经济日报 ECONOMIC DAILY

冰雪产业如何找回下一个旺季

——来自吉林长春冰雪大世界的调查

经济日报·中国经济网记者 李己平

调查

冬去春来，如今的吉林长春，冰雪已经开始消融。但在万物复苏、春回大地之际，冰雪产业却只能眼睁睁回首一个消费旺季从身边溜走。受新冠肺炎疫情影响，冰雪产业在过去的这个冬天遭受了前所未有的重创，近年来蓬勃发展的吉林冰雪产业经历了一个凛冽的“寒冬”。

黄金旺季已经过去，损失也无可挽回，冰雪产业需要重新拟定方向，很多项目运营方都在努力寻找新的融合产业模式和发展路子，冰雪产业仍对未来抱有信心。近日，经济日报记者深入吉林长春莲花山生态旅游度假区冰雪大世界，为您揭开冰雪产业的发展现状，一同探究疫情过后的冰雪产业路在何方。

在吉林省，提起冰雪产业不得不提长春莲花山冰雪大世界。作为去年年底刚刚建成的主题公园，该公园一经问世就表现出强劲的发展势头和增长潜力。开园首日就成为了社会舆论的焦点，不仅吉林省省长等省级领导出席开幕式，2万多游客也慕名而来，盛况空前的景象预示着一个冰雪产业的现象级项目正在冉冉升起。

然而，随着新冠肺炎疫情暴发，这个刚刚起步的优质冰雪项目不得不停下前进的脚步，冰雪消费大展宏图的美好愿景在这个冬季无奈搁浅。作为吉林冰雪产业的重点项目，莲花山冰雪大世界还没来得及体验成功的喜悦，就要考虑如何努力生存下去了。

冰雪经济被寄予厚望

吉林省长春市位列“2020年全国冰雪旅游十强市”，冰雪产业以雪见长，但没有冰雕产品一直是产业发展的短板。

“冰天雪地也是金山银山。”习近平总书记关于东北经济的新发展理念让长春人开了窍。同时，为了响应国家体育总局《“带动三亿人参与冰雪运动”实施纲要（2018–2022年）》要求，发展寒地冰雪经济、全域旅游、全产业链旅游，长春莲花山冰雪大世界项目应运而生。

此前，长春莲花山生态旅游度假区管委会主任邵大明考察了全国最有吸引力的冰雪城市哈尔滨，发现冰雪大世界的模式非常契合当前长春冰雪产业的发展方向，这种形式不仅能聚拢游客、收获人气，还能带来可观的综合效益。“莲花山地处长春城区东20公里，位于世界三大粉雪带，素有‘微缩长白山’的美誉，哈尔滨的成功经验也能在莲花山复制。”邵大明下定了决心，项目如果做成，不仅本区收益有了保障，也可让长春从冰雪旅游的过境地成为旅游目的地。

与邵大明一拍即合的是吉林省建设集团董事长江礼成，该集团共投资8.5亿元建设了一座滑雪场与一座冰雪大世界。

但说着轻松做着难。莲花山冰雪大世界总占地面积为1.08平方公里，总用冰量、用雪量超过30万立方米，需要建造大型冰建、雪景，冰雕、雪雕等独立景观130处。但建设方克服困难，从去年10月开始准备，12月7日采冰，21日试营业，入场建设只用了15天，创造了冰雪项目工程建设的奇迹。

就这样，一座与哈尔滨冰雪大世界错位发展的长春莲花山冰雪大世界拔地而起。哥特式元素、中国元素、奥运元素相结合，特有的冰雕雪雕成为独特风景，冰雪大世界与滑雪场连为一体，39个娱乐项目布满景区，420米世界最长的冰滑梯吸引了无数游客慕名而来。

莲花山也从冷落的小村镇变得人气兴旺。莲花山旅游度假区管委会纪工委书记庞敬波介绍，冰雪大世界的兴起培养了一批本地年轻人成为“冰雪工匠”。农民也积极打造民宿、饮食一条街，创造了很多商机。就连在外的打工者都愿意回来创业，或者在这里就业。

“冰雪经济成了富民产业。”庞敬波表示，每天冰雪大世界的入场人数能达到1万多人，营业收入近200万元，冰雕项目的经济带动能力逐渐显现，无论投资者还是园区管理者，无论游客还是从业者，都对这个新项目寄予厚望。

但不巧的是，新冠肺炎疫情暴发了。

多措并举应对疫情危机

一切美好的愿景都被突如其来的疫情打回原形。农历腊月二十九，容易发生聚集的演艺广场关闭，园区开始限流；农历除夕，园区开始排查游客信息；农历正月初二，所有景区完全关闭。要知道，关闭景区的这一个月，正是冰雪旅游的“黄金期”。客观上，从气候条件看，冰雪大世界只有两个月的观赏期。

吉林省建设集团副总经理陈岩无奈地表示，从冰雪大世界运营一个多月的时间看，每天2个景点能创造几百万元的营业收入，效益非常可观，如果没有疫情，收回冰雪大世界项目的单项投资成本是没有问题的。

从开业时的欢欢喜喜，到3月初的雪雕落泪、冰雕哭泣，这个难挨的寒冬让冰雪产业感受到寒冷。

想要立足长远，必须顾及当下，冰雪大世界没有时间失落，最要紧的就是先活下去。

“全力以赴出手帮扶！”长春莲花山生态旅游度假区及时行动组成专班，推进项目后续建设，所有涉及办理的事项实施“并联开展”，压缩办理周期。

邵大明表示，要为企业在莲花山发展创造良好环境不遗余力，包括申请缓交配套费、提前办理开工许可证，帮助滑雪场申请上级补助，等等。专班与吉林省建设集团开展专题座谈，在项目的用地、规划审核、手续办理、基础设施建设等方面予以全力配合，促进新上项目早开工、早建设、早投产。

为了应对疫情，同时也是为下个旺季早做打算，吉林省建设集团专门建设了一座冷窖，为2020年至2021年的冰雪大世界储冰。记者驱车北行，看到不远处的山坡上用6层草帘覆盖了一个巨大冰场，该冰场目前已经储存了4万立方米冰块，并做好了保温措施。相信到今年11月，这些冰块又会变成一座座艺术品。

吉林省建设集团不仅未雨绸缪，同时也转变了发展思路，陈岩告诉记者，吉林省建设集团将在长春冰雪大世界现址新建夏宫、冬宫、游客接待中心、商业街等永久性建筑，让游客在科技的帮助下能够在四季体验冰雪活动。这些新建筑也将秉承长春冰雪大世界“当年建设、当年投入运营”的理念，在今年冬季与广大游客见面。

陈岩介绍，为了长远谋划2020年到2021年的冰雪季，目前夏季项目已经启动。“去年11月，已通过招拍挂把冰雪大世界内的部分土地从集体产权更改为国有产权，缴纳了6亿元土地出让金，准备建设冬宫、夏宫、商业街取代原有的临建，提高经营档次，提升游客体验感。同时，夏季项目也将筹划建设观光农业，把原有的生态大棚发展成体验农业，吸引学生游学。”陈岩表示，园区还将引进品牌饮食企业，并在今年建设酒店，为滑雪和观赏冰灯的游客提供舒适的居住条件。

除了冰雪大世界的“自救”，吉林省文化和旅游厅也出台帮扶政策，发布了《关于有效应对疫情支持文旅企业发展的13条政策措施》，专门针对旅游滑雪场和冰雪旅游景区给予补助。对2019年至2020年雪季运营的旅游滑雪场，截至今年1月23日，按已接待滑雪人次给予资金补助。已接待滑雪人次30万以上的，一次性补助200万元。已接待滑雪人次在10万、5万和1万以上的，也有不同金额的一次性现金补助。

四季经营期待东山再起

在疫情面前，国内的冰雪产业从业者不得不冷静下来理性思考，对未来的发展战略进行调整，梳理内部管理机制，提升核心竞争力，提高经营效率。应对危机的经验以及危机之下产业形态单一的短板，值得全行业好好总结。

从这次疫情来看，冰雪项目“一季养三季”的经营方式风险暴露无遗，对于像冰雪大世界这样的大型目的地度假型滑雪场和景区而言，四季运营才是大势所趋。从近几年发展来看，单纯依赖冬季无法覆盖全年的运营成本，想盈利必须开发四季旅游产品。可以想象，疫情之后的四季运营将成为各个冰雪项目的必修课。专家表示，如果冰雪产业能在夏季实现近5个月的经营期，加上冬季的5个月，实现全年有10个月处于经营状态，那么再遇到疫情这样的突发状况就不会手忙脚乱了。

但话说回来，冰雪产业毕竟是强季节性产业，以高额投入快速产出为特征。坦白说，“靠天吃饭”就是这个产业的脆弱之处。即便是国外四季经营成熟的滑雪度假地，夏季收入只有冬季收入的10%左右。然而发展夏季经营更多的是在于留住员工，并让闲置资源得到利用。疫情过后，国内冰雪产业也只能努力在四季经营上培育新的增长点。

比如，建设室内冰雪活动场所就是很好的四季运营项目。同时，冰雪产业所在地往往也是夏季的避暑胜地，可以充分利用气候优势因地制宜打造一些避暑旅游产品吸引游客。

此外，数字化线上服务也是疫情之下抵御风险的应对之策。比如开发冰雪类的VR游戏、模拟滑雪器等来自滑雪，就可以摆脱场地和季节限制，打开盈利空间。

不过，想要实现四季经营模式，仅靠滑雪场自身的力量是很难实现的。政府如何进一步落实各项冰雪运动发展的政策，降低冰雪企业的成本，增强冰雪企业发展的信心更为重要。

冰雪产业多数投资强度大、见效慢，产业抚育期特别需要政府的支持。“特别是民营企业，政府是否支持，支持力度大小决定着经营成败。”陈岩表示，目前的冰雪产业政策多数是与其他产业同等对待，没有突出冰雪经济的特点。在国家和省级政府部门层面，应当在土地征收、税收等方面出台特殊政策，“或免或减或缓”，扶上马再送一程。

江礼成以征地面积测算给记者举例，建滑雪场需要为魔毯立桩，但桩下夏天要种草种花不会连片使用。因此，剔除非桩占用部分的费用征收，从而减少土地出让金是非常有必要的。很多特殊情况，政策都应给予特殊对待，不然就会给企业造成不小的投资压力。

虽然困难重重，但发展冰雪产业的热情和希望并未消退。翻看一组数据不难发现，2018年至2019年雪季，吉林省接待游客超过8400万人次，收入近1700亿元，同比分别增长62%和86%，冰雪产业的发展潜力仍然值得期待。

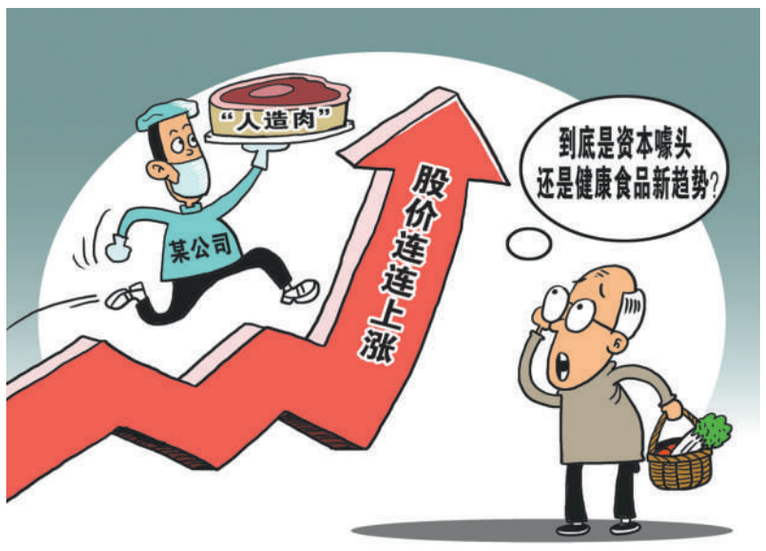
“疫情的影响是暂时的，冰天雪地也是金山银山，3亿人参与冰雪运动带来的巨大机遇不会消失。”陈岩表示，如今的“冰雪热”不仅是因为冬奥会的带动，长期来看，追求健康的生活方式也将使得冰雪活动成为人们的旅游选择。有条件的地区都要利用好气候条件和优势，把冰雪项目建设得更加丰富多彩，让冰雪经济为城市发展增添活力。

图① 图为长春冰雪大世界内天坛冰雕。 本报记者 李己平摄

图② 长春冰雪大世界开设了冬奥巡礼、冰颂、冰雪情缘等6大主题园区，为市民和游客带来全新的冰雪旅游体验。 新华社记者 王乙杰摄

『人造肉』能为我们带来什么

本报记者 王轶辰



朱慧卿作（新华社发）

突如其来的新冠肺炎疫情影响着粮食安全。在此背景下，“人造肉”再度成为市场焦点。“人造肉”到底是什么肉？能在多大程度上解决粮食安全问题？我国“人造肉”产业发展现状如何，又将面临怎样的挑战？这些问题需要给出答案。

食品行业迎来“新物种”

目前，“人造肉”主要分为两种，其一是“植物性人造肉”，主要靠大豆蛋白制成；另一种是利用动物干细胞制造出的“人造肉”。由于富含大量蛋白质、少量脂肪以及易于生产等特点，“植物人造肉”率先进入消费领域。

2019年5月，由比尔盖茨领投的Beyond Meat（超越肉类公司）在美国纳斯达克上市，首日便暴涨163%，创造了21世纪以来美国公司IPO首日的最佳表现。

在2019年11月举行的第二届中国国际进口博览会上，“人造肉”企业Impossible Foods（不可能食品）带来了“Impossible”牌狮子头和烧麦，借此机会向中国的餐厅展示并商讨业务。

不久前，英国最大的零售连锁饼店格雷格斯推出了纯素食版的烤牛排，“人造肉”提高了该公司利润率。调查表明，越来越多英国人正减少食用肉类或将其完全从饮食中剔除。

数据显示，2019年是美国“人造肉”突破的一年，销售额增长10%，达到近10亿美元，然而传统肉类销售额同期增长仅有2%。

受到全球“人造肉”市场持续走热的影响，以及素食消费倾向不断加强，中国“人造肉”市场也迎来了新的发展。天猫国际数据显示，2019年“黑五”期间，某品牌“人造肉”猪肉商品仅开售2天，就卖出了4000件商品，约1吨重。同时，“人造肉”鸡块上线首日，1500袋备货便被抢购一空。

填补食物缺口应对资源不足

人造食物趋势的背后，不仅仅是创业商机，还有望解决全球人口增多与资源匮乏之间的矛盾。联合国经济和社会事务部数据显示，到2050年世界人口将达到97亿，全球肉制品市场需求缺口将达到3800万吨，这个缺口单独依靠传统养殖及肉制品加工生产无法支撑，“人造肉”可为这一问题提供解决思路，弥补不足与空缺。

目前国内已有多所高校进入这一领域，积极展开探索。据北京工商大学食品与健康学院教授李健介绍，国内有多家从事植物肉研究的院校，比如，中国农业科学院农产品加工所张波团队的主要研究方向为“挤压工艺的优化以解决植物肉质地问题”，江南大学周景文团队的主要研究方向是“发酵技术在植物肉生产当中的应用”。“我们已成立专门的实验团队，在植物肉风味优化上积累了非常成熟的技术经验。”李健表示。

与此同时，中国的“人造肉”产业化正在加速推进。记者梳理发现，2019年中秋节，珍肉食品推出了3000盒“人造肉”月饼；2019年10月，金字火腿生产的牛肉味植物肉饼在天猫开始预售；2020年1月，百草味推出国内首款通过低温工艺即可食用的“人造肉”产品；2020年2月，双塔食品子公司与Beyond Meat签署了豌豆蛋白销售合同，首批豌豆蛋白采购量约285吨；今年3月12日，“人造肉”初创公司星期零宣布获得数千万元融资。

中国植物性食品产业联盟秘书长薛岩介绍，自去年5月Beyond Meat上市后，国内平均每月都有同类新公司注册，集中在北上广深与东南沿海地区。不过，高纲咨询合伙人高海平表示，目前已经在国内市场上推出产品的“人造肉”企业屈指可数，大都属于创业公司，市场还处于培育阶段。

国内规模化生产尚需时日

虽然中国“人造肉”企业已经陆续推出相关产品，但是大规模推广仍然面临产能、成本和口味等三大难题。

“目前中国植物肉的供应链非常不成熟。”业内专家表示，之前传统素肉制品的规模比较小，导致生产制造工厂屈指可数，很多生产制造商原有的生产机器不具备量产能力。

可以说，我国“人造肉”产业仍处于“有产品但不能规模化生产”的阶段。为了进一步提升产能，推动产业化进程，近期北京工商大学与福建青山纸业股份有限公司达成技术合作协议，拟设计建设“人造肉”生产线，引进先进生产设备，发力生产端，提高国内植物肉产能。记者了解到，青山纸业拥有“福建省军民融合后勤（食品）保障项目”的支持，可生产适用于军队的植物肉产品。

李健指出，借助军民融合平台，积极研发出即食、便捷、易携带的植物肉产品，解决传统肉类生产周期长的问题，能够更好地应用于战时应急，为中国“人造肉”产业的进一步扩大提供了更加成熟的发展路径。

降成本也是“人造肉”不得不跨越的关口。虽然相比传统饲养，在实验室制作“人造肉”的生产过程中，水量使用、土地占用和温室气体排放量这三者大大降低，给环境带来了巨大的益处，但是“人造肉”制品每磅的成本依然要比传统肉制品高出许多。以金字火腿推出的国内首款人造肉饼为例，其预售价为118元/2盒，每盒220克，包含两片肉饼，是猪肉价格的6倍、牛肉价格的4倍。

关于植物肉的口感问题，薛岩表示，将尽快与相关单位联合颁发植物肉食品产品生产和上市标准，借鉴国际上成熟的标准体系，逐渐加强植物肉产品市场监管和准入门槛，让更多健康、安全、适合消费者食用的植物肉产品走入普通家庭。据中国肉类食品综合研究中心主任王守伟透露，“人造植物肉”国标正在制定中，国标的制定将有利于进一步规范、培育市场。

本版编辑 王薇薇 李 景
邮 箱 jjrbyxdc@163.com