“南展西扩东进”下冰雪经济生态扩圈

■ 本报记者 兰馨

聚焦两会 JUJIAO LIANGHUI

“在‘后冬奥’时期，我们要继续深入实施冰雪运动‘南展西扩东进’战略，持续巩固和扩大带动三亿人参与冰雪运动的成果。”国家体育总局局长高志丹在十四届全国人大一次会议第三场“部长通道”采访活动上表示，一年来，北京冬奥红利持续释放，北京冬奥遗产得以充分利用，冰雪运动的覆盖人群更加广泛，活动内容更加丰富，参与方式更加便捷。

为推动冰雪运动普及，国家实施“南展西扩东进”战略，冰雪项目从北方走向各地、从冬季走向四季。2022年11月，国家体育总局、国家发展改革委等多部门共同印发的《户外运动产业发展规划（2022-2025年）》提出，要“形成东西南北交相呼应、春夏秋冬各具特色、冰上雪上协调并进的发展格局”。很多省区市相继出台了促进冰雪运动和冰雪产业专项政策。随着北京冬奥会的落幕，冰雪经济拉开了大幕。

用活冬奥会场馆

2023年这个春节正值北京冬奥会、冬残奥会后的首个雪季。根据统计显示，截至目前，河北崇礼迎来了超过136.7万人次滑雪爱好者，其中外地游客占到九成以上。

全国人大代表、河北省张家口市市长李克良表示，张家口作为冬奥城市，尤其要做好后奥运经济发展这篇大文章。

继冬奥会之后，各个场馆面临重新开发利用的局面。张家口正在对国家跳台滑雪中心、国家越野滑雪中心和国家冬季两项中心等冬奥场馆进行个性化、针对性、适应性改造和配套设施完善，推动其由单一体育功能向体育文化、旅居康养、休闲娱乐等多种功能拓展。

据李克良介绍，根据2023年度张家口赛区冬奥会场馆活动计划，张家口将承办体育赛事、文化旅游、会议会展等203项活动，丰富多种业态，以赛聚商、以商养馆、以商带产，实现冬奥场馆平赛结合、四季运营、综合利用。

今年，张家口将围绕建设好京张体育文化旅游带，坚持体育牵引、文化赋能、旅游带动，举办品牌赛事、城市联赛、群众赛事等3000场次以上，大力发展长城文化、地方民俗、冰雪草原、温泉康养、葡萄酒等业态，完善产业链条和配套服务，加快打造国际冰雪运动和体育文化旅游目的地城市。

目前，张家口市依托两个冰雪产业园，累计签约冰雪产业项目121项、落地102项、投产运营63项，拥有做‘强’的基础。下一步，将绘制冰雪产业图谱，全面梳理产业细分领域、优势短板，精准对接国内外知名企业，培育引进一批延链、补链、强链项目。

冷资源发挥热效应

“将‘冷资源’变成‘热经济’。”全国人大代表、吉林省白山市市长王雪峰表示，白山市冬季拥有长达6个月的雪期，世界品质最好的冰雪资源由此造就。长白山万达国际度假区入选首批国家级滑雪旅游度假地，每年吸引大量来自世界各地的冰雪运动和旅游爱好者。

统计显示，2022-2023年雪季以来，长白山万达国际度假区、长白山鲁能胜地度假区两大重点冰雪旅游景区接待国内游客67.65万人次，同比增长23.8%。

在王雪峰看来，冷是资源，更是财富。抓住后奥运时代冰雪产业黄金发展期至关重要。他表示，应发挥冰雪资源优势，做强做大做优冰雪产业，全力打造世界级冰雪经济生态圈。

近年来，地处冰雪黄金纬度带的吉林省乘势而上、顺势而为，将发展冰雪产业、建设冰雪强省作为打造旅游业“万亿级”产业重要引领和动能支撑。2022-2023年雪季启动以来，吉林省六大滑雪场累计接待游客224.63万人次。预计至雪季结束，吉林省重点监测的26家冰雪旅游企业接待游客和营业收入分别同比增长67.64%和37.89%，两项指标均创历史新高。

吉林省冰雪资源普查成果数据显示，目前，吉林冰雪资源单体共计89531个，优良级冰雪资源数量达6312个，冰雪资源的拥有率达100%。

下一步，吉林省将开发“高端+亲民”“专业+娱乐”“野雪+雪道”“竞技+文化”等全领域、全人群、全阶层的冰雪旅游产品，着力构建以冰雪旅游、冰雪运动、冰雪文化、冰雪装备为核心的全产业链，让冰雪经济越“冷”越“热”。

构建“冰雪森林”产业体系

“加快发展冰雪经济、打造后冬奥国际化冰雪经济示范区。”全国人大代表、黑龙江省伊春市市长董文琴表示，为更快抢抓后奥运时代有利机遇，伊春将依托独有的森林冰雪资源和冬季体育项目优势，推动“森林+冰雪”“冬季旅游+体育”融合发展，进一步延伸冰雪经济产业链、优化服务链、提升价值链。

近年来，伊春以“让老林区焕发青春活力”为发展战略，深耕森林生态旅游业，突出全域化、全季化发展，加快“搅”热冰雪旅游，打造黑龙江省核心冰雪旅游城市，叫响‘冰雪森林之都’旅游品牌。

伊春地处小兴安岭腹地，拥有400万公顷的浩瀚林海，冰雪与森林的“协奏”将伊春的冬天渲染得如水墨氤氲，意境丰富。

去年冬天，伊春承办了首届中国冰壶联赛首站赛，举办了第九届全国大众冰雪季伊春分会场暨第十二届中国·伊春森林冰雪欢乐季，推出了冰雪森林摄影、冰雪户外运动、温泉康养、亲子研学等特色旅游产品，全域梯次开展了30余项冰雪文体旅游活动，有效提升了“冰雪森林之都”的知名度和影响力。仅2023年春节期间，伊春接待游客和旅游收入就双双增长68.9%。

据介绍，伊春将丰富特色旅游产品，推动冰雪与体育、研学、民俗等元素深度融合，改造提升一批场馆设施。同时，继续办好“森林冰雪欢乐季”，承办好中国冰壶联赛、全国青少年冰壶邀请赛、超级杯国际冰壶邀请赛等体育赛事，打造“全国冰壶品牌赛事示范区”。构建冰雪产业体系，加快打造集冰雪旅游、冰雪运动、冰雪文化、冰雪节庆、冰雪娱乐、冰雪教育、冰雪体育于一体的冰雪产业集群，拓展“冰天雪地”向“金山银山”的转化路径。

“冰雪运动赛事和冰雪旅游的双轮驱动下，新疆逐渐形成了冰雪运动、冰雪旅游、装备制造、产业服务于一体的冰雪产业链。”全国政协委员、民建新疆区委会主委马华东表示，北京冬奥会后的首个雪季，新疆各地冰雪运动热度持续升温。

目前，新疆冰雪的热度从阿勒泰、昌吉、乌鲁木齐等冰雪资源丰富的区域辐射到全疆。各地州市立足本地特色，深挖冰雪资源，深耕冰雪产业，将民俗风情、节庆活动、体育赛事植入冬季旅游，为冰雪旅游注入时尚活力。

据了解，冰雪游成为新疆2023年春节旅游市场热门选项，带动了春季旅游实现“淡季不淡”。数据显示，2023年1月至2月，新疆接待游客2328.23万人次，同比增长15.69%；实现旅游收入178.44亿元，同比增长22.12%。

新疆维吾尔自治区位于世界冰雪黄金纬度带，是中国冰雪产业的“后起之秀”，具有雪期长、雪质优、雪道落差大、滑雪体感温度舒适等优势。近年来，随着新疆冰雪旅游的推广、各类冰雪赛事的成功举办和冰雪装备制造的兴起，新疆在中国冰雪产业版图中的地位日渐显现。

马华东在今年两会上提出“创建中国—上海合作组织（新疆阿勒泰）冰雪体育示范区”建议。他表示，阿勒泰地区作为人类滑雪起源地和“中国雪都”，基础设施不断健全，冰雪运动发展迅速，又与俄罗斯、哈萨克斯坦、蒙古接壤，创建该示范区可提升新疆对外开放水平。

英富曼9.4亿美元收购塔苏斯会展集团

■ 本报记者 毛雯

英富曼日前宣布以9.4亿美元收购塔苏斯会展集团。这是新冠疫情后会展行业规模最大的展会收购。

英富曼首席执行官史迪费·卡特（Stephen A. Carter）表示，同英富曼一样，塔苏斯在亚洲和美洲等地区建立了一系列重要品牌展会。他们一直关注塔苏斯会展集团。

据了解，英富曼收购塔苏斯后，将进一步提升英富曼在美容医美、医疗保健、包装、基础设施、航空、可持续行业、家居用品、时尚等行业展会的地位。其中，包装、家居用品、时尚等领域的会展活动在中国举办。

塔苏斯成立于1998年，目前在美国、墨西哥、中国、东南亚、中东、土耳其和欧洲等地区举办超过160场活动。

塔苏斯会展集团首席执行官杜格拉斯·伊米斯列（Douglas Emslie）表示，与英富曼的合作将引领塔苏斯的会展实现新的增长和扩张。

数据显示，2022年英富曼收入为22.62亿英镑，同比增长约43%。英富曼主办超过550个专业展会以及超过260个会议项目，涉及科技、营养与健康、生化及制药、生命科学、美容、建筑、交通运输、海事、食品及酒店、家具、农业、先进制造与工业、珠宝服饰、游艇、流行文化等领域。

2023中国（福州）工业博览会日前在福州海峡国际会展中心举办。

作为福州地区工业制造行业开年首展，本届工博会启用海峡国际会展中心3个展馆，来自德国、日本等国家和地区的400多家制造企业参展，展会同期举办2023中国（福州）制造业高峰论坛。（福州工博会组委会供图）

北京CBD咖啡文化节暨春季消费节启动

■ 荆超

2023北京CBD咖啡文化节暨春季消费节日前在北京正大中心启动。该活动是北京CBD响应促消费号召，继2023年全国消费促进月暨京津冀消费季、2023潮朝阳·消费季后举办的区域性促消费活动，旨在激发商圈消费活力、点燃春季消费热情。

本次活动以咖啡文化为主题，结合正大中心项目特色，举办咖啡社交知识分享沙龙、咖啡市集、咖啡品鉴、素人拉花赛及互动游戏等。活动引入30余家咖啡品牌，品牌风格偏向于年轻消费群体。其中，来自正大集团旗下的咖啡品牌阿拉缇亚将实现全国首发，咖啡品牌安吉烘焙将首次亮相北京市场。多品牌、多地区的咖啡带来多重味觉与视觉体验。

近年来，北京CBD咖啡味儿愈发浓郁。咖啡青年节、咖啡工匠大赛等主题活动于去年在CBD举办，吸引游客超过两万人次，直接拉动财富购物中心等商业体客流提升20%，其中不乏海外的咖啡爱好者。

“我们通过CBD商圈联盟、餐饮联盟等平台抓手，引导鼓励商圈举办各式各样的咖啡活动与市集，吸引咖啡品牌首店、旗舰店入驻CBD，通过海内外的咖啡爱好者聚集来带动区域消费，让区域飘满咖啡香。”北京CBD管委会相关负责人说。

今年，北京CBD商圈围绕咖啡主线，为消费者带来年度咖啡盛宴：财富购物中心继续带来一年一度的咖啡青年节，北京银泰中心in01、北京嘉里中心等商业体将举办咖啡市集活动。

CBD春季消费节将为消费者带来丰富多元的消费活动与体验。比如，北京银泰中心in01引入了国内首个以东方经典符号葫芦HAHALULU为主题的沉浸式潮流艺术展。再如，SKP举办店庆活动，朗园Vintage举办北京图书市集春季场。

会展传真

第六届进博会推介会走进澳门

本报讯 随着第六届中国国际进口博览会全球推介在香港正式启动，进口博览局工作组即在澳门开展全方面推介活动，于3月10日举办第六届进博会澳门推介会。

本次推介会由中国国际进口博览局、国家会展中心（上海）、中央政府驻澳门联络办公室经济部贸易处、澳门贸易投资促进局共同主办。澳门贸易投资促进局主席余雨生表示，澳门有中葡商贸平台、自由港、单独关税区、语言等优势，将这些独特优势与进博会平台有效链接，有助于招揽九个葡语国家乃至东盟地区展客商参展参会，打造互利双赢格局。前五届进博会，澳门地区企业积极参加进博会，取得了良好效果。今年，澳门将继续积极组团参与第六届进博会。（李娟）

“厦门会展码”入选城市优秀创新成果

本报讯 厦门市域社会治理现代化优秀创新成果（2020-2022年度）评选近日出炉。“厦门会展码”入选“优秀创新项目”。

据悉，“厦门会展码”是全国首创刷脸直接通行的会展疫情防控系统，解决了大规模人群聚集展会存在的疫情防控任务重、风险大、要求多等问题。（桑夏）

南宁今年将举办超120场大型展览

本报讯（记者 毛雯）南宁市今年将举办各类会议活动700场以上、规模以上展览活动超过120场，全年展览面积超过130万平方米。其中，1万平方米以上展览预计超过50场，涉及文化旅游、学生用品、人居环境、应急救援设备，以及汽车展、动漫展、宠物展、茶博会、创意生活节等。

为促进南宁会展业高质量发展，南宁市人大常委会办公室近日公开征求《南宁市会展业促进条例（修订草案）》修改意见和建议。

会展新说

会展元宇宙如何从概念照进现实？

■ 刘志良

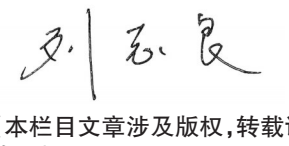
《雪崩》中的元宇宙施杰脱胎于一个全球化混乱的世界。作者告诉我们，在构建元宇宙时不要放弃现实世界的美好。今年是元宇宙概念提出的第三年。年初，杭州、上海、苏州、重庆等多地率先发布了元宇宙专项政策、行动方案与资金支持的文件，各地方政府加码对元宇宙产业的扶持力度，力求实现从虚无缥缈的概念到脱虚向实的场景发展。随着多元化的商业场景落地，很多资本不再看好元宇宙的赛道。究其根本，在于其缺乏“想象力”与“无边际”的拓展能力。特别是在各大上市公司的财报中看不见回报率，这就导致各大资本的股价“雪崩”。应该说，元宇宙没有终极版本，每个版本都是一个个商业化场景迭代与回报率所决定的现实需求。藉此机会，笔者通过最靠近市场变现与消费者体验的两个场景与业界共同探讨元宇宙交互技术在新零售门店与文旅夜游中的场景化使用。

元宇宙不是纯数字形态，而是数字与现实互通的形态。如何持续扩大消费、加速消费的回暖，已经成为重要的商业必选项。中国商联商业店装与展陈行业分会会长王跃分享经验说：当前的行业情况已经不仅仅停留在简单的装修、设计等“面子工程”，而是如何帮助商家塑造品牌形象、扩展消费场景、延长消费时间与空间等。行业创新升级的重构应该更有温度，以及场景消费更加沉浸式。最近，拼格创意科技正在打造一款新零售应用元宇宙交互技术的装配式的产品，充分使用新一代营销战略大师劳拉·里斯提出的视觉锤与语言钉的概念场景，通过交互沉浸式的场景赋能线下的场景门店。如何提升门店的回购率，将品牌的心智植入消费者的心中，这是线下场景中比流量重要的法则。

场景化应用是任何技术与概念落地没法避开的课题。各地政府纷纷出台拉动消费、促进旅游业转型升级的政策，文旅夜游的场景成为元宇宙交互技术的试验场。究其根本，重在沉浸式的体验以及我们面对的消费者越来越年轻化，对于个性化的场景有独特的需求。不可否认，每个场景都会有一个核心的痛点，当下的年轻消费群体旅游中最大的特点是对于自身的内心深处的躁动，即“保持热爱，奔赴山海”的强烈念想。在文旅夜游的场景中，最重要的是能够让消费者感受到互动的乐趣，而不是一味地、毫无创新地重复场景，以及提供任何一个景点都有的手办与零食。在践行“绿水青山就是金山银山”的理念下，拼格创意科技打造了一系列具有区域特色的文旅夜游的交互产品，通过不同的区域特色与传统文化，结合元宇宙交互技术进行一场行进式的交互之旅。通过“绿色消费”+“科技文旅”，让绿水青山变出更多的金山银山。

客观来说，每一个赛道都有其发展的规律与特点。在当下的商业模式与企业架构都已完全重构的当下，相信没有任何一家企业能够独占元宇宙世界的鳌头并给这个赛道下定义。风口永远不是造出来的，而是通过扎实的商业场景运营逐步迭代出来的。

（作者系2050自愿者、中国美术学院拼格创意媒体奖学金发起人、拼格创始人）



（本栏目文章涉及版权，转载请注明出处）

广告
展现世界 展示精彩
CIEC 中国国际展览中心集团公司
CHINA INTERNATIONAL EXHIBITION CENTER GROUP CORPORATION