



开栏的话 春节临近,又到了公司放假、股市休息期,大多数行业开启“休养生息”模式。不过,有些行业不仅“不打烊”,还逆势而上火爆异常,相关产品供不应求,服务价格也是水涨船高。

本版从今日起开设“春节来了,这些行业有点火”专栏,带您探访春节期间的那些热门行业,看看谁站在了春节市场的风口浪尖,这些行业又会发生哪些新变化。首期探访旅游市场——

玩冰赏雪乐冬游

经济日报·中国经济网记者 张 雪

“一直以来,因为天气寒冷、春节回家团圆等因素,冬季成了很多户外项目的旅游淡季。但随着人们生活水平的提高和休闲观念的转变,很多人渐渐把集体“猫冬”变成举家出游,原本被视作淡季的冬日旅游市场日渐升温。随着猪年春节的临近,让我们看看,严冬中的冰雪旅游有哪些新玩法

“从2018年11月初开始,咨询预订冰雪旅游线路的游客明显增多了,高峰比过去提前了20多天。”6人游旅行网国内业务负责人程学军从增长的业务量上感受到了消费者对于冰雪旅游的热情。

正如文化和旅游部党组成员王晓峰所说,在供需双方的共同推动下,我国冰雪旅游正迎来难得的黄金发展期,冰雪产业迈入了大有可为的发展新阶段。

“冰雪”消费持续升温

说起消费者对冰雪旅游的热情,众信旅游销售人员杨帅也有类似的感觉,“冰雪旅游线路前几年就有,这两年明显更火,咨询去东北三省的人最多。”途牛旅游网的监测数据也显示,随着各地冷空气来袭,有关“冰雪”“滑雪”“赏雪”等关键词的搜索量比此前增长了200%,冰雪旅游产品的咨询量、预订量持续上升。

程学军介绍,随着来自广东、江浙沪等长江以南地区的冰雪旅游订单明显增加,市场迁徙式旅游的特点也逐渐显现。

途牛发布的《2018—2019冬春季冰雪旅游消费预测》表明,有较资深职场经验、拥有一定经济实力的“80后”是冰雪旅游的主力军,此外还有越来越多的孩子从小尝试体验冰雪运动。

中国旅游研究院不久前发布的《中国冰雪旅游发展报告(2018)》指出,冰雪旅游已成老百姓主动追求的时尚生活方式之一。据测算,2017年至2018年冰雪季我国冰雪旅游人数达到1.97亿人次,冰雪旅游收入约合3300亿元,分



新年伊始,流光溢彩的哈尔滨冰雪大世界迎来天南海北的游客,冰灯、冰景、冰建筑在夜色中色彩斑斓,让人仿佛置身于冰雪童话世界。

新华社记者 王建威摄

别比2016年至2017年冰雪季增长16%和22%,我国冰雪旅游进入爆发式增长的黄金时代。

杨帅分析,一直以来因为天气冷、春节要回家团圆等因素,冬季算不上旅游旺季,但随着生活水平的提高和观念的转变,很多人愿意把假期集体“猫冬”变成举家出游。

中国旅游研究院院长戴斌认为,冰雪旅游市场的火热离不开国家层面的倡导和支持,这让冷资源开始成为热经济。

的确,梳理近年来相继发布的《“十三五”旅游业发展规划》《滑雪运动发展规划(2016—2025年)》《群众冬季运动推广普及计划(2016—2020年)》《关于做好冬季旅游产品供给工作的通知》等文件,无不冰雪旅游的发展加油鼓劲。

“冷”资源成就投资热

冰雪旅游市场的另一端,供给方的热情也空前高涨:这边哈尔滨国际冰雪节宣布开幕,那边北京推出千人滑雪体验活动,呼和浩特也在上演国际冰雪灯会嘉年华……杨帅介绍,“东三省冰雪线路最成熟,新鲜面孔宁夏、新疆线路首次尝试在春节期间推出新产品,主打冰雪游和过大年、赏民俗活动。”

市场竞争激烈的背后,是不少先行者已经尝到了“冰雪经济”的甜头。比如,有数据显示,2017年11月份至2018年3月份冰雪季,吉林共接待游客7263.89万人次,同比增长17.18%;实现旅游收入1421.81亿元,同比增长

22.57%。

北京小伙李晨是一名滑雪教练,已经扎根河北张家口崇礼3个雪季。“到这里看雪玩雪的游客越来越多,带动了雪场及周边吃住行配套设施升级完善。”李晨看中其中的商机,他本人也加入了投资餐饮行业的队伍。

冰雪旅游正在带来一轮投资热潮。《中国冰雪旅游发展报告(2018)》显示,2017年至2018年是我国冰雪旅游项目的立项高峰期和建设启动期,预计2020年至2022年冰雪旅游项目将进入大规模营业期。据不完全统计,2017年至2018年我国冰雪旅游项目投资规模达到5400亿元。

冰雪旅游投资涉及冰雪旅游产品和基础设施两类,产品包括冰雪商贸综合体、冰雪景区、滑雪旅游度假区、相关文旅产品、冰雪装备等。围绕这些,我国的冰雪产业体系日趋丰富完善。在基础设施建设领域,国家和地方正在加大机场、道路等领域的投资,以提升热门冰雪目的地的可进入性。

因此,冰雪旅游日渐成为冰雪产业发展、改善旅游目的地基础设施、增加就业和百姓收入的重要引擎。

高歌猛进也需冷静

虽然,冰雪旅游现阶段呈现出高歌猛进的态势,但我国与瑞士、奥地利等冰雪产业的发达国家相比,仍处于冰雪旅游发展的初级阶段,需要解决的问题不少。

对现有的冰雪旅游产品,很多游客

反映游乐项目大同小异,产品同质化问题严重。

“很多地方和企业愿意在规划和看得见摸得着的实体项目上投资,却不愿意在品质内涵等看不见的软环境上花钱。”戴斌表示,旅游者对特色美食、民俗、文艺等拥有强烈需求,同时体验冰雪项目和民俗活动的游客比例达到64%,“要面向大众旅游者的现实需求,充分发挥科技、文创和资本的力量,开发丰富多彩的冬季旅游产品。”

针对这方面,从极具地方特色的传统习俗入手,吉林查干湖“冬捕”已经成了吉林冰雪产业的金字招牌,每年盛大的冬捕节都会吸引全国各地游客前去看冬捕、品鲜鱼、赏雪景、享冰趣。

在程学军看来,除了要提升冰雪旅游的硬件设施,更需要升级服务和管理。当前,很多地方存在“一流资源、二流开发、三流服务”的问题。

途牛发布的《2018—2019冬春季冰雪旅游消费预测》表明,尽管冰雪旅游产品本身已属于较高消费类型,但在消费升级趋势下,越来越多的消费者愿意为更好的休闲体验埋单。途牛2018年到2019年冬春季冰雪旅游产品订单数据显示,国内长线人均冰雪旅游消费超过3000元。

“不差钱”的消费者们需要更好的服务体验,才容易产生多次消费的黏性。因此,冰雪旅游应当彻底告别“一锤子买卖”的思维,从服务标准化、规范化和人才培养上取得突破,或许更能在这场市场角逐中脱颖而出。

市场瞭望

根据国家能源局规定,从2019年起各省(自治区、直辖市)新增核准的集中式陆上风电项目和海上风电项目应全部通过竞争方式配置和确定上网电价。

以竞争的方式配置风电项目和竞价上网成为行业新趋势,这意味着风电行业正迎来更加激烈的竞争,同时也代表着风电平价上网的到来。

金风科技国内营销中心市场部副部长胡威告诉经济日报记者:“面对风电竞争配置,产业链上下游企业应该以整体视角优化布局,共同积极应对,实现全方位商业模式创新。”据了解,风电项目竞争配置的核心要素包括整体掌控力、资源禀赋、基本收益率、企业实力、项目条件、设备先进性、申报电价等。“相比现有模式,竞争配置模式下的项目实际收益压力不小,因而项目风险管理变得更为重要。”胡威认为,风电项目风险主要体现在三方面,一是技术质量风险,包括设备可靠性、项目全生命周期的解决方案精细化能力,应对行业执行标准升级的能力,以及通过技术创新推动行业快速发展的能力。二是商务资信风险,包括投标方案的可靠性,企业商务响应风险,设备商长期经营能力风险等。三是厂商保障风险,包括设计厂商的供货、调试、运维等方面的保障能力。

“面对竞争配置,风电企业需要全方位商业模式创新,打造行业互利共生的新生态。”胡威说,比如在降低成本方面,可以借助多元化融资手段降低资金成本,还可以通过专业化技术提高资源禀赋掌控力,让资源评估更专业。避免不必要的冗余设计,让项目方案设计精准化。此外,风电项目建设各个环节要更精细,避免粗放型建设。

在提升效率和精准性方面,胡威建议通过集控中心建设,发挥规模效应,也可以通过物联网等技术手段建立更专业、强大的共享中心,还可以通过EPC总包、发电量担保、全生命周期运维质保等模式实现保收益、控风险。

在风电行业开启竞价的新时期,加速降低补贴实现优胜劣汰是行业大势所趋,这就需要更多的技术能力和更优化的商业流程。只有通过不断创新提高机组技术水平和质量,才能提高风电运行效率和竞争力。



在乌鲁木齐近郊的达坂城风力发电场,两位工作人员在巡检风力发电设备。

新华社记者 赵 戈摄

提供智能决策 提升教学质量 数字教育是大势所趋

本报记者 常 理

日前,中国大数据教育应用论坛在福建福州长乐区数字中国教育小镇举行。论坛上,由中国大数据应用研究会主席团专家委员会发起组织的中国教育大数据应用研究院宣布成立。

据悉,研究院将聚焦大数据在教育领域的实践,探讨大数据在教育领域的融合经验及应用成果,更好地服务国家数字教育发展战略及未来教学模式的革新。

中国工程院院士倪光南在论坛上表示,中国教育大数据应用研究院的建立将有助于创新教育大数据产业生态,助力教育大数据创新合作模式,全面提升教育大数据应用的整体水平和产业竞争力。

网龙网络公司首席执行官熊立表示,研究院将专注于探讨大数据在教育领域创新应用的全国性研究机构,开展大数据在教育领域应用的战略性及前瞻性研究,并推动新技术、新模式实践应用和产业化发展,服务中国教育改革和教育现代化。

“大数据与教育的深度融合已是大势所趋。”熊立表示,基于大数据的精确、学习、诊断、个性化学习以及智能决策支持,可以推动实现教育公平,提高教育质量。大数据技术已经成为实现教育现代化必不可少的重要支撑,一个全新的教育时代正在到来。

网龙网络公司副总裁莫俊琦表示,大数据的发展将重构传统教育行业。从学生的角度来看,大数据可让他们的学习更加个性化。比如,通过大数据调取信息、搜集信息、分析结果,可让每个学生知道自己的优势和劣势。

从教师角度看,老师可以通过大数据的信息提取、筛选、调用、分析,调整教学方法和进度实现因材施教。

从学校角度看,通过大数据分析学生的来源以及整体情况,可以让教务管理更加精细化智能化。比如大学招生,有些地区处于饱和,有些地区存在不足,通过大数据可分析原因,从而采取针对性措施,如调整分数或出台相关政策。

本版编辑 王薇薇 李 景

获得IP-VPN许可证和中国互联网服务提供商(ISP)许可证两项业务许可——

英国电信“入华”将带来什么

本报记者 黄 鑫

行业观察

- 英国电信获得两项业务许可,得益于中国电信业的不断对外开放
- 外国电信企业入华后要形成对基础电信运营商的资费冲击还有待时日
- 英国电信两项业务并非基础电信业务牌照,只会为国内用户提供互联网连接,不涉及内容、手机业务等服务,对国内个人用户意义不大

英国电信日前宣布,获得两项业务许可——中国全国性IP—VPN许可证和中国全国互联网服务提供商(ISP)许可证。这不仅得益于中国电信业不断扩大对外开放,也得益于中英两国的加强合作。据悉,此次获得牌照的英电通讯注册成立于2015年,由深圳市华夏城智管理咨询有限公司以及英国电信BT香港合资成立,各占50%股份。

近年来,我国一直在加快电信领域对外开放进程。“目前,像英国电信这样以合资方式在中国获得全国性IP—VPN许可证的外国电信公司已经很多,但获得ISP许可证则比较难。”赛迪顾问信息通信产业研究中心高级分析师李联接受

的外企并不少,市场潜力巨大。同时,外国电信企业要先“进来”,才能等待中国电信业未来更大的开放。正如英国电信所言,获得增值电信业务牌照非常重要,因为在中国,许多跨国客户需要安全可靠连接,以便在中国拓展业务。

电信业很早就被列入我国加大开放的重点领域。据了解,英国电信早在1995年就进入了中国市场。英国电信官网显示,目前,其网络已覆盖中国330多个城市,与移动、联通等拥有紧密的战略合作伙伴关系。

中国信通院日前发布的《外商投资电信企业发展态势(2018年度)》显示,目前,我国外商投资经营电信业务主要集中在增值电信业务领域,增值电信业务开放种类呈扩大之势,外资股权比例呈放宽态势。外商投资企业可分类适用WTO政策、CEPA政策和上海自贸区政策申请,部分业务开放比例至100%。

截至2018年年底,获得批准的外商投资电信企业共121家,同比增长39%。其中,工信部颁发许可证的86家,上海市通信管理局批复的35家(上海自贸区企业)。

在这121家外商投资电信企业中,外商独资企业有37家,占比30%;外资比例在50%至100%区间的企业有7家,

约占6%;外资比为50%的有23家,约占19%;较多企业外资持有股权比例在10%至50%之间,有47家,约占39%。

从许可数量上看,在线数据处理与交易处理业务位居首位,信息服务业务居第二位,国内呼叫中心业务仍居第三位,该3项业务许可数量占全部业务许可颁发数量的81%。

对此,李联解释说,第一个业务可以理解为一个在线贸易平台,第二个业务通俗地讲是可以收发国际短信,第三个业务可以理解为在国内可以进行一个话务台的架设,相当于在国内也可以在线咨询境外运营商的服务等。

“从全球来看,由于基础电信网络涉及国家安全,对牌照发放都会持谨慎态度。”李联坦言,当前,国内电信行业竞争已很充分,我国电信业在国家政策引导下,电信资费和利润在全球都属于偏低水平。另外,当前通信业务收入正从固定宽带向移动宽带转移。工信部数据显示,2018年,我国移动数据及互联网业务收入6057亿元,比上年增长10.2%,在电信业务收入中占比从上年43.5%提高到46.6%,此领域业务外资企业并未涉及。因此,外国电信企业入华后要形成对基础电信运营商的资费冲击还有待时日。