

# 辽宁营造花式过冬新场景

今冬冰雪季，辽宁乃至整个东北都纷纷推出多种不同玩法。新场景、新体验、新消费，辽宁正努力探索，打造“冰雪经济”新商机。

## 竞合谋共赢

与价格内卷、各自为战不同，这个冰雪季，东北三省各展冰雪优势的同时，“互利协作”成为高频词，给来东北的游客带来更多福利。

日前，中国铁路沈阳局集团有限公司与哈尔滨局集团有限公司首次联合推出“关东情·冰雪暖世界”旅游计次票。产品线路精心串联沈阳、大连、长春、哈尔滨、牡丹江等热门冰雪城市，为游客深度领略东北冰雪风情提供更自由、更优惠、更便捷的出行新选择。以沈阳北站—长白山站—哈尔滨西站—亚布力西站线路为例，一张计次票最多可优惠120元。

“客源互动、游客互送，辽宁盘锦和吉林通化两地冬日旅游从单向引流升级为双向奔赴。”在近日举行的“山海有情·通化相约”冰雪主题推介会上，盘锦市委宣传部外宣办主任李想介绍，两地谋求互惠共赢，以冰雪为媒搭建起跨区域文旅合作的新桥梁，放大了“东北冰雪”整体品牌效应。

“东北一家亲”，彼此都有热乎劲。辽宁省文化和旅游厅副厅长艾芳琳介绍，《2025—2026年冰雪季辽宁省文体旅高质量融合发展若干举措》中，特别提出深化与吉林、黑龙江、内蒙古的冰雪旅游合作。近期，辽宁联合东北其他省份开发了“东北冰雪走廊”，串联起G331国道边境风情线与沈白高铁冰雪体验线，推出了“冰雪+民俗”“冰雪+温泉”“冰雪+运动”主题联游产品。同时，还与其他省份共享冰雪赛事、冬捕文化节、海洋冰雪节等文旅资源，形成了“1+1+1+1>4”的聚合效应。

## 特色变出色

“花式过冬”有多“花”？辽宁省商务厅副厅长张剑介绍，辽宁挖掘北方“寒冬数九”民俗文化底蕴，从“一九”到“九九”分别推出特色消费场景，并在线上推广消费打卡地图，消费积分可兑换雪场门票、辽宁特产等。同时，辽宁整合非遗、文博、美食等资源，融合冰雪体育赛事、主题展览、演唱会等活动，以冰雪运动串联起体验型、健康型、社交型消费，覆盖温泉康养、冰雪竞技、冬捕节庆、国潮年货等领域的多元体验，开启全龄段冰雪旅游消费新模式。

在差异化中抓特色是辽宁“花式过冬”的一条主线。

“辽宁的海洋冰雪活动就是特色之一。”12月11日，在辽宁抚顺举行的2025冬游辽宁消费季启动仪式上，艾芳琳表示，今冬辽宁冰雪旅游特别打造了“冰雪+温泉”“冰雪+海洋”“冰雪+



左图 游客在挑选冰雪服。

下图 沈阳怪坡滑雪场吸引了大量冰雪运动爱好者。

本报记者 孙潜形摄

运动”“冰雪+民俗”四大核心IP，突出冰雪文化体验，实施分层精准的促消费政策。

在冰雪快乐中感受文化魅力是辽宁“花式过冬”的新玩法。

“这是一片文化浸润的雪花。”沈阳市文化旅游和广播电视局局长马宁介绍，文化体验为冰雪消费提供了强大助力。为增强游客在冰雪天地中的精神享受，今冬沈阳推出近300项文体旅商活动，其中“戏剧艺展——文艺汇潮流，沈城绽风华”主题，包含了近百场高水准文艺活动，比如在省博看《诗画中国》特展，在剧院看芭蕾舞剧等；“年味民俗”主题推出百项民俗与消费场景，大集、早市与冰雪市集联动火热开场，让游客沉浸式体验东北年味。

## 雪道亦赛道

辽宁高铁四通八达，冬季气温相对温和，“不太冷、不太远、不太难、不太贵”的口号精准拿捏了雪友们的消费心思。在冰雪里面觅商机，辽宁人的主意越来越多。

滑雪等大众冰雪活动，是吸引游客冬季来沈阳的重要原因之一。“针对滑雪新手，我们专设儿童及初学者雪道，技术和价格门槛都不高。”沈阳怪坡滑雪场教练景振东说，100元左右包门票、包装备，价格相当亲民。

除了滑雪等传统项目，各种新体验也为沈阳带来了巨大商机。

入冬以来，位于辽宁本溪的大雅河河水渐渐封冻。往日冬闲的本溪市桓仁县大青沟村，现在越“冻”越热闹。租下8亩河面，看着河面冰层加厚冻硬，静心谷冰钓民宿老板杜鹏正筹划着新一季冰钓民宿的接待工作，连冰眼都已提前凿好。

“冰上帐篷里有暖炉，穿短袖就能钓鱼。鱼就在脚踩的冰下，挂上饵顺线放下去，摇轮



拉上来，钓上的鱼直接放烤盘做熟，想吃烤地瓜、煮火锅也能安排。”杜鹃形象地向记者介绍着冰钓之乐。

“天上飘着雪，地上泡着温泉，南方友友们一定要来辽宁感受这种极致体验。”文旅达人吴昊发短视频感慨，“冰火两重天”的感受是本溪的独特魅力。

本溪花溪沐温泉酒店特别推出温泉及滑雪套票，游客凭房卡即可免费畅玩冰雪和温泉滋养。该酒店经理李伟说，滑雪泡温泉综合体验既吸引了少年团也吸引了老龄游客，酒店携手旅游度假区、滑雪场同时打出运动和康养两张牌，把“单日滑雪”做成微度假、长假假，线上预订火爆，今年游客接待量达45万人。

市场非常广阔，但短板依旧存在。辽宁虽为装备大省，但是冰雪装备依旧相对薄弱。近年来，辽宁正努力强化冰雪装备制造。

沈阳德恒装备股份有限公司车间内，工人正在忙碌地工作。该企业市场部经理于琪介绍，公司深耕冰雪装备细分领域，凭借国际

领先的专业技术，近几年在国内除雪设备市场的占有率平均在20%以上。

除了制冷机、除雪车这些“大家伙”，与大众滑雪消费贴近的滑雪服、护具等冰雪装备也有很大发展空间。

冷山雪具线下店经营者刘艳娟告诉记者，之前高端成套雪具中很少有辽宁品牌的身影，现在辽宁品牌已经开始崭露头角；丹东市海合谷实业有限公司聚焦太阳能自发热系列产品，推出了既轻盈又保暖的高端滑雪服；营口市联盟者运动装备有限公司开发出多款高科技含量竞技手套，成功跻身专业竞技赛道。

“雪道也是经济赛道。”沈阳体育学院冰雪产业研究院教授刘元国表示，辽宁要推动冰雪产业链全域布局，依托沈阳、大连装备制造优势，打造冰雪装备制造特色集群。

走进一家网红汤泉生活馆，你可能会看到这样一番景象：有人疯狂炫榴莲，有人拖家带口来遛娃，还有人在这里约会或团建……谁能想到，曾经带着“中年大叔”专属标签的“澡堂子”，如今成了男女老少聚会打卡的新目标。美团近日发布的数据显示，2025年以来，全国洗浴服务交易订单量同比增长超30%，其中跨区域消费占比超三成，节假日异地用户环比翻番增长。

为啥越来越多人爱上了“泡汤”？

突出的性价比与丰富多彩的休闲娱乐项目，是吸引消费者走进其中的关键。提到洗浴中心，很多人对其印象仍停留在过去——设施简单、功能单一的澡堂子。事实上，如今很多新型洗浴中心早已悄然升级为集休闲、娱乐、餐饮、社交乃至住宿于一体的城市生活服务综合体。

在这里，泡澡洗浴只是序曲，包含在门票里的水果饮料自助，以及五花八门的休闲娱乐服务，才是真正的主角。从最基础的泡汤、盐蒸到影院、书吧、睡眠舱……如今在一些汤泉生活馆，购买一张两三百元的门票，即可畅享这些丰富的休闲娱乐项目，还可在规定时长内无限畅饮多种特色饮品，以及实现榴莲、草莓、椰青等水果自由。正如一些消费者感叹，“不是酒店住不起，而是洗浴中心更有性价比”。这种物有所值的“一站式”消费体验，正是其迅速走红的流量密码。

仅仅是划算还不够，近年来，新型洗浴中心热度持续攀升，还源于其满足了人们日益多元化的社交需求。随着生活方式的转变，如今人们越来越需要在家庭与工作场合之外，寻找一个既能放松心情、又可自由社交的“非正式公开场合”。近些年走红的汤泉生活馆就是这样一种存在。在这里，你既可以同家人、朋友、同事一起品尝美食、看电影、聊天，也可以在轻松愉悦的氛围中邂逅志趣相投的新朋友。美团数据显示，“闺蜜聚会”“公司团建”关键词搜索量同比增长230%，而配备K歌房、剧本杀等设施的洗浴中心订单量增长显著，都进一步印证了其作为新型“第三空间”的社交吸引力。

当然，更深层次的原因在于它精准呼应了消费者日益强烈的悦己需求。在物质生活相对丰富的当下，人们开始追求更高品质的生活体验和精神满足。就像有人观看演唱会不单纯为了听歌，还为了感受万人合唱的氛围是一个道理，在汤泉生活馆，消费者无需远行，即可开启一场短暂而充盈的“城市微度假”。这段“偷得浮生半日闲”的慢时光，让身心在宁静与烟火气中得到治愈，从而悄悄爱上“泡汤”。

美团数据显示，今年1月至9月，洗浴商家新店平均交易额同比增长60%。这场服务升级与业态融合的浪潮，不仅重塑了行业面貌，也使其成为休闲娱乐版图不可忽视的一股新势力。展望未来，如何在快速扩张的同时，确保服务品质，并有效控制管理成本等，还需要从业者们持续探索。

沈慧

# 向往的生活不出“圈”

本报记者 余健

一大早，85岁的李国玉就拿着身份证和手机来到了社区便民服务中心。“年纪大了，不会操作手机，每月需要做高龄认证的时候就来这里请工作人员帮忙。从家里走过来只用几分钟。”李国玉是内蒙古自治区包头市昆都仑区少先路街道少先二十社区的居民，在这里已经生活多年。“这些年一刻钟便民生活圈的建设越来越好，社区各方面设施越来越健全。天冷了能在活动室里活动，活动项目也很多，每天平均有六七十个人过来，大家都能玩得很开心。”李国玉说。

少先二十社区党委书记兼居委会主任于梦娜在社区便民服务中心拿起一本《便民手册》说道：“册子收录了辖区周边商户信息、电话及一些业务办理流程，方便居民使用，目前已经发放了2000多册，他们有需要还可随时来社区领取。”下一步社区将结合自身特点，引进更多资源，建设全方位服务点，进一步提升居民幸福感。

家住昆都仑区阿尔丁街道青松社区的吴海梅对一刻钟便民生活圈建设带来的便利也深有体会。“我们社区业态丰富，有学校、医院、餐厅、各种商铺，不仅生活方便，也创造了不少就业机会。”吴海梅告诉记者，不忙的时候她喜欢在社区的青松茶馆坐一坐。在休息的同时还能和社区干部聊聊居民关心的事，很人性化。

青松社区党委书记王冬告诉记者，青松茶馆建于2024年8月，主要用于群众建议征集和矛盾调解，截至目前已累计调解300多次矛盾，成功率在90%以上。“此外，我们还在茶馆设置了党群服务站，提供普法宣传、政策宣传、青年夜校等，并提供免费茶水和休息场

所。下一步我们准备依托茶馆，通过直播和短视频等方式宣传惠民政策。”

昆都仑区商务局局长牛惠婷介绍，近年来，昆都仑区坚持“便民利民、精准施策、因地制宜”核心目标，秉持“以城市为主体、以社区为单位、步行15分钟服务全覆盖”工作思路，以社区党群服务中心为主要载体，深度整合周边现有商业资源，系统完善服务功能布局，通过精准统筹、多元融合，累计建成30个一刻钟便民生活圈试点社区及1个样板项目，让群众在家门口就能享受便捷高效的生活服务。

“过去我们这里是典型的老旧小区，各方面基础设施比较落后，2022年小区改造后，新增了乒乓球馆、便民超市、活动中心等，环境也更干净。小区还设置了‘好邻里’共享工具箱，有折叠梯、角磨机，居民可以免费借用，很方便。”青山区青山路街道自一社区自由路二号居民高桂荣对社区这些年的变化很满意。

该社区党委书记兼居委会主任乌兰娜告诉记者，社区在改造之初就以打造一刻钟便民生活圈、建设完整型社区为目标，定期召开协商议事座谈会，充分听取居民意见建议，并根据实际情况，逐步给予落实。“硬件上我们逐步改善，软件上我们也在努力进步。下一步，我们要着力拓展文化活动现场功能，丰富居民精神文化生活。”

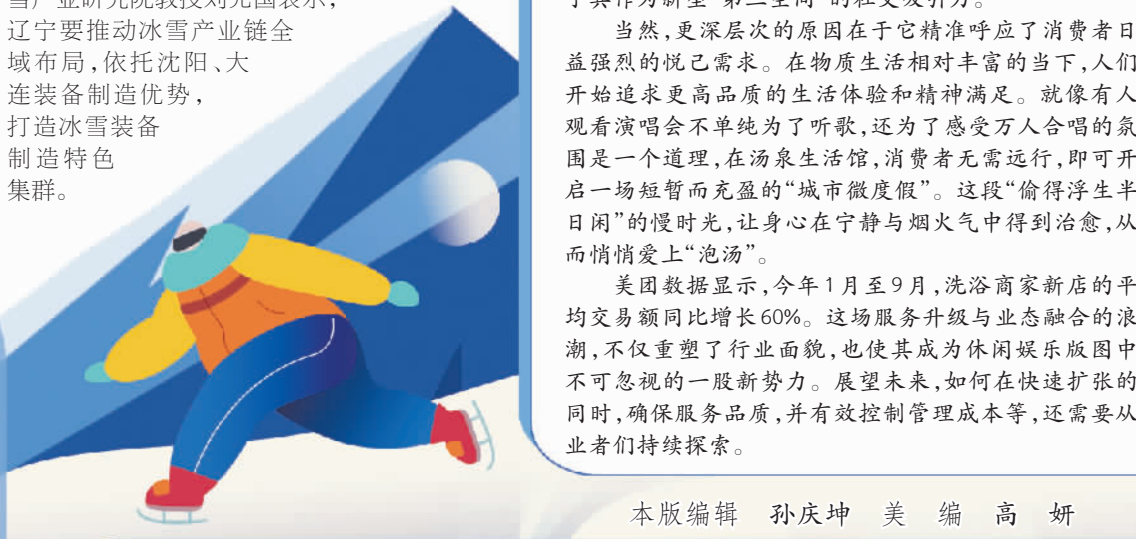
青山区商务局党组书记、局长赵凯介绍，在一刻钟便民生活圈建设过程中，青山区商务局对各社区进行摸排调研，依据新老社区不同标准，确定周边便民服务数量、质量与社区居民人数的匹配度。根据社区实际情况，

进行合理布局，精心制定建设计划和方案，持续完善试点社区基本保障类和品质提升类业态。截至目前，累计完成便民圈建设的社区有28个，占全区社区的57%。

近年来，包头市坚持“缺什么、补什么”和“一圈一策”原则，明确基本保障类与品质提升类业态清单，通过深入社区调研，精准配置商业网点。2022年至今，包头市共验收通过127个便民生活圈试点社区，覆盖10个旗县区，涵盖便利店、综合超市等商业网点5.15万个，带动就业人数超6.4万人，服务社区居民115.4万余人，居民综合满意度达95%。今年9月，包头市被确定为全国第二批城市一刻钟便民生活圈全域推进先行区试点。

“下一步，我们将坚持全域推进，发挥已建成试点的示范带动作用，逐步实现主城区及有条件县城社区全覆盖。同时注重统筹融合，将生活圈建设与零售业创新提升、消费品以旧换新、现代商贸流通体系建设等商务重点任务紧密结合，全方位提升社区商业发展能级。着力品质提升，推动生活圈建设从‘基础覆盖’向‘品质提升’跨越，引入更多智慧化、绿色化消费场景，鼓励‘一店多能’，丰富服务内涵，提升居民获得感与幸福感。”包头市商务局流通业发展科科长林青说。

市场另一端，耿延周正带着临沂小商品闯全球。2006年，从一间几十平方米的门店做起，如今，他的公司入驻专业市场，



本版编辑 孙庆坤 美编 高妍

# 中国大集闯全球

本报记者 王金虎

在位于山东临沂兰山区的临沂商城，美妆档口的店主李美娟正通过24小时不间断的虚拟主播，将商品卖向全国。通过AI选品系统捕捉市场需求，她的直播间销售火爆。

这片汇聚了136个专业批发市场的商贸热土，曾以“买全国、卖全国”的线下批发模式闻名，被冠以“中国大集”。但随着电商冲击、同质化竞争加剧，不少商户一度陷入困境。“以前开店全靠老客户上门，一天下来也没几单。”李美娟至今记得转型前的焦虑。如今，一场数字化与国际化的转型，让这里重焕新生。

今年以来，临沂商城推出“电商孵化计划”，免费提供直播场地和技术培训。“刚开始对着镜头说话很紧张，直播间粉丝就几十个，一场直播只卖出去3单。”得益于市场邀请的头部主播手把手教学，以及共享供应链提供的选品、打包、发货全流程配套，李美娟的转型之路越走越顺。

在这个传统市场集群的转型图景中，陈文彪是见证者，更是参与者。44年间，他的生意从单一组扣扩展到5万多种文创产品。面对数字化浪潮，他将展厅升级为“前店后仓”模式，客户视频选货后可就地打包、一键发货。

市场另一端，耿延周正带着临沂小商品闯全球。2006年，从一间几十平方米的门店做起，如今，他的公司入驻专业市场，

展厅总面积扩大至上万平方米，选品覆盖5万多个品类，在近30个国家设有70多家整店输出门店。

“过去是单纯‘卖产品’，现在我们‘卖模式’。”耿延周介绍，借助数字化供应链平台，公司提供从选址、选品到售后的全周期服务，让“均一价小商品集合店”在海外快速复制。今年7月，跟随“百团千企·商城出海”行动参加哥拉博览会后，企业迅速在当地开出3家门店，对非出口额已突破1000万元。

一家家小企业转型背后，是临沂全方位的政策赋能与生态构建。目前，当地已建成60处电商园区，培育专业主播2万余人、百万粉丝以上主播500余人，快手交易额居全国前三位。“百团千企·商城出海”行动持续发力，今年1月至10月，临沂在39个国家举办了230场境外展洽活动，组织2261家次企业出海抢订单，意向成交额70.6亿元；同时开展“外商进商城”活动，吸引了3.87万名国际采购商慕名而来，意向成交额205.9亿元。“中国大集”数贸平台开拓市场、汇聚商流，物流大数据平台让“车找货、货找车”像打车一样便捷。“沂链通”供应链金融平台则将贴现时间从2天缩短至10分钟，为商户打通资金血脉。今年前三季度，临沂商城市场交易额达5303.06亿元，同比增长7.5%；网络零售额634亿元，同比增长6.1%。“跨境电商+市场采购”出口额达649.2亿元，居山东省第一位。