

# “冷”资源“热”起来 冰雪经济彰显发展新活力

松花江北岸，哈尔滨冰雪大世界。夜幕下，巨型冰柱簇拥组成的“亚洲同心”主塔高大巍峨、流光溢彩，吸引了众多游客驻足欣赏，领略冰雪之城的独特魅力，生动诠释“冰天雪地也是金山银山”的发展理念。

## 冰天雪地 热力无限

春节假期，哈尔滨冰雪大世界吸引海内外游客超过61万人次；大批东南亚游客包机北上，跨越50摄氏度的温差，感受“冰雪奇缘”；亚布力滑雪旅游度假区日接待游客超过2万人次，较去年同期增长20%。

“这些冰雕建筑巧夺天工，堪称人类艺术奇迹！”澳大利亚游客罗宾·拉普索恩游玩哈尔滨冰雪大世界后由衷赞叹，“这里的壮观与美丽，我毕生难忘，必须为中国冰雪艺术点赞。”

冰雪“冷”资源释放经济“热”效应。习近平总书记强调，“把发展冰雪经济作为新增长点，推动冰雪运动、冰雪文化、冰雪装备、冰雪旅游全产业链发展”。

越过山海关、跨过秦岭淮河，随着“南展西扩东进”战略不断推进，近年来我国冰雪运动迎来“爆发式”跨越发展，“带动三亿人参与冰雪运动”已由愿景变为现实，正在改写我国冰雪版图。

重庆推出150余项冰雪主题活动、80余条冬季旅游线路；广东室内雪场打破地域和季节限制，满足雪友需求；新疆阿勒泰冰雪民俗走红，掀起冬季消费热潮……

中国旅游研究院最新报告指出，2024—2025冰雪季，我国冰雪休闲旅游人数预计超过5亿人次，旅游收入有望突破6300亿元，较上个冰雪季大幅

增长。

工业和信息化部数据显示，我国已经形成15大类冰雪装备器材产品体系，基本实现了从头到脚、从个人到场地、从竞技竞赛到大众运动的全产业链冰雪装备器材。相关产品销售收入从2015年不到50亿元增至2023年约220亿元。

新加坡《海峡时报》刊文称，冬季运动热潮点燃千亿美元的巨大市场，中国正在“点雪成金”；路透社报道称，中国冰雪旅游供需两旺、热力十足，有效助推了经济发展；阿联酋《国民报》说，如果《冰雪奇缘》电影里的冰雪女王艾莎来到哈尔滨冰雪大世界，她一定会感到惊叹……

## 文化赋能 发展新局

哈尔滨中华巴洛克历史文化街区，“尔滨故事”带你沉浸式体验百年老街魅力；吉林长春文化广场，《盛世中华》《魅力长春》等大型艺术冰雕生动展现城市历史文化底蕴；辽宁锦州，辽宁首届海洋冰雪节吸引众多年轻人“花式过冬”……

冰雪文化，是自然与人文的交响。从传承千年的新疆阿勒泰毛皮板滑雪、清朝盛行的冰嬉，到现代冰雕艺术、年轻人喜爱的高山滑雪，冰雪文化的功能从古代的谋生手段变成了现代中国老百姓幸福娱乐的方式。

中国旅游研究院调查显示，超过七成人愿意在冬天参与冰雪休闲、冰雪文化和冰雪旅游，超过五成人愿意增加冰雪消费。

冰雪文化，为冰天雪地注入神奇的艺术生命，打开了冰雪经济发展新空间。

在国内冰雪装备特别是中高端产品

市场基本被国际品牌垄断的背景下，国产品牌正在努力研发，着力打造核心优势。在黑龙江，黑龙冰刀、乾叩雪龙、鸿基索道等装备业品牌取得了创新突破，雪地摩托车等制造业产品已出口多个国家，大兴安岭黑河寒地试车、哈工大智能自动化标准冰砌块生产装备、人机互动智慧冰雪景观灯光亮化智能控制技术等新业态新技术不断涌现，新质生产力正加快形成。

蓬勃发展的冰雪经济，已经成为一些地区发展的重要引擎，促进区域协调发展和城乡融合发展。

在贵州六盘水的玉舍雪山滑雪场里，四周密林被白雪覆盖。来自海南、四川、广东等地的游客身着各色鲜艳滑雪服，驰骋在雪道上。

据不完全统计，我国已有滑冰运动场馆1970个，滑雪场719个，新兴类型冰雪亲子乐园、主题乐园等995个。冰雪场馆日益完善，一年四季、室内室外全覆盖，让冰雪运动触手可及，为群众参与冰雪运动创造条件。

冰雪制造业、冰雪服务业“双轮驱动”发展态势基本确立。东北、京津冀、西北已形成冰雪经济“三足鼎立”格局。广州、上海、成都等已跻身冰雪消费热门城市，“温暖的南国冰雪世界”正加快形成。

## 冰雪之上 共绘盛景

当“尔滨”遇上亚冬会，冰雪旅游人气更旺。当地一家高端酒店工作人员统计，近期酒店300间房间在冬季预订量相比夏季增长三成左右，收益几乎翻倍。冰雪赛事的辐射效应显著，带动周边地区协同发展，不仅满足日益攀升的市场需求，更成为经济结构优化升级的

有力体现。

近两年，在各类高水平赛事带动下，“跟着赛事去旅游”成为新热潮。2024—2025赛季，中国将举办28项国际冰雪赛事。国家体育总局也将从多个方面继续推进冬季运动相关的体育赛事经济，包括增加高水平体育赛事的供给，与文、旅、商等各行各业融合发展，进一步优化环境并创造更多的服务场景等。

为巩固和扩大“带动三亿人参与冰雪运动”成果，国务院办公厅2024年印发了《关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的若干意见》，明确提出8个方面24条举措，旨在推动冰雪经济成为新增长点。

根据意见，到2027年，我国冰雪运动场地设施更加完善，服务水平显著提升，冰雪运动更加广泛开展，冰雪竞技国际竞争力进一步增强，冰雪经济总规模达到12万亿元。到2030年，冰雪经济总规模达到15万亿元。

近期密集召开的地方两会上，可以清晰看到：乘着“冬”风，多地顺势而为，积极培育冰雪经济，打造新产业、新模式、新动能。

冰雪经济作为经济新增长点，未来在规划编制、政策扶持上也将获得多方支持。

只有不断创新，才能为冰雪经济的发展提供源源不断的动力；只有全产业链的高质量发展，才能推动冰雪经济的高质量发展。

政府引领、企业主体、社会参与，多元共治的模式为冰雪经济注入了强劲动力，一幅冰雪经济蓬勃发展的壮丽画卷，正在徐徐展开。

（据新华社北京2月5日电）

# 中央层面整治形式主义为基层减负专项工作机制会议召开

**据新华社北京2月5日电** 中央层面整治形式主义为基层减负专项工作机制会议2月5日在京召开。中共中央政治局常委、中央书记处书记蔡奇出席会议并讲话。他强调，要深入学习贯彻习近平总书记关于加强党的作风建设的论述，锲而不舍落实中央八项规定精神，持续深化整治形式主义为基层减负，推动各级党组织和广大党员干部、干部以优良作风高质量完成“十四五”规划目标任务。

会议强调，要紧扣深入贯彻中央八项规定精神和严格执行《整治形式主义为基层减负若干规定》，聚焦重点任务，深化标本兼治、综合施策，进一步巩固和拓展整治工作成效。要紧盯突出问题一抓到底，把基层的“痛点”作为整治的“靶点”，继续精简文件会议，统筹规范督查检查考核，整治“指尖上的形式主义”，规范创建示范和节庆展会论坛活动。加大力度整治“政绩工程”、“形象工程”、“面子工程”，持续整治人民群众反映强烈的不正之风。要聚焦违反中央八项规定精神、《若干规定》的

典型问题，加大核查通报力度。压实整改责任，强化跟踪指导，推进系统整改、源头治理，坚决杜绝整改中的形式主义。要进一步完善制度体系，健全有利于树立和践行正确政绩观的考核评价体系，完善借调基层干部严管严控长效机制，全面建立乡镇（街道）履行职责事项清单。要持续深化思想政治教育，多措并举推动党员干部特别是领导干部把各项作风要求内化为日常的言行准则。

会议强调，要强化政治担当，不断健全主体清晰、要求明确、层层负责的责任体系，巩固齐抓共管的工作格局。中央和国家机关要走在前、作示范，全面深入排查本系统本领域问题，细化重点任务落实举措。地方各级党委要用履行好主体责任，拿出更多务实管用、真抓实干。更好发挥专项工作机制作用，整合资源力量，增强抓落实的合力。

专项工作机制成员单位、有关部门、各省市区和新疆生产建设兵团负责同志参加会议。会议以电视电话会议形式召开。

# 国办印发《关于推动成品油流通高质量发展的意见》

**新华社北京2月5日电** 为进一步健全成品油流通管理体系，推动成品油流通高质量发展，国务院办公厅日前印发《关于推动成品油流通高质量发展的意见》，提出5方面21条具体举措。

一是完善成品油流通管理制度。对成品油批发仓储经营实施备案管理，制定并严格执行全国统一的成品油零售经营资格准入标准。督促企业严格落实成品油台账管理规定，推进成品油经营企业信用分级分类管理。二是健全成品油流通跨部门监管机制。要求地方各级人民政府建立成品油流通跨部门联合监管机制，落实属地监管职责。严格落实综合行政执法改革要求，明确日常监管和执法职责。推进成品油流通大数据管理体系建设，加强数据共享应用，加快构建

涵盖批发、仓储、运输、零售等环节的全链条、可追溯动态监管体系。三是加强成品油流通重点领域监管。强化安全生产监管，加强环保达标管理，加强质量计量监管。规范互联网销售成品油行为，严厉打击成品油流通领域违法违规行为。四是促进成品油流通现代化发展。优化成品油零售网点布局，鼓励大型骨干企业将零售体系向农村及偏远地区进一步延伸，支持农村加油站升级改造。支持加油站因站制宜设立便利店，推出便民洗车、汽配维修及保养等服务，提升网点服务水平。促进成品油零售企业连锁经营，加快绿色低碳转型发展。五是保障措施。要求各地区和有关部门加强组织领导，完善激励约束机制，营造良好发展环境，共同促进成品油流通规范有序高质量发展。

# 广电总局要求落实微短剧“分类分层审核”制度

**据新华社北京2月5日电** 记者2月5日从国家广播电视总局获悉，关于进一步统筹发展和安全促进网络微短剧行业健康繁荣发展的通知正式发布，要求落实“分类分层审核”制度。根据微短剧行业发展实际，按照国产网络剧片分级监管、重点监管原则，对微短剧按三类分三个层级进行审核管理，以差异化、精准化管理优化审核流程、提高审核效率。

根据通知，“重点微短剧”（符合特殊题材、总投资额达到100万元及以上、长短视频平台招商主推或在各终端首页首屏推荐播出、自愿按重点微短剧申报等几种条件之一）、“普通微短剧”（总投资额在30万元（含）—100万元之间且非重点推荐）均应报省级以上广电主管部门进行规划备案和成片审查，“重点微短剧”的规划备案由国家广电总局统一备案公示管理。“其他微短剧”（总投资额不足30万元且非重点推荐），由播出或为其引流、推送

的网络视听平台履行内容管理的职责，负责内容审核把关与版权核定，定期将审核剧目信息报属地省级广电主管部门备案。

通知要求，拟在平台首页首屏首推推荐播出的微短剧，由国家广电总局对完成片进行复核。对重大题材或者涉及政治、军事、外交、国家安全、统战、民族、宗教、司法、公安等特殊题材的微短剧，按有关协审工作机制落实审核要求。微短剧的制作方、投资方、推广平台、播出平台等均须对其制作或发布的宣传推广内容审核把关。

根据通知，网络视听平台、小程序、微短剧等播出或引流、推送的所有微短剧，均须持有《网络剧片发行许可证》或完成相应上线报备登记程序。节目上线前须在片头按相应格式要求标注《网络剧片发行许可证》号或节目登记备案号。网络视听平台不得上线传播未标注许可证或备案号的微短剧，也不得为其引流、推送。



## 春风送岗促就业

新春伊始，全国各地组织多场招聘活动，为求职群体提供工作岗位，助力企业复工复产。

图为2月5日，在安徽省亳州市蒙城县庄周街道，求职者在招聘会上了解招聘信息。

新华社发

## 节后复工 生产忙

2月5日是春节假期后首个工作日，各地企业铆足干劲忙生产，力争首季“开门红”。图为江苏省连云港经济技术开发区一家风力设备公司工人在车间内生产风电塔架。

新华社发



# 春节消费亮点纷呈 世界看好中国商机

金蛇迎春，春到福来。中国“春节”申遗成功后的首个农历新年，中国消费市场亮点纷呈，“洋年货”走俏为海外企业带来巨大商机，中外游客“双向奔赴”为国际旅游业注入强劲动能。海外人士表示，看好中国市场前景，期待继续共享中国超大规模市场的机遇和红利。

## 供销两旺——“洋年货”走俏孕育商机

法国葡萄酒、智利车厘子……随着中国开放的大门越开越大，关税总水平不断降低，全球“尖货”成为中国人年货大礼包的重要元素。“洋年货”走进千家万户不仅满足了中国消费者日益多元化的需求，也推动海外企业与生气蓬勃的中国市场携手成长。

法国葡萄酒是中国人春节餐桌上的常客。法国重要葡萄酒产区奥克西塔尼大区国际经济发展局食品与酒业部门负责人凯瑟琳·马沙贝尔介绍，大区高度重视中国市场，积极参与进博会以及“从法国农场到中国餐桌”机制。

“2025年是农历蛇年，经销商准备了各种带有蛇图案的礼品盒来推广葡萄酒。”马沙贝尔说，大区葡萄酒经销商活跃在中国的大型商超、免税店、餐厅和酒馆。

为抓住春节商机，水果制品企业法国安德鲁集团推出了“甜蜜糖果礼包”等特色产品，增加了门店试吃、买赠等活动，收效明显。“我们的预期销量是往年同期的两倍以上，创春节销售业绩

新纪录。”该集团中国区销售总监窦海燕说。

车厘子色泽红润、形状饱满，契合中国人喜爱的红色、圆满等意象，可谓春节送礼佳品。在智利水果出口商协会车厘子委员会执行主任克劳迪娅·索莱尔看来，车厘子作为新春礼物承载了人们对幸福与成功的期盼。

索莱尔说，智利出口的车厘子超九成销往中国，中国市场需求旺盛使车厘子成为智利水果中的明星产品。智利央行统计公报显示，2024年该国车厘子出口额达357.4亿美元，居各类水果之首，较上年增长51.4%。

## “双向奔赴”——中外游客“点燃”春节游红火景象

过大年要买年货、吃大餐，更要安排上丰富多彩的文旅活动。春节假期延长、免签国家增加等利好因素激发了中国游客的出境游热情，海外游客也利用来华便利政策加入春运人潮，沉浸式体验中国春节，中外游客“双向奔赴”为多国旅游业及经济发展注入新动力。

站在桑给巴尔岛洁白的沙滩上，中国游客李晨光和妻子赵雪相视而笑。“这里可以看到塞伦盖蒂草原的动物大迁徙、湛蓝的印度洋，还有乞力马扎罗山的雪峰……”赵雪一脸兴奋地说。

有人钟情非洲的自然风光，也有人喜欢东南亚的热带风情。大年初二午后，新加坡“詹爷爷”冰淇淋摊前有近40人排队等候。“最近，中国游客占一

半以上。春节前后，每天能比平时多卖大概20%。”年逾七旬的摊主詹裕秋说。

随着赴新加坡的中国游客消费观更加多元化，闹市中充满文艺气息的百胜楼成为游客新宠。百胜楼一家设计书店老板阿卜杜勒·纳赛尔对中国游客印象深刻。“他们喜欢寻找独特的设计类书籍。”

这个春节，马来西亚吉隆坡国际机场也经历了“春运”。忙碌的机场记录了中国游客对热浪沙滩的期待，也见证了马来西亚游客对中国北方冬日风光的憧憬。

“穿东北大花袄一起打卡‘冰雪大世界’雪雕冰雕、登长白山看天池、去东北饭馆品尝锅包肉……”带团前往哈尔滨的马来西亚苹果旅游集团领队周景郎向记者详述行程计划。

据中国国家移民管理局统计，今年春节假期全国边检机关共计保障1436.6万人次中外人员出入境，较去年春节同期增长6.3%。

## 前景广阔——消费折射中国经济潜力

春节消费热潮之下，消费新业态、新场景不断涌现，数字、绿色、健康相关消费热度攀升，让海外人士感知中国经济的韧性活力。他们期待以春节为契机，把握中国市场消费新趋势，共促消费潜能释放，共享中国消费市场“蛋糕”。

法国乳制品公司菲特集团董事长埃尔夫·拉诺埃说，中国市场已形成更注

重品质和健康的消费趋势，比如，集团旗下拥有原产地保护标志的黄油等产品获得中国客户高度赞赏。他坚定看好中国市场消费潜力。

几年前，智利车厘子出口商吉制公司出口部经理埃尔南·加尔塞斯敏锐地洞察到中国商机。他举家搬到上海，并设立了公司中国办事处。“我们希望继续开拓中国市场，发展电子商务，强化品牌形象。”加尔塞斯春节期间告诉记者。

在旧换新政策助力带动下，中国消费者“焕新”热情高涨，促进数码产品等消费走高，也令一些外国品牌看到更大商机。《日本经济新闻》报道，2024年包括无反相机在内的全球数码相机出货额恢复到数年来最高水平。中国Z世代年轻人在社交平台上发布精美照片的需求是这背后的重要推动力，相关企业正考虑增强产品性能以持续吸引消费者。

中国消费市场展现的广阔前景让许多国家渴望加强对华合作。“对坦桑尼亚旅游业来说，中国春节是极具战略意义的商机。”坦桑尼亚旅游局长埃弗拉伊姆·马富鲁说。

中国的春节，世界的年味，春节消费热潮为世界经济注入融融暖意。海外人士认为，随着中国出台更多经济提振措施，中国消费潜能将不断释放，新型消费将培育壮大，为高质量发展提供有力支撑，中国将继续为世界经济增长作出重要贡献。

（新华社北京2月5日电）