新疆火”,南方多地还竞相打造室内冰雪场馆,“冰雪+”消费业态更加丰富,市场潜力进一步迸发。冰雪经济还有哪些发展新空间?

多地冰雪资源“热力全开”

11月初,阳光明媚,位于新疆富蕴县的可可托海国际滑雪度假区已率先开板,拉开今冬冰雪旅游大幕。这是亚洲“开板”最早、雪期最长的滑雪场之一,来自国内外的雪友脚踏雪板、在雪道上飞驰而下,享受速度与激情。

“雪友的滑雪热情高涨,‘开板’即高峰。”该度假区常务副总经理冯凯说,目前每天雪友人数在2500至3000人之间。携程集团大数据显示,目前新疆旅游订单量同比上涨13.58%。

一段时间以来,黑龙江、新疆等“老牌”冰雪旅游目的地人气暴涨。哈尔滨市文化广电和旅游局局长王洪新说,今冬“尔滨”持续“宠客”,将“上新”雪地摩托、冰雪穿越等雪上体验项目,冰雪大世界将扩大至100万平方米,亚布力滑雪旅游度假区、帽儿山高山滑雪场等雪道及配套设施也迎来升级改造。

随着“北冰南拓”步伐加快,南方地区冰雪消费也日渐增长。以上海为例,耀雪冰雪世界9月初开业,大批“潮流青年”和亲子游客成为主要客群,这里也逐渐成为赛事、训练的举办场地。

“室内雪场、冰场、滑雪模拟机等设施,让雪友一年四季都能上冰雪。等进入雪季,专业的滑雪俱乐部服务、增开的直飞航班等,可以更好满足游客需求。”上海春秋国际旅行社(集团)有限公司副总经理周卫红说,当前冰雪消费正呈现“四季热”“全国热”的新趋势,不少游客“为冰雪赴一座城”。

记者实地走访了解到,科技元素正与冰雪文旅场景创新融合,加速形成竞争新优势。

哈尔滨极地公园总经理戴瑞介绍,公司创新运用元宇宙、VR等数字化技术,打造出“雪龙号”VR极地探险、“长城站”“中山站”智慧触摸屏等特色产品,受到各地研学团的喜爱,为冰雪游孕育新潜力。

抢抓冰雪旅游“出圈”机遇,围绕冰雪经济、旅游康养、文化娱乐等领域,多地“冰雪+”投资呈现扩大趋势。

上海市静安区滑雪协会教务长罗浩分析说,近十年间,在冬奥会等冬季体育赛事的带动下,我国冰雪运动爱好者明显增加,有助于优化冰雪产业的资源配置,引导冰雪经济形成更高效产业链。

近期发布的《中国冰雪产业发展研究报告(2024)》显示,我国冰雪产业规模从最初的2700亿元迅速扩张到2023年的8900亿元,预计2025年将突破万亿元。

“成长的烦恼”需要破解

由于冰雪经济季节性较强,热门景区门票、住宿、餐饮等短缺问题较为突出。

据东北地区一旅游城市统计,当地可供游客床位十余万张,春节、元旦等假期日均接待游客往往是这一数字的几倍,而春夏秋三季则有较长空窗期。

“不少地区发展冰雪产业的一个重要短板是交通。”一名受访专家说,例如,拥有丰富冰雪旅游资源的阿勒

泰位于西北部,距离主要客源市场较远,“旅长游短”问题成为制约当地冰雪产业发展的主要因素之一。

记者还了解到,迎着“冰雪热”红利,大量滑雪教练、导游等迅速涌入市场,虽填补了短期需求,但长期来看,包括产品开发、经营管理、旅游服务等在内的各类高水平冰雪人才规模仍然不大,后备力量较为薄弱。

“有的地方新建了滑雪场,但滑雪教学课程体系不够规范。”西部地区一名受访游客说,部分“野生教练”在缺乏相关资质证书、健康证的情况下,直接在雪场招揽学员,一旦出现问题很难追责。

“一些地区新开发了冬季景区,但配套设施建设仍然较慢,难以满足游客需求。”中国旅游研究院战略所副研究员韩元军说,这类项目前期基础设施投入资金量大,运营压力不小,如客流不够稳定,将影响其可持续发展。

尤为值得关注的是,有业内人士表示,部分冰雪旅游投资项目由于前期决策失之偏颇、缺乏运营经验等,存在形式化、雷同化、低质化等情况,导致游客“不买账”而最终“烂尾”,不仅浪费了钱财,也制约了冰雪经济释放潜力。

让“冷资源”变成“热经济”

“‘冷冰雪’透着热乎劲儿,消费市场暖流升腾,涌动着人们对美好生活的热爱和向往。”中国旅游研究院院长戴斌说,要借好“冬”风,文旅、市场等相关方面应积极整合冰雪资源,开发差异化、特色化冰雪产品,创造更多新

的旅游空间和消费场景,实现冰雪经济的创新发展。

哈尔滨工业大学经济与管理学院教授于渤建议,一方面要引导各地因地制宜、科学规划,支持冰雪运动、冰雪文化、冰雪装备、冰雪旅游等全产业链发展;另一方面,要进一步加大相关领域投资,特别是在重点城市、热门旅游目的地等,促进冰雪产业提档升级。

记者了解到,面临第九届亚冬会与冬季冰雪季双重叠加期,哈尔滨市多部门联动提前谋划,全面摸底并分类统计当地住宿资源,积极开发高校等住宿接待资源,鼓励支持旅游民宿发展,进一步扩大游客承载力。

“冰雪人才是推动冰雪经济发展的重要力量。”哈尔滨马迭尔文旅投资集团董事长孔庆滨建议,可联合高校、培训机构等加大冰雪人才培养,并探索建立常态化异地流动机制,促进其在不同地区旅游淡旺季实现“候鸟式”流动,更好满足市场需求。

为推动冰雪经济高质量发展,业内人士呼吁,可充分利用亚冬会有利契机,通过冰上趣味运动会、雪地足球等喜闻乐见的冰雪体育赛事活动,让更多人参与冰雪运动,推动冰雪经济成为新的增长点,进一步释放冰天雪地的“金山银山”效应。

韩元军建议,冬季冰雪旅游季,各地政府及相关部门应务实开展涉旅监管工作,引导行业加强自律,为游客营造良好的旅游市场环境;深入开展旅游市场联合检查,完善安全应急处置方案预案,保障消费者安全和权益。

新华社北京11月7日电

低空经济在进博会迎来“高光时刻”

“想象一下,以后大家下班要去比较远的地方,除了下楼开车,还有一个选择是上楼到楼顶起降点,乘电动飞行器出行,是不是很棒?”第七届进博会首设“未来低空出行”专区,一些低空经济代表企业带着真机参展,吸引了众多观众驻足观赏“空中的士”“飞行汽车”的真实模样。

今年,低空经济首次写入政府工作报告。多地正积极抢抓低空经济产业机遇,争做“天空之城”。这股热潮,也延伸到了正在上海举行的第七届进博会上。

在进博会的汽车展区,御风未来、时的科技、沃兰特等低空经济代表企业带来了正在研发的eVTOL(电动垂直起降飞行器)样机。这些新技术、新产品,打开了人们对低空经济的想象空间,十分吸引眼球。

在御风未来的展台上,一台黑白涂装、起飞重量达到2吨级的大型电动飞行器M1真机,吸引观众纷纷进入机舱一探究竟。这台电动航空器机身长度10米、翼展达到15米,是本届进博会体型最大的展品之一。

御风未来创始人谢陵介绍,M1电



11月7日,观众在第七届进博会汽车展区拍摄沃兰特VE25垂直起降飞行器全真1:1机舱。

新华社发

动飞行器使用纯电能源,起降无需跑道;单次充电可飞行250公里,巡航速度达每小时200公里。

“更重要的是,eVTOL使用电力驱动和分布式动力系统,使得其机械结构非常简单,从而拥有更低的制造和维护成本。批量生产后,综合运营成本有望降至直升机的15%左右。基于这样的成本定价,未来大家出行‘打

飞的’不是梦想。”谢陵说。

时的科技的展台上,除了展示电动飞行器真机,还模拟设置了一个航站楼。时的科技研制的“空中的士”E20最高航速可达到每小时320公里,共有5个座位,可搭乘1名驾驶员和4名乘客。

另一家参展商沃兰特在本届进博会上带来了自主研发的电动飞行器样机VE25-100。宽敞的机舱除了载客,

还可以放下两米长的担架或装载航空级集装箱,实现对城市出行、应急救援、航空货运等多种场景的全覆盖。

电动飞行器要真正“起飞”,还需要过关键的适航审定关。沃兰特高级副总裁黄小飞介绍,2023年9月VE25-100进入中国民用航空华东地区管理局的型号合格审定程序,今年10月首次审查会顺利召开,标志着适航审定工作进入实质性阶段。来自多家低空经济企业的反馈称,电动飞行器的适航取证预计2026年完成,之后便可开展真正的商业化运营。

基于政策的大力支持和良好的发展前景,首次集体亮相进博会的低空经济企业,收获了热烈的市场反馈:沃兰特6日表示,本届进博会上收获意向订单超165架,订单金额逾35亿元;御风未来宣布与浦银金租达成战略合作,后者意向采购100架M1电动飞行器,意向订单规模超10亿元。

谢陵说,“下一步,我们要精心打磨产品,向市场交付安全可靠的电动飞行器,助力低空经济飞得更远、更稳。”

据新华社上海11月7日电