

## 冰雪产业正崛起②

## “冰雪+”催生新场景

当下,冰雪旅游正从传统滑雪向“冰雪+赛事”“冰雪+温泉”“冰雪+民俗”“冰雪+音乐”等深度融合转变,融合模式更催生了多元消费场景,让我国冰雪经济真正从“冷资源”向“热经济”加速转变。

## 旅游玩出新花样

“来到黑龙江才发现,这里的活动这么丰富多彩!”辽宁游客王宏宇一家被各种新颖的冰雪旅游项目深深吸引。这个冰雪季,黑龙江各地做足“冰雪+”文章,丰富多彩的冰雪旅游项目让游客游得开心、玩得畅快。

为打造优质冰雪文旅产品,黑龙江伊春市友好区将森林资源和冰雪资源结合,推出冰雪森林穿越、森林观鸟、红色研学等特色体验项目,不断丰富冬季旅游产品。

友好区还推动“旅游+文化+研学”多元融合,以特色IP激活全域旅游。许多游客表示,这场“冰雪+民族”之旅,让人充分领略黑龙江壮丽的冰雪风光和民族风情,令人难忘。

冰雪旅游体验性强,如何将体验感做得更有意思、更新颖?前不久,北大荒集团黑龙江同家岗农场等单位联合推出了融合“冰雪玩乐”与“田园采摘”的冬日休闲体验。

“我们通过‘冰雪+农业+旅游’的融合模式,不仅丰富了市民冬季文化生活,更展示了北大荒现代农业与冰雪资源的独特魅力。”同家岗农场党委书记、董事长高水峰说。

在新疆乌鲁木齐经开区(头屯河区)举办的冰雪嘉年华活动上,趣味冰雪运动、热带植物科普、非遗体验、亲子研学等新项目,为市民和游客打造了一个休闲好去处。记者在这里看到,一边是冰雪乐园,一边是温室大棚,温室大棚里栽培了热带植物,还设有非遗体验区,让游客在纵情冰雪之余可体验传统手工的魅力。乌鲁木齐经开区现代农发展有限公司董事长徐贝贝说,园区将继续丰富业态,努力满足全年龄段游客的差异化需求,以多种方式抬升冰雪经济热度。

在宁夏固原市泾源县,炫彩极光秀、雪地音乐狂欢、夜间巡游等活动,打破冬季夜晚沉寂,延长冰雪消费时段。山顶太空舱民宿、红色研学、暖冬采摘等项目,丰富了冰雪旅游全链条供给。

泾源县文旅产业发展服务中心主任马志发表示,依托“温暖气候+优质雪场”的独特优势,泾源县深化“冰雪+”融合模式,不断丰富产品供给。下一步,将持续优化消费环境,强化区域公用品牌建设,推动冰雪旅游消费与乡村全面振兴深度融合。

新疆财经大学旅游学院副院长程乙峰认为,冰雪旅游多元发展,核心在于紧扣地域资源禀赋,深化“冰雪+”融合。首先应避免业态同质化,需依托本地文化与自然资源,打造差异化体验,如融合赛事、温泉、民俗等业态;其次必须坚守生态底线,保护好生态环境。同时,要夯实服务配套,补齐交通、住宿及专业运营短板,推动融合业态提质增效。

## 运动带来新体验

## 《中国冰雪旅游发展报告(2026)》数据显示——

2025年

我国冰雪经济规模 全国冰雪旅游相关企业

超1万亿元

超1.4万家

预计2025—2026冬季

我国冰雪旅游休闲人数

将达到3.6亿人次

冰雪旅游休闲收入

有望达到4500亿元

U系列比赛(固原站)、第三届全国青少年滑雪巡回赛(固原站)等赛事接连落地,吸引全国数百名青少年运动员及大量观赛人群。赛事期间,雪场及周边区域自然形成“观赛+美食+购物”的消费闭环,有效拉动区域消费。“没想到这里的雪道这么专业,既能体验滑雪激情,还能品尝地道美食,这趟旅行太值了!”甘肃天水的滑雪爱好者宋佳说。

楚地寒冬,雪韵正浓。在海拔2020米的湖北宜昌五峰县独岭之巅,欢呼与笑声穿透冷冽的空气。这里是“冰火之旅”宜昌市第三届大众冰雪季的赛场。

本届冰雪季延续单板滑雪大回转、高山滑雪大回转等专业竞技项目,吸引全国200名运动员同台竞技,展现冰雪运动的速度与激情;同时主办方打造六大冰雪趣味项目,让专业赛场变身全民嬉雪乐园。

五峰国际滑雪场副总经理彭万斌表示,竞技与趣味结合,让冬日山野真正活了起来。依托全国大众冰雪运动发展机遇,滑雪场在滑雪季持续举办滑雪邀请赛引流,本届冰雪季活动将一直延续至3月8日,自雪季开启以来,已累计接待游客超万人次。

这个冰雪季,伊春市友好区构建了“赛事牵引、景区联动、全域参与”的发展格局,既承办了黑龙江省冰雪运动超级联赛(简称“冰超”)2025全国青少年冰壶邀请赛、“冰超”2025全国冬季徒步大会、“冰超”伊春冰雪森林穿越超级联赛等高水平赛事,又打造出溜滑挑战赛、冰雪运动会、汽车越野赛等群众趣味活动,兼顾不同群体需求,受到冰雪爱好者、游客的喜爱。

除了滑雪,冰上龙舟赛也成为一项集竞技、协作和娱乐于一体的特色冰雪运动。新疆克拉玛依市1月下旬在金龙湖冰雪乐园举办了首届克拉玛依冰上龙舟比赛,来自国内外的16支龙舟队与本地队伍同台竞技,成为集竞技性与观赏性于一体的冰雪盛宴;北屯市在本地冻结成天然冰场的玉带河上,也举办了冰上龙舟大赛。北屯市总工会党组书记、主席王建伟介绍,北屯市地处北纬47度“黄金雪域”,已将冰上龙舟赛打造为本地特色文体品牌。

## 融合带来新热点

相较传统的冰雪旅游、冰雪运动,以雪场、冰场为舞台进行的非遗展示、民俗表演、美食展示、休闲度假等活动,更是将文化资源“嫁接”到冰雪上,进一步丰富了冰雪经济内涵。

近年来,五峰县以“冰雪+民俗”多元融合形式破题,民俗为冰雪注入灵魂,冰雪让民俗焕发新生。距离五峰国际滑雪场仅30



陕西省眉县太白山风景区的冰瀑景观吸引游客拍照打卡。  
刘一江摄(中经视觉)

分钟车程的百年古村落栗子坪,完整保存着183栋土家吊脚楼群,“雪映古寨”别有一番风情。冰雪元素与茶园古村落等民俗文化载体联动,让游客在玩雪的同时触摸乡村文脉,让冰雪运动有了更深厚的文化底蕴。

在滑雪场20公里半径内,平云洱海、树屏营高山湿地、万里古茶道、立界山石林、茶园古村落等景点星罗棋布,冰雪胜景与自然山水、人文古迹串珠成链,形成一站式全域旅游动线。五峰跳出单一滑雪业态,全力打造“滑雪+度假+观光”的复合体验圈,让冰雪经济与全域旅游深度绑定。

五峰土家族自治县文化旅游和商务局局长朱玲俐介绍,依托滑雪场探索全季运营模式,冬季主打冰雪旅游,夏季借力高山优势发展避暑、康养业态,串联四季休闲旅游产品,五峰彻底打破“一季火、四季冷”的旅游困境。

黑龙江省逊克县古纳温景区拥有独特的雾凇景观,每到冬季会吸引各地游客前来。这个冰雪季,逊克县累计投入2000多万元,全面提升古纳温景区基础设施,建成游客服务中心、康养宾馆,升级了生态栈道、观景台、景区厕所和停车场等,并依托乡村振兴项目推动民宿集群建设与村容整治,为游客提供更优质的服务。

景区所在地克林镇镇长李雪告诉记者,

目前,雾凇景区已形成“观赏+体验+休闲”的全链条服务体系,接待能力与服务标准化水平大幅提升。“我们将以雾凇冰雪节为契机,持续推出全国雾凇摄影展、雪地汽车拉力赛等主题活动,推出‘赏凇乐雪’精品线路,进一步推动冰雪旅游向多元体验转型。”李雪说。

在泾源县兴盛乡新旗村的全国冬季“春晚”示范展示活动现场,民俗表演、非遗手工、乡土特产展销与冰雪主题相映成趣,二十四节气“书单盲盒”等创新形式,将乡村文化空间转化为可体验、可消费的新场景。

此外,当地还依托“泾源黄牛肉”,举办“暖冬围炉·泾源黄牛肉火锅美食市集”等活动,将特色食材转化为吸引游客的金字招牌。为推动冰雪旅游及相关产业健康发展,当地餐饮饭店协会聚焦规范经营、品牌建设与服务提升,制定地方特色餐饮标准,搭建政企沟通桥梁,推动餐饮与冰雪旅游、康养等业态做好衔接。

业内专家表示,随着“冰雪+”模式不断拓展和深化,冰雪将与更多产业深度融合,创造出更多新业态、新模式,为经济发展注入多元活力。

(文/本报记者 苏大鹏 乔文汇  
柳洁 董庆森 马呈忠 中国县域经济报记者 吴舒睿)

16元体验祛痘,听起来是不是像“天上掉馅饼”?可谁能想到,里面裹着的却是2.5万元贷款的“硬核馅料”。全国消协智慧315平台数据显示,2024年3月至2026年1月,以低价体验为诱饵、强行推销高额服务的套路频频上演,相关投诉扎堆,消费者平均申诉金额高达3.4万元。当颜值经济成为消费市场的“香饽饽”,这些暗藏的美丽陷阱,不仅刺痛了消费者,更侵蚀着整个行业的信任根基。

一些美容机构的套路可谓“步步为营、层层设防”。从“16元体验”“免费检测”等低价诱饵切入,再利用“皮肤严重受损”等恐吓式诊断制造焦虑,甚至在消费者不知情的情况下,擅自操作手机办理贷款——这一整套流程环环相扣,精准拿捏了人们爱美又想省钱的心理,却严重侵犯了消费者的知情权与选择权。更令人担忧的是,部分机构连基本资质都不具备,就敢开展一些属于医疗美容范畴的项目,既无专业医师,也无合规设备,消费者的健康安全如同虚设。而与之配合的某些金融平台,也往往刻意隐瞒真实贷款利率,使消费者在不知不觉中陷入高息债务漩涡。

爱美之心人皆有之,但变美的前提是安全与放心。当十几元的美好期待变成上万元的负债噩梦,受损的不仅是消费者的权益,更是整个美容行业的健康生态。因此,经营者必须摒弃套路营销思维,严守行业资质底线。《医疗美容服务管理办法》明确规定,医美机构必须依法取得卫生健康行政部门发放的《医疗机构执业许可证》或者“诊所备案凭证”,负责实施医疗美容项目的主诊医师必须具有执业医师资格,坚决杜绝“医美速成班”培养的无证人员上岗执业。

针对无资质经营、超范围执业、强制消费、违规放贷等行业乱象,监管部门要强化跨部门协同治理,开展专项整治,对各类违法经营行为坚持“零容忍”,同时完善行业规范标准、强化执法结果运用,以常态化、综合性监管筑牢行业发展防线,让颜值经济在规范有序的市场环境中稳步发展。

对消费者而言,防范意识是消费者自我保护的第一道防线。面对“低价体验”“免费美容”等诱饵,务必保持清醒,坚决拒绝强行推销的高价项目与不明贷款。涉及消费贷款时,坚决拒绝他人代为操作手机,务必仔细核对贷款合同条款、核实实际年化利率,同时注意留存宣传页面、沟通记录、付款凭证等相关证据。一旦遭遇消费陷阱,及时通过12315、消协平台等合法渠道维权,不让爱美之心沦为被套路收割的“韭菜”。

颜值经济的蓬勃发展,映照出人们对美好生活的向往。唯有推动服务回归本质、市场回归诚信,才能让每一份对美的追求,都能在安全、透明、公平的环境中得到尊重与呵护。这样的颜值经济,才能真正成为滋养美好生活的正能量。

谨防  
热评

李思雨

## 春节“红包大战”争的是什么

中国经济网记者 马丹 彭金美

“30亿元春节请客计划!”“分享链接给好友,再抢10亿元补贴!”……春节临近,由多家互联网大厂主导的“红包大战”正在上演。与往年不同的是,今年的春节红包大战不再局限于移动支付、电商导流等传统方式,而是全面转向AI入口流量之争。”李鸣涛说。

1月25日,腾讯发布关于春节分10亿元现金的通知,于2月1日上线春节活动,用户上元宝APP分10亿元现金红包。腾讯CEO马化腾表示,希望此次红包活动能够重现11年前的微信红包时刻,让大家重温抢红包的快乐,更希望借此加速追赶行业领先者。同日,百度宣布启动“5亿元红包计划”,自1月26日至3月12日,用户在百度APP中使用“文心助手”,即有机会抢总额5亿元的现金红包。2月2日,阿里千问宣布30亿元“春节请客计划”,从2月6日开始,在千问APP内发布大额红包,可通过千问订奶茶咖啡、电影票、飞机票、酒店、景点门票等,参加请客免单等优惠活动。

有观点认为,“红包大战”的背后,是互联网巨头的战略重心正从单纯的流量争夺转向下一代人机交互入口和智能服务生态的竞争。

国家电子商务示范城市专家委员会专家李鸣涛分析,伴随AI工具及AI智能体、具身智能等技

术的快速发展,AI交互正成为新的互联网应用入口,未来谁的AI占据用户心智,谁就有可能赢得胜利。“尽管各家AI的侧重点有差别,但背后都体现了AI在各大互联网企业生态中的关键作用和战略价值,都希望利用并进一步强化各自的生态优势。”李鸣涛说。

活动效果已初步显现。自2月1日春节活动启动以来,元宝、AI生图功能日均调用增长30倍,用户单日使用元宝时长增长超80%。百度文心助手上线首日便吸引超百万人次参与,截至2月1日,已有5000万人次参与文心助手的AI抢红包。2月6日,千问APP“春节30亿元免单”活动上线首日,用户参与火爆,仅仅上线9个小时,用户通过千问下的AI订单就超过1000万单。

热潮之下,一个问题摆在眼前:红包吸引来的用户,到底是能沉淀下来的“深度住民”,还是“薅完即走”的短期游客?中央财经大学中国互联网经济研究院副院长、中国市场学会副会长欧阳日辉认为,红包营销短期能拉动新增用户,但建立持久黏性必须回归产品与生态本身。“AI竞争不仅在于流量获取,更是对多模态交互、个性化服务与产业赋能等深层技术实力的集中检验。”欧阳日辉说。

目前来看,元宝、豆包、千问等多为独立APP,用户在聊天、购物、支付等日常高频场景中已有固定使用习惯,AI服务能否真正嵌入生活、提供稳定可靠体验,尚需时间检验。

流量高峰亦对系统承载力提出挑战。2月6日,千问APP“春节30亿元免单”活动上线后,有用户反馈,出现服务器卡顿问题。协调内部资源和商户资源、保障系统顺畅稳定,成为平台企业的当务之急。

工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林建议,互联网企业可以通过打造差异化应用,提高复用率,而差异化的关键是场景差异,这需要各企业做好产品定位。

业内人士表示,此次春节“红包大战”,是AI应用首次从聊天互动走向规模化地与真实世界交互。入口之争只是表象,行业更应该关注入口背后需求的真实性。“红包大战”后的留存之争,考验的是平台能否通过深耕特定场景、构建高效价值闭环,将补贴带来的短期关注,转化为用户的长期依赖。对各大AI应用来说,挑战才刚刚开始。当“红包大战”的硝烟散去,留在用户手机里的不应只是记忆中的“手气最佳”,更应是一个真正有用、好用的智能助手。



2月10日,在安徽省芜湖市繁昌经济开发区安徽爱瑞特新能源专用汽车股份有限公司,工人在组装新能源电动清扫车。春节临近,当地各企业科学制定生产计划,组织员工开足马力,抢抓生产,赶制订单,满足市场需求。

肖本祥摄(中经视觉)