

“冰雪+”新场景涌现 业态混搭拓展消费新模式

新华社北京12月8日电《中国证券报》7日刊发文章《“冰雪+”新场景涌现 业态混搭拓展消费新模式》。文章称,今年以来,得益于各地挖掘自身特色资源、技术进步和企业创新探索,消费新场景新模式蓬勃发展。当下正值冰雪旅游旺季,多地在传统冰雪游基础上创新供给,打造文旅消费新场景。科技赋能也提升了消费效率和便捷性,商业创新满足了多样化消费需求。专家表示,未来应继续发挥创新驱动,优化消费场景和模式,以满足消费者不断升级的需求,推动消费市场持续繁荣。

文旅融合成亮点

文旅融合已成为消费市场一大亮点。全国各地正积极探索,打造出众多别具特色的文旅项目,为创新消费场景添砖加瓦。

以热度正高的冰雪游为例,多地在传统冰雪旅游基础上创新供给,打造文旅消费新场景。黑龙江以定制化旅游列车为突破口,将文化元素与旅游资源深度融合,推出“喀秋莎”“林都号”等多个特色主题旅游列车,满足游客个性化出行需求。四川瓦屋山景区创新打造山顶星空露营地,满足游客对“追光逐雪”的向往。青海岗什卡雪峰景区为游客安排了滑雪、冰雕、赛马、登山、表演等多项活动。

此外,夜场旅游热度延续至冰雪季,多地雪场推出夜场滑雪新项目。“近年来,各地对夜游的重视程度显著提高。”同程研究院首席研究员程超功对中国证券报记者表示,一些资源条件较好的旅游目的地推出的夜间体验项目相继走红网络,满足了年轻游客多元化的夜游需求,成为文旅消费新场景的一个典型代表。

去哪儿大数据研究院研究员蔡木子也表示,年轻消费者渴望参与互动性高的文旅体验。各地举办丰富多彩的文旅活动,将延长游客停留时间,增加旅游消费。创新文旅消费场景有望推动地方文旅市场“旺丁又旺财”。

科技持续赋能

当前,各大滑雪场还积极尝试将冰雪与科技结合。科技对滑雪场的安全、信息传递、服务多元化等方面起到辅助作用,同时也推动冰雪运动良性发展。



资料图片 新华社发

长春莲花山滑雪场在2024—2025雪季引进机器狗加入服务队伍。机器狗可进行自主巡逻,能在极端天气下或紧急情况发生时提供救援服务,还可承担物资运送、游客互动等多种服务任务,提升滑雪场运营效率和服务质量。

实际上,科技赋能消费场景的案例不断增加,并引发各界关注。今年8月,美团在八达岭长城开通北京首条无人机配送航线,国庆假期期间增设航线,为游客配送食品饮料和应急商品。数据显示,国庆假期期间美团无人机长城航线日均订单量较节前环比增长超1100%,中西式简餐、饮品热销。截至今年第三季度末,美团无人机已在多个城市开通43条航线,累计完成订单超36万单,覆盖多种场景,提供超9万种商品选择。

不止无人机配送,美团推出的自动配送车可识别障碍物,实时感知周边环境。美团方面向中国证券报记者表示,自动配送业务的核心目的是补充运力,未来能够在雨雪雾弱光等特殊场景下,协助配送员完成配送工作。

美团副总裁、自动车配送部总经理夏华夏表示,美团自研了包括硬件、软件、调度系统等整套技术,截至目前在北京顺义、亦庄,以及深圳多个区域都已落地应用,常态化服务数百个社区,累计配送超过400万单,从历史统计数据来看,超过99%的车辆行驶里程为自动驾驶。

餐饮行业积极创新

通过业态混搭和模式创新,餐饮企业也不断拓展消费新场景。

在海口,瓦叮街市打破常规,集合平价菜市、海南小吃、文玩文创、潮玩演绎等业态,将菜市场与商场融合,形成综合性消费场所。在上海,花园式奥特莱斯积极融入各类活动,联动青浦咖啡节、举办霹雳舞大赛等,打造“微度假+”购物场景。在安吉,“村咖”类型多样,“瀑布咖啡”“宅门咖啡”吸引一众消费者打卡。同时,健身咖啡馆、彩票咖啡店等跨界融合业态也在各地出现,满足消费者多元需求。

餐饮企业在商业创新中表现积极。作为餐饮消费新场景,露营带动传统餐饮企业开辟新市场。海底捞露营火锅上海浦东航头店店长钱江涛对中国证券报记者表示:“一到周末和节假日,就忙得脚不沾地,可同时容纳500人用餐、约6万平方米的场地几乎客满,至少提前一周才能订到位置。”

太二酸菜鱼、农耕记等品牌也纷纷开设“外卖卫星店”。据了解,农耕记已开出近200家外卖卫星店,遍布多个城市,月销量达千单,对主品牌营收贡献率达30%。这些外卖卫星店面积小、选址灵活、成本低、价格优势明显,提升了订单量和利润率。

作为拼团外卖形式,“拼好饭”也发展迅速。消费者点餐时可拼团,拼团成功后享受低价菜品。美团2024年半年报显示,“拼好饭”单日订单量突破800万单。

中国商业经济学会副会长宋向清表示,消费新场景涵盖多种业态,体现消费需求向复合式、体验式、情感交互式转变,有助于推动消费供给侧改革,创造高质量消费需求。

体育文化评价将有新标准

新华社济南12月7日电(记者张武岳)7日,在山东济南举行的中国体育科学学会体育文化分会成立大会暨体育文化传承与发展大会上,《体育文化标志项目评价指南》编撰工作正式启动。该标准的制定和实施,将填补我国体育文化项目行业标准的空白,将对保护传承优秀传统体育文化起到推动作用。

与会专家介绍,今年印发的《贯彻实施<国家标准化发展纲要>行动计划(2024—2025年)》明确要“健全公共文化体育领域标准”。而当前体育文化标准的研制,处于政策引擎已启动,但标准供给还不到位的状态。在此背景下,由国家体育总局体育文化发展中心提出并获批的《体育文化标志项目评价指南》研制项目具有较强现实意义。

西安建筑科技大学体育学院院长由文华说,体育文化标志是指特定历史时期具有显著体育文化特征和影响力、与重要事件或重要人物相关的体育文化遗存。体育文化标志项目则关联有传承历史的体育文化事件或人

物,侧重于展示具有物质形态的体育文化载体,体现传统体育文化的创造性转化、创新性发展。

据由文华介绍,项目团队前期已调研云南“中国第一块红土网球场”、福建马约翰故居、鄂伦春射箭等,积累体育文化标志项目在评价体系方面的基础性要求,以确保评价指南的适用性和广泛性。

记者在现场了解到,此次会议还包含专题报告、案例交流和墙报交流等活动。与会人士围绕体育文化与体育强国战略、红色体育文化与中华民族共同体、传统体育与体育非遗、体育旅游与产业经济发展、体育文化与思政育人、体育文化与青少年培养等多个话题展开深入交流探讨。

中国体育文化宣传大使、女排奥运冠军魏秋月 and 北京冬奥会冠军齐广璞也发来视频致辞,祝贺中国体育科学学会体育文化分会成立,并发出倡议,希望更多人关注体育文化,弘扬体育精神,向社会传递正能量。

在童话九寨 “解锁”四川冬季旅游新玩法

12月7日,2024四川省冬季旅游启动仪式在被誉为“童话世界”的世界自然遗产地九寨沟举行,多项“冬游四川”的新产品、新线路、新玩法被“解锁”。

四川地处中国南北气候分界线,优越的地理位置和独特的气候条件,造就了千姿百态的四季风光,塑造了各具特色的冬日景观,既有银装素裹的巍巍蜀山,也有暖阳高照的魅力攀西。

这个冬季,四川以“赏蜀山冰雪·享攀西暖阳”为主题,从2024年12月到2025年3月,推出“冬游四川”消费季系列活动,将开展5000场文旅活动,发放1.5亿元文旅“大礼包”,推出滑雪场、特色温泉、重点旅游度假区等7类优质冬季旅游产品,邀请广大游客来四川感受“吃住行游购娱”的“六边形”妙趣。

据介绍,2024“冬游四川”

消费季推出的产品更“酷炫”,滑雪场、特色温泉、重点旅游度假区等7类优质冬季旅游产品焕新升级;活动更“热辣”,精心策划的“四季村晚”、多彩灯会等17项主题活动汇聚传统与时尚;线路更“精彩”,世界遗产经典之旅、萌宠大熊猫生态之旅、寻觅香格里拉之旅、烟火成都City Walk之旅等10条“串珠成链”的精品旅游线路,整合四川五大自然和文化遗产以及各类优势资源;服务更“巴适”,1.5亿元文旅“大礼包”涵盖0元购、4A级及以上旅游景区10万张门票免费赠送、入境旅游奖励等6项优惠和奖补政策。

当天,来自四川省研学旅游产业促进会、四川省旅游协会等文旅行业代表发出提供优质服务的倡议,将进一步完善安全防范措施,营造让游客玩得放心、玩得舒心的畅游环境。

新华社(记者童芳)

专家支招冬季呼吸道疾病防治

新华社北京12月7日电(记者李恒)冬季气温低,呼吸道疾病易发。专家提示,公众在保持良好的个人卫生习惯时,对于有疫苗可预防的呼吸道传染病,应尽早按照接种程序接种疫苗,儿童、老年人和有慢性基础性疾病的人群尤其应注意疫苗接种。

中国疾病预防控制中心研究员王丽萍介绍,根据全国呼吸道哨点监测第47周的监测结果显示,目前急性呼吸道传染病总体仍处于相对低的流行水平,但呈现上升趋势,主要是体现在0至14岁年龄段的人群发病病例有所增加。

王丽萍介绍,从监测数据来看,在0至4岁的门诊流感样病例和呼吸道感染住

院病例中,常见检出阳性的病原体是鼻病毒、肺炎支原体、副流感病毒、腺病毒和呼吸道合胞病毒等;5至14岁门诊急诊流感样病例和呼吸道感染住院病例病原体主要是鼻病毒、肺炎支原体、流感病毒和副流感病毒等。

“大雪节气过后,气温显著下降,雨雪会增多,流感病毒、肺炎支原体、呼吸道合胞病毒引起的呼吸道感染感染风险也会上升。”王丽萍表示。

如何预防呼吸道疾病?中国疾病预防控制中心研究员常昭瑞建议,勤洗手,咳嗽和打喷嚏时要用纸巾或肘部遮住口鼻。同时,保持居住和工作环境清洁与通风,通过合理饮食、适量运动和充足睡眠来增强体质。

12月7日,石门镇屈家铺村农民在大棚采摘食用菊花。

寒冬时节,河北省遵化市石门镇屈家铺村的食用菊花大棚一片忙碌景象,农民们忙着采摘、搬运、整理食用菊花,准备装箱外运,供应市场。近年来,遵化市农民积极发展食用菊花大棚种植,实现了增收。

新华社发 刘满仓 摄

