

去新疆赴一场冰雪之约

可可托海的“粉雪”铺成绵延雪道，喀纳斯的雾凇挂上枝头，赛里木湖的冰面映出澄澈天光……冬日的新疆，每寸冰雪都裹着诗意，每处秘境都藏着活力。2025年年底，记者随“新疆的冬天亚克西”采访团来到新疆，在银装素裹的雪场与原野之间，感受冰雪运动的速度与激情，真切触摸冰雪产业蓬勃发展的强劲脉动。

雪场焕新体验升级

近年来，随着全国“冰雪热”持续升温，坐拥世界级冰雪资源的新疆，以高起点、高标准发展冰雪产业，推动冰雪运动从“可玩”向“好玩”“耐玩”升级。

10点多钟，新疆阿勒泰地区富蕴县可可托海国际滑雪度假区已人流如织。缆车入口处，雪友们身着厚实雪服，扛着雪板排队前行。来自山东青岛的资深雪友丁嘉颖已是第3年来此过雪季，每次都要尽情地滑上一两个月。“在可可托海，能享受到各种精彩刺激的滑雪体验。雪友们可以从海拔3000多米的雪山上飞驰而下，可以在树林里滑行穿梭，也可以在雪包上蹦蹦跳跳，运气好的话还能看见狐狸、雪貂等动物。这种和大自然融为一体的感觉非常奇妙。”丁嘉颖说。

“作为亚洲开板最早、封板最晚的滑雪胜地，可可托海每年雪期长约240天，非常适合深度畅滑。”可可托海国际滑雪度假区营销企划部经理李相宝说，随着冰雪运动的普及，天南地北的雪友慕名来到这里，人气一年比一年旺。本雪季，度假区新增多条特色雪道，在山顶、山腰增设多处网红打卡点，不断优化消费体验与服务品质。去年冬天开板以来，度假区已累计入场超20万人次，创历史新高。

阿勒泰地区文体广旅局党组副书记、局长德丽达·那比介绍，阿勒泰地区的四大雪场新增了滑翔伞、冰钓、雪地摩托、冰浮等冰雪项目，联合推出“凭机票免费滑雪”“家乡人游家乡”等惠民活动。去年冬天开板以来截至12月底，四大雪场累计入场超77万人次。接下来，阿勒泰还将升级雪场设施，引进顶级赛事，把冰雪经济这把火烧得更旺。

在索道上俯瞰雪原美景，在民俗度假村里体验雪山温泉……新疆伊犁哈萨克自治州昭苏县那拉提景区通过深挖冰雪资源，让游客尽享新疆冬季的别样风情。那拉提景区党委副书记、管委会主任周丹对记者说，2025年，那拉提哈荫赛滑雪度假区新建3000平方米滑雪服务大厅，滑雪场扩容新增8条雪道，引入夜场灯光系统，强化夜间滑雪的氛围感。2025年12月20日开板后，仅3天就接待游客1.1万人次，同比增长171.99%。

文体旅融合创新业态

除了不断提升滑雪体验，新疆还深挖冰雪运动背后的历史文脉与民俗技艺，唱好文体旅融合发展这台大戏。

太行山见证“甜蜜经济”

本报记者 王胜强

天河山景区位于河北省邢台市太行山段，沿途分布着鹊桥、情人谷、牛郎庄、月老峰等以牛郎织女爱情故事为主题的景点。情人谷的溪流边，挂满了情侣们写下的爱情誓言；月老峰平台上，不少情侣选择在这里求婚；爱情天梯的365级台阶，象征一年365天，日复一日、年复一年恒久的爱恋；仙人峰景点有两座隔空相望的牛郎织女像，很多情侣在此留影纪念。

“目前来天河山的游客中，情侣占比超过60%。”天河山景区游客服务中心负责人冯香杰告诉记者。

邢台市是中国七夕文化之乡，是中国北方婚俗文化的重要发源地，类似这样的甜蜜景点还有很多。邢台市以爱情体验为抓手，以产业为支撑，促进“文旅+商业”深度融合，构建“恋、购、影、宴、住、游、娱”全链条婚恋产业生态，推动文旅从观光型向体验型转变，促进邢台从旅游过境地向婚恋度假目的地转型，培育带动面广、显示度高的“甜蜜经济”消费新场景。

天河山往东，七里河两岸百泉鸳鸯水公园和百泉湖公园组成百泉鸳鸯水景区，是当地打造的以“泉文化+爱情”为主题的浪漫约会厅，形成鸳鸯泉、盼生泉等蕴含婚恋寓意的文化地标。“鸳鸯泉象征美满姻缘，泉水见证美好爱情，我们特意赶来许下相守一生的愿望。”来自石家庄的情侣张玉明和李伊雪告诉记者。

距百泉鸳鸯水公园十几公里处，有两个村庄——周公村和桃花村，这里是周公和桃花女传说的发生地。“传说逐渐演变为中国北方婚俗的核心礼仪，今天我们熟悉的

在新疆阿勒泰市汗德尕特蒙古族乡一处山体洞穴中，保存着一幅阿尔泰山古阿勒泰人滑雪狩猎的岩画。经考古学家考证，这幅岩画的历史可追溯至旧石器时代晚期，这也让阿勒泰成为世界公认的“人类滑雪起源地”。

过去的人们用什么滑雪？在阿勒泰市拉斯特乡古老马皮滑雪板研习基地，记者见到了马皮滑雪板制作技艺传承人胡安什别克·斯兰别克。“马皮滑雪板以松木为芯、裹覆马皮，顺坡顺滑、逆坡防滑，是古人冬季出行的主要交通工具。”斯兰别克手持雪板介绍，一副马皮滑雪板的制作周期约为一周，随着来这里滑雪的人越来越多，这项古老的技艺也走进了公众视野。不少雪友会专程来此体验雪板制作、选购文创产品，传统技艺焕发新活力。

文化赋能还体现在IP打造与业态创新上。德丽达·那比介绍，《我的阿勒泰》热播后，当地抓住流量机遇，创编文艺精品、举办民俗活动、开发特色文创产品，鼓励农牧民开办民宿、农家乐等，推动冰雪产业与乡村振兴协同发展。

“冬天来昭苏看‘天马踏雪’，绝对不虚此行。”新疆伊犁哈萨克自治州昭苏县委宣传部工作人员特布吉尔格力说，昭苏县推出赛马、“天马踏雪”、冬宰节等丰富多彩的非遗及民俗展演活动，开展马文化研学游，深入挖掘冰雪资源与当地特色马文化资源，创新融合发展模式，实现“以文塑旅、以旅彰文”。

在新疆昌吉州木垒县大南沟乌孜别克族乡，第五届“冬宰欢歌·冰雪盛会”民俗文化旅游活动热闹非凡。活动现场，各类农产品深受游客喜爱，哈萨克族刺绣、葫芦画、骨雕等特色非遗手工艺品令人目不暇接，烤包子、羊肉串等特色美食香气四溢。木垒县文体广旅局副局长刘海娟对记者说，这一系列活动不仅提升了当地冰雪旅游的吸引力，更提高了特色农牧产品销量，将冰雪中的民俗文化

转化为实实在在的经济增量。自2025年12月以来，当地已吸引游客3.5万人次，带动旅游收入约2500万元。

一座雪场带火一座城

冰雪产业的蓬勃发展不仅为游客带来更丰富的冬季体验，更以强大辐射力带动地方经济发展，“一座雪场带火一座城”的效应愈加凸显。

新疆阿勒泰地区青河县青格里狼山国际滑雪场，是《我的阿勒泰》千里旅游画廊的东大门。站在海拔3100米的雪山顶峰眺望远方，绵延的雪原如银毯般铺展至天际，与山脚下的冰雪小镇交相辉映，勾勒出一幅人与自然和谐共生的冰雪画卷。

“这里景色优美、雪道专业、人流量不大，不仅能滑雪，还能骑马，我们非常喜欢。”来自广东的刘琳一家四口乘飞机到达乌鲁木齐后租车来到这里已停留一周多。为了滑得尽兴，他们购买了雪场家庭年卡，扣除交通与食宿成本，一家人一个雪季滑雪消费仅2000多元。“性价比特别高。”刘琳说。

青格里狼山国际滑雪场滑雪学校校长孙继勤已经有50多年“雪龄”，他回忆说：“我们年轻的时候，都是用自制木板滑雪。真没想

到如今的滑雪运动能发展成这样，有这么优质的雪场，有这么多时尚、好用的滑雪装备，还有这么多酷爱滑雪的年轻人，这些都为当地带来了实实在在的流量，推动了地方经济发展。”

谈起这几年身边的变化，青河县文体广旅局党组书记杨洪娟颇有感触：“以前的青河县偏远闭塞，鲜为人知，青格里狼山国际滑雪场建起后，带动了周边6个滑雪小镇、6个特色村落及6个特色项目，彻底改变了这里落后的发展面貌，当地群众的生活一天天好起来，真切感受到‘冰天雪地也是金山银山’的深刻内涵。”

致富的故事还有很多。那拉提景区通过“景区+合作社+农牧户”模式，引导成立8个马队、毡房等合作社，带动周边近2000名农牧民转型为旅游从业者。周丹告诉记者，目前，那拉提景区周围有住宿单位1200余家、床位超3万张，特色餐饮、商超2000余家；景区直接带动就业1.5万余人，人均年收入增加3万元以上，真正实现了“生态美、产业兴、百姓富”的良性循环。

如今的新疆，正以世界级冰雪资源为依托，持续推动冰雪经济全季全链条发展。冰雪让新疆的冬天充满发展热度与民生温度，为高质量发展注入源源不断的冰雪动能。



图① 一位小朋友在新疆阿勒泰市将军山雪场练习滑雪。

图② 在新疆阿勒泰市将军山雪场，雪友们在雪地里滑行。

本报记者 常理 摄

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》强调要坚持扩大内需这个战略基点，并将大力提振消费作为内需潜能释放的重要路径。提振消费是一项长期的系统工程，需要在消费能力提升、供给形态创新、消费环境治理3个方面协同发力，解决老百姓能消费、愿消费、敢消费的问题，建设消费友好型社会，释放内需潜能。

要提升消费能力，以收入分配结构优化夯实内需增长基础。2024年我国最终消费支出对经济增长的贡献率为44.5%，但居民收入分配结构仍需进一步优化，以夯实内需潜能释放的基础。提升消费能力，首先离不开“提低扩中”。中低收入群体的边际消费倾向较高，应推动“投资于

人”战略，加大在职业技能培训等人力资本领域的公共支出，增强劳动者适应技术变革的能力，通过劳动能力提升保障劳动者工资性收入增长和全要素生产率提升；动态调整最低工资标准，提高个人所得税起征点，完善收入分配机制；通过规范劳务派遣、健全劳动仲裁等举措，有效保障劳动者劳有所得。其次要通过减负来消除居民消费的后顾之忧。通过教育减负，提高养老金补贴标准、推动医保统筹升级、保障房建设等公共服务供给侧改革，降低居民相关支出负担。

要创新供给形态，以高质量供给创造有效需求。当前我国消费市场在供给总量大幅度增加的同时，供给与消费之间的结构性矛盾日益凸显，供给端低水平重复建设现象较为突出，难以满足大众多样化且不断提升的消费需求。以供给形态的创新来塑造消费新场景、创造新的有效需求，是当前我国提振消费扩大内需的题中应有之义。

科技创新是供给形态创新的关键，数字技术和人工智能的有效应用，有助于开发新的产品供给形态和消费场景，提升供需适配性，挖掘消费者潜在消费需求。当前我国消费品品种总量突破2亿种，智能化转型不断优化传统产品的呈现形态和功能，重塑产业价值链条和市场格局。2024年我国新能源乘用车销量突破1000万辆，增长40.7%。原始创新方面，宇树科技等机器人企业、DeepSeek等人工智能大模型企业异军突起，通过技术的创新应用，开拓新的供给形态，培育了大众新的消费习惯，有效激发了社会潜在的相关消费需求。

要优化消费环境，以安全的市场生态激发消费积极性。消费环境是影响消费意愿的重要外部因素，当前我国消费维权成本高、周期长等问题较为突出，不利于消费积极性提升。要构建安全可信的市场生态，让老百姓在能消费、愿消费的同时，不担心掉入各种消费陷阱，在诚信、公平、安全的消费环境中敢于消费。这首先要靠法治的引领护航，细化消费者安全保障、知情、公平交易等基本权利保障机制，建立和完善信用约束、投诉公示、惩罚性赔偿等机制，规范经营主体行为。其次要实现多元主体协同治理。消费环境建设涉及生产、流通、监管全链条，需打破部门壁垒，构建政府主导、企业主责、社会参与的治理共同体。最后要完善社会信用体系。以数字技术赋能跨区域的信用数据共享与互通，建立经营主体全生命周期信用档案，为安全可信的市场生态构建奠定信用体系基础。

（作者系浙江金融职业学院教授）

本版编辑 孙庆坤 美编 夏祎

河北邢台百泉鸳鸯水公园内正在举办集体婚礼。

陈光摄(中经视觉)