

# 新疆冰雪季释放“热效应”

本报记者 马星忠

新疆冰雪经济目前主要以滑雪为主,冰雪产品供给较为单一,需进一步开发更多新业态新产品,丰富冰雪产品供给,带动更多人走进冰天雪地。

寒冬时节,在新疆北部阿尔泰山以及横亘中部的天山,皑皑白雪覆盖着起伏的山峦,各地州逐渐增多的滑雪场汇集着来自天南海北的雪友,他们在白雪间享受着滑雪的风驰电掣感觉。

“第一次到乌鲁木齐来滑雪,在美丽风景陪伴下滑雪的感觉很棒!准备在这里度过两周时间。”在位于乌鲁木齐南山滑雪旅游度假区的白云滑雪场,来自湖南的肖军在歇息期间点了杯咖啡享受着“慢时光”。

新疆具有雪期长、雪质优、雪道落差大、滑雪体感温度舒适等优势。近些年,新疆冰雪经济驶入发展快车道,特别是在北京冬奥会催化下,大众参与冰雪运动的澎湃热情转化为发展冰雪产业的强劲动力,持续巩固着“带动3亿人参与冰雪运动”成果。

## 做优冰雪强项

“今年游客滑雪热情比较高,周末出现了排队现象。为缓解客流排队情况,我们新增了第三条缆车线路,很快就能投入使用。”白云国际滑雪场总经理助理孙玉苗说。白云国际滑雪场始建于1997年,经过多年发展成为自治区5S级滑雪场,建有8条初中高级雪道及雪圈道,最大接待量达1万人。

在宽敞明亮的雪具大厅内,记者看到,除了中青年滑雪爱好者外,还有不少儿童前来体验滑雪。“第一期学龄前儿童滑雪冬令营40名孩子已开始学习滑雪了,整个雪季将有300名学龄前儿童体验滑雪。”乌鲁木齐市某营地教育负责人于洁说,“近年来,依托乌鲁木齐丰富的冰雪资源,家长让孩子接触冰雪运动的需求强烈。经过3年磨合,已有了较为专业的学龄前儿童滑雪教练队伍,可更好地满足儿童参与冰雪体验的服务需求。”

针对儿童滑雪消费群体增长态势,白云滑雪场在北侧为1.2米及以下儿童打造的滑雪场已开业运营。“儿童滑雪场设有4条初级雪道、2条雪圈道,架设魔毯2条,配备了300平方米接待大厅、1个容纳500辆车的免费停车场,让家长和孩子能够安全畅享冰雪运动。”孙玉苗说。

目前,新疆冰雪资源富集的乌鲁木齐市、阿勒泰地区已成功创建乌鲁木齐南山滑雪旅游度假区、阿勒泰滑雪旅游度假区、富蕴可可托海滑雪旅游度假区3个国家级滑雪旅游度假区,吸引了众多滑雪爱好者。

位于阿勒泰市的将军山国际滑雪度假区交通便利、配套设施齐全,全雪场地形丰富多变,既有适合初学者的雪道,也有适合进阶选手挑战的滑雪公园、全地形公园,还有适合运动员比赛训练的竞技赛道。新赛季,该滑雪场新增“猛士道”“向光道”“虹光道”等雪道,全国第三个大型跳台也将投入使用。

新疆旅游协会副会长兼秘书长张晓宇表示:“业



游客在乌鲁木齐白云滑雪场滑雪。

本报记者 马星忠摄

内人士

非常看好

新疆的冰雪资源

和冰雪运动发展势

头,虽起步晚,但后

发赶超优势明显。目

前国内排名前三的滑雪

场地都在新疆。近年来,多

个省市新建了很多室内滑雪场,为新疆滑雪

产业培养了潜在的消费群体。新疆通过不断

完善“铁公机”立体交通网络,对冰雪经济

发展起到了促进作用。”

除了乌鲁木齐市、阿勒泰地区外,其他冰

雪资源富集区地州冰雪经济发展场地建设也

驶入快车道。新疆维吾尔自治区《关于进一

步破解瓶颈制约推动自治区冰雪运动和冰雪

旅游高质量发展行动方案(2022—2025年)》

提出冰雪场馆设施要提质增量。目前,自治

区已有滑雪场101家,滑冰馆27家。

## “冰雪+”加速培育

“来滑雪的年轻人比较多,这一群体对咖啡的需求同样强烈,值得好好经营。”看好冰雪产业发展前景的李沁堯在白云滑雪场开了家70平方米的咖啡店,从西安聘请了专业咖啡拉花师,采取与市区同价经营策略,吸引了不少滑友在店内享受“慢时光”。

除了服务好滑雪爱好者,还有一部分陪伴人员也是潜在消费群体。今年滑雪场新增了咖啡店、便利店、雪地火锅,丰富了休闲娱乐美食广场等业态,提升了各类消费者在滑雪场的体验感。”孙玉苗说。

在乌鲁木齐南山滑雪旅游度假区,“冰雪+”新业态正在加速成长。乌鲁木齐县闲来小镇占地6000平方米的南山海世界海洋公园全新开业,很多人滑雪后愿意来这里观看大海龟、鲨鱼,欣赏海狮表演。“随着新赛季到来,客流量持续增加。海底世界可以丰

富人们的参与体验,吸引更多人气。”公园负责人颜婷薇说。此外,闲来小镇内的美食街区、时光隧道、民宿等均已开放。

今年,乌鲁木齐县依托乌鲁木齐南山滑雪旅游度假区内的多家滑雪场,冰雪特色小镇及各类戏雪园等资源,打造了冰雪赛事、美食体验、民俗文化等六大板块39项精彩冰雪活动,推出灯火南山文化盛宴之旅、灯火南山滑雪美食之旅、南山乡村健身康养之旅等冰雪旅游线路,“搅热”冰天雪地。

张晓宇表示:“目前,新疆冰雪经济主要以滑雪为主,冰雪产品供给较为单一,需要进一步发挥阿勒泰地区的龙头带动作用,其他地州市跟进开发‘冰雪+温泉’‘冰雪+沙漠探险游’‘冰雪+民俗’等新业态产品,丰富冰雪产品供给,带动更多人走出家门,走进冰天雪地。”

伊犁哈萨克自治州是新疆旅游资源富集区。今年,当地围绕冰雪观光、冰雪运动、冰雪节庆、冰雪民俗四大产品体系丰富冰雪业态,依托六星街、八卦城、喀赞其、喀湖等特色街区、文旅消费集聚区完善特色餐饮、演艺服务,打造主题夜游、演艺夜游、冰展等参与性强的项目,满足大众冰雪旅游多样化、特色化、多层次的消费需求。

## 推进区域联动

虽然新疆特殊的地理环境造成南疆地区冰雪资源较少,但是南疆地州市也在加快融入冰雪经济发展。

今年,库车市五洲滑雪场将投运,设有3条初中高级滑道。当地还围绕滑雪场打造了1日至2日游线路,将五洲滑雪场、夜市、大馕城、天山神秘大峡谷串联起来,增强游客冬日游玩乐趣。和田县朗如乡的昆仑山七星滑雪场地处塔克拉玛干沙漠南缘,建有初级雪道1条、雪圈道8条,雪具大厅有可容纳3000人的休息区、可供600人同时用餐的特色餐厅以及热饮区、超市等。

“新疆冰雪经济发展不平衡,出现北热南冷的局面。”张晓宇认为,虽然南疆冬季冰雪资源少,但是融入冰雪经济发展,不应拘泥于冰雪。南疆的优势是特色人文资源,各地应根据实际情况,多举措丰富冬季人文旅游业态,形成南北疆冰雪经济互补发展,共同擦亮冬季“新疆是个好地方”金字招牌。

从12月份开始,阿克苏地区开展起“天山脚下过大年”旅游促消费活动,针对与阿克苏直航的14个城市游客,推出涵盖各县(市)的5日至9日游精品线路,并根据旅游奖励扶持办法推出不同线路产品的优惠补贴政策,深挖特色冬季旅游优势资源,围绕“旅游+体育”“旅游+演艺”“旅游+研学”“旅游+民俗”主题活动,吸引更多游客来阿克苏旅游。

张晓宇建议,各地要跳出冬季旅游淡季惯性思维,通过出台奖补政策等措施,培育好本地旅游消费市场,丰富“本地人游本地”旅游业态,带动景区住宿、餐饮、游玩等服务场所持续开门营业,进而巩固提升冬季旅游接待服务能力。



游客在排队领取雪具。本报记者 马星忠摄

某老字号五金企业为了提高部分商品的好评率,通过“拉群刷单”虚假交易,对商品性能、质量进行虚假宣传,被处罚款25万元并责令停止违法行为。作为一家老字号上市公司,此举收到的除了罚单,还有行业的谴责和消费者的质疑,无疑破坏了数百年来辛苦塑造的口碑。

电商平台上,商品评论区可以提供真实的消费体验和反馈,有助于消费者了解产品的优缺点,是消费决策的重要参考,也是对商家的一种监督。由于好评率会直接影响商品人气和销量,一些商家便动起“歪脑筋”,不仅通过返现、发优惠券等方式诱导消费者给好评,还会花钱删差评,更有甚者,对给出差评的消费者进行电话骚扰、短信轰炸等。

事实证明,这样的不正当竞争行为只会适得其反。以被处罚的老字号企业为例,试图通过塑造虚假的竞争优势来吸引消费者,结果只增加了消费者对商家的不信任感,影响了消费者对品牌的忠诚度。消费者反感的,不仅是买好评行为的欺诈,还有商家不愿意正视消费者意见的傲慢。

买好评不仅侵犯消费者权益,破坏商品评价机制,也对市场秩序造成了负面影响,使诚信经营、专心做产品的企业遭受不公平的竞争。如果不进行治理,将造成劣币驱逐良币的乱象。反不正当竞争法、消费者权益保护法、电子商务法、广告法都对虚假宣传作出了规定,买好评行为违背了相关法律法规,欺骗、误导消费者,将依法受到惩处。

商家应该意识到,不管是好评还是差评,商品评论都可以促进消费者之间的互动交流,通过分享经验心得来打造“品牌社区”,增强用户黏性,也可以帮助商家了解消费者的需求和期望,根据评论有针对性地调整产品设计、优化服务,提升用户满意度和品牌形象,形成双赢的良性互动。重要的是,要以正确的心态来面对评论区,100%的好评率固然好看,但为了1%的提升而做的努力和改进更能打动人心。

通过广告宣传来提升销量无可厚非,但前提是尊重消费者的知情权和选择权。花哨的营销手段背后,真正要聚焦的是产品本身。老字号企业“翻车”被骂,给其他有类似举动或计划采取类似举动的企业敲响了一记警钟。一个品牌要塑造口碑,不能靠买好评投机取巧,一家企业要长久立足,必须通过提供真实、优质的产品和服务来赢得消费者的信任与尊重。

此外,电商平台应该看到,买好评行为也会损害平台自身形象,有必要通过评论区来监管产品质量、商家信誉等方面的问题,对于虚假评论要提高甄别和审核能力,对于有不正当竞争行为的商家及时施以处罚并加强监测,设立举报渠道,确保评价的真实性和客观性,营造公平真实的网络消费环境,保障消费者权益。

买来的  
场瞭望

好评

难成口

曾诗阳

# 林芝蔬果走俏拉萨市场

本报记者 代玲

红彤彤的苹果、紫盈盈的茄子、绿油油的青菜……在拉萨百益超市拉百店,产自西藏林芝市的蔬果吸引了不少顾客前来选购。

拉萨市民曲珍挑选了一大袋种类繁多的蔬菜后,又走到苹果摊位前。“林芝的蔬果水果口感好,全家人都爱吃。”曲珍说,早些年,每逢苹果上市,她都要托熟人从林芝买几箱带到拉萨来。现在,在家门口就能买到正宗的林芝苹果。

近几年,随着交通和物流的发展,西藏区内市场流通活跃了起来。林芝的蔬果等农产品走进拉萨市场,广受消费者欢迎。百益集团西藏公司市场拓展总监刘强说,他们每3天就要从林芝往拉萨发一次货。目前,拉萨各百益超市林芝特产的月吞吐量约100吨。特别是最近,林芝的蔬果大量在百益超市上架,日均销量约5吨。

得天独厚的自然条件使得林芝成为“雪域江南”,也孕育了其丰富多样的农产品资源。目前,林芝全市水果种植面积7.44万亩,蔬菜种植面积4.31万亩,其中设施蔬菜面积1.8万亩。林芝蔬果为拉萨冬日蔬果供应提供了新的选择。

由于地理与气候等原因,长期以来,拉萨冬日蔬果供应主要依靠自治区以外的地区。如今,林芝市围绕全区蔬菜供应基地目标,大力实施设施农业建设,推进蔬菜种植结构调整,持续丰富品种,扩大产能,强化市场供给,林芝蔬果在拉萨市场的占有率不断提高。

记者看到,在拉萨百益超市各大型门店,均设立了林芝基地直采和林芝特产专区,标有“林芝”字样的蔬菜、水果种类十分丰富。

响应助农号召,百益集团西藏公司全面推广“林芝特产”品牌,从供应链到物流链,从品质到定价,从陈列到营销,各环节都进行了全面部署。百益集团西藏公司总经理鲁振才介绍,截至目前,拉萨市区各大型百益超市已经把林芝农产品全部纳入供应链系统开始铺货销售,从林芝直采的蔬果及农产品已达350余个品种。

“由于品质好,价格也处于合理区间,林芝农产品在拉萨有很大销售空间。我们计划在西藏100余家社区便利店设立专区销售林芝蔬菜及水果,并计划在明年1月前完成开业的16家社区生鲜便民超市全面上架林芝蔬果。”鲁振才说,百益集团将充分利

用网点优势和品牌优势,带动林芝农产品在全西藏的销售。

衣超对接只是林芝蔬果开拓市场的方式之一。林芝市商务局市场体系建设科科长贾学渊介绍,以拉萨市场为例,林芝市商务局搭建平台,组织农产品企业到各大单位进行推介,在消费热点区域还进行专场展销。“一方面为林芝农产品拓宽销路,另一方面也让消费者更方便买到真正的林芝产品,树立林芝农产品的品牌形象。”贾学渊说。

以前,由于产业规模、物流等诸多因素,西藏各地市的自产蔬果之间鲜有流通。现在,随着产业规模和物流的发展,西藏自产蔬果也开始以拉萨为中心流通了起来。贾学渊认为,就是要让蔬果等农产品率先融入西藏区内统一大市场,并依托拉萨广阔旅游市场,助力更多农产品走向全国大市场。

今年11月份,由林芝市人民政府主办,林芝市商务局、林芝市供销合作社承办的林芝市农产品专场展销暨推介会在拉萨举办,汇聚了松茸、猕猴桃、苹果、藏香猪等209种林芝农产品。这是西藏首个以地市政府名义在拉萨举办的农产品展销

会,也是林芝农产品首次大规模组团试水拉萨市场。展销现场负责人郑东介绍,展销会日均客流量在2000人次左右,总销售额突破了百万元大关。

“种得好,更要卖得好。以前我们的蔬果主要在米林和林芝销售。现在在拉萨销售,市场更大,销路更广。这几天,已经卖出去200多箱苹果了。”展销会上,来自米林市卧龙镇日村的蔬果种植户普琼说,很多消费者主动加了他的微信,说以后还要找他买蔬果。

市场的认可增强了林芝把发展特色优质农产品作为推进农牧业供给侧结构性改革、促进农牧民群众持续增收、扩大内需重要抓手的信心。在持续加大资金、技术、政策扶持力度的同时,林芝强化农产品品牌建设,大力提升农产品的市场认可度和占有率。截至目前,林芝市已有农牧业经营主体1098家,国家地理标志产品25件,“三品一标”认证产品116个。

拉萨百益超市售卖的林芝蔬菜。本报记者 代玲摄

