

南北携手共绘万亿冰雪经济新版图

新华社记者 何磊静 王镜宇 王君宝

今年政府工作报告提出“积极发展冰雪运动和冰雪经济”。过去这个冬天，“冰雪热”席卷大江南北，《中国冰雪旅游发展报告(2025)》预测，2024—2025冰雪季，我国冰雪休闲旅游人数有望达5.2亿人次，冰雪休闲旅游收入预计突破6300亿元。冰雪运动“南展西扩东进”催生了南北联动、四季运营的产业新业态，南北方正努力绘就万亿冰雪经济新版图。

冰雪热潮，从冬季“顶流”迈向“四季长红”

近年来，在北京冬奥会、哈尔滨亚冬会等重大体育赛事带动下，我国掀起了冰雪经济新一轮又一轮热潮，冰雪“冷资源”持续转化为经济发展“热动力”。

从冰雪运动参与情况来看，热度可见一斑。这个冰雪季以来，我国已举办58项国际国内高水平冰雪赛事，全国滑雪场累计接待客流超1.9亿人次，同比增长22.8%。业内人士表示，如今大众对冰雪运动的关注度和参与度显著提升，曾经的“小众运动”已成为广受青睐的“大众运动”。

“过去滑雪必须北上，现在家门口就能滑！”江苏省无锡市市民王琳琳从138米长的雪道上飞驰而下，尽情享受滑雪乐趣。这位滑雪初学者最近每周都到当地的室内滑雪场练习滑雪。这座1.75万平方米的滑雪场，每天吸引数百名滑雪爱好者，其中约70%的客流来自长三角地区。

冰雪运动场地近年来发展较快，为冰雪爱好者提供了广阔舞台。2024年全国体育场地统计调查数据显示，全国冰雪运动场地

达2678个，其中有不少在“雪迹罕见”的南方地区。冰上飞舞、雪场飞驰不再是北方专属，越来越多南方老百姓在家门口可实现“滑雪自由”。

冰雪运动普及带动了全产业链发展。统计显示，去年11月至今年1月期间，亚冬会带动哈尔滨冰雪装备制造、文创IP等产业销售发票金额同比激增970.5%；这个冰雪季，哈尔滨冰雪大世界单日最高客流量突破10万人次，创历史新高，全国滑雪场内相关消费超350亿元。

政策“暖风”，让南北共享“冰雪+”红利

冰雪经济蓬勃发展，离不开政策加持支持。2024年11月，国务院办公厅印发《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》；去年年底举行的中央经济工作会议提出，积极发展首发经济、冰雪经济、银发经济；今年政府工作报告提出“积极发展冰雪运动和冰雪经济”；今年《提振消费专项行动方案》提出，推动冰雪消费。国家体育总局局长高志丹表示，将持续拓展冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的良好态势，稳住冰雪经济总规模万亿元的基本盘，力争到2030年达到1.5万亿元的目标。

一系列助推冰雪经济发展的政策如暖风拂面，生产雪板、雪服等冰雪装备的企业持续增多，与冰雪旅游相关的餐饮、民宿、交通等行业发展迅猛。各地纷纷以“冰雪+”为抓手，创新消费场景，拓宽冰雪产业的发展空间。

比如，北京发放冰雪消费券，推出冰雪灯光秀、亲子挑战赛等特色活动；新疆阿勒泰让

游客沉浸式体验参观，挖掘滑雪起源地历史文化。南方多地也投身其中，深圳引进高水平冰雪赛事；江苏开展冰雪节、冰雪研学等多种形式的冰雪活动；四川凭借“暖雪”等独特自然及人文优势，打造冰雪旅游新场景。

无锡灵山文旅集团战略规划委员会主席吴国平认为，做强“冰雪+”产业，要实现“需求牵引供给、供给创造需求”的动态平衡，加快冰雪旅游与冰雪运动、冰雪文化、冰雪装备制造等业态的融合发展。

中央财经大学体育经济研究中心主任王裕雄表示，冰雪经济商业模式正得到重塑，由观赏型简单消费模式向深度体验式、社交式消费模式转变。冰雪经济具有产业链条长、导流效应大、社会效益高等特点，对拉动内需、促进就业等具有积极作用。

南北协同，合力构建冰雪经济共同体

专家表示，面对万亿冰雪经济市场，“冰雪+”产品将更注重场景营造、情绪价值满足和科技赋能，南北方各有发展优势，可携手做大做强冰雪产业。

从收集滑雪过程数据并分析的智能滑雪鞋垫，到能供热5小时的发热雪地运动鞋，让人足不出户体验滑雪的VR模拟滑雪机……目前我国已形成15大类冰雪装备器材产品体系，其中离不开南北方资源互补的贡献。

黑龙江冰雪产业研究院院长张贵海说，东北冰雪装备制造产业起步较早，有一定历史积淀，但伴随冰雪运动在南方逐渐普及，很多南方企业顺势而为，

踊跃投身冰雪装备制造领域。“目前东北在轻工产业上和南方部分地区出现了一定差距，对于冰雪产业，我们可以做有东北特色的大型装备以及智能型装备。”

税收数据显示，2024年滑雪装备销量增速前十名的省市中有八个来自南方地区，其中福建、安徽等省份去年滑雪装备销量增速超100%。“冰雪运动创造新的经济增长点，部分南方省份完善的产业链和强大的生产能力，可以推动运动流行与产业热度相互促进。”吴国平说。

张贵海表示，得益于自然禀赋，北方能发展成体系的旅游、赛事、培训等服务；南方很多企业则在研发制造上有优势，可以专注某个赛道深耕，形成互补。“通过南方生产满足北方需求，南北相得益彰，也是‘内循环’一个很好的模式。”

专家指出，为实现冰雪经济“南北共赢”，可构建南北冰雪经济共同体。一方面推动技术共享，另一方面互通客源。北方主打冬季户外滑雪旅游，南方聚焦四季室内体验，可以联合推出“冬北夏南”主题线路。

“譬如哈尔滨冰雪大世界等园区可与南方室内场馆联动，推出跨区域冰雪旅游套餐，形成季节性互补。还可探索冰雪旅游联名IP产品、主题周边、赛事合作等。”吴国平说，冰雪产业能否开发成功，关键在于能否打造无法被轻易替代的优势。

(新华社南京3月18日电)

唱响中国经济“光明论”



尽享春日芳华

这是3月18日拍摄的山东省济南市大明湖景色(无人机照片)。仲春时节，人们走进大自然，尽享春日芳华。

新华社发 徐舟 摄

记者手记：营养食育让更多孩子告别“小胖墩”

新华社记者 徐鸣航

3月17日下午，一场别开生面的营养食育讲座走进北京市西单小学。这是北京协和医院西单院区开展“医校‘协’手·健康相伴”系列讲座的第四场。

“小朋友们每天会吃蔬菜和水果吗？”“怎么判断自己是否超重呢？”……

台上，北京协和医院临床营养科副主任陈伟抛出一个个问题；台下，上百位小学生积极举手、热情互动。

“今天听了陈老师的课，我要更加注意饮食，多吃蔬菜水果，增加运动。”西单小学五年级学生妍妍告诉记者，她很喜欢跳舞，也希望可以保持苗条的身材，通过这次讲座，收获不少“科学减重”的干货。

吃多样化食物、参加体育活动、保证吃好早餐、少吃零食、控制含糖摄入……陈伟为孩子们总结了详细的“饮食原则”。“小学阶段是健康习惯养成的关键期，也是生长发育的关键期。我们将营养知识带进小学，就是为了让小朋友们

能够及早养成良好的饮食、运动习惯。”陈伟说。

根据《中国居民营养与慢性病状况报告(2020年)》，2018年我国成人超重率和肥胖率分别为34.3%和16.4%，6至17岁儿童青少年超重率和肥胖率分别为11.1%和7.9%，呈逐年递增趋势。国家卫生健康委此前发布的《体重管理指导原则(2024年版)》也指出，有研究预测，若该趋势得不到有效遏制，2030年我国成人、儿童超重肥胖率将分别达到70.5%和31.8%。

对此，国家卫生健康委等16部门联合印发的《“体重管理年”活动实施方案》，明确强化父母是儿童健康教育第一任老师的责任，培养儿童青少年形成动态测量身高、体重、腰围的健康习惯；开展健康学校创建行动计划，落实课程课时要求，拓展健康教育渠道。

“我们学校配备营养午餐，保证学生每天除了课间活动，还能上好一节课。”西单小学党委书记王宏说，希望通过越来越多的健康知识进校园活动，让学生无论在校内还是校外，都能自觉加强自我的健康管理。

“学习健康知识，不仅有助于未成年人健康成长，还可以小手拉大手，带动家庭和社区。”北京协和医院西单院区事务管理处处长常青表示，“医校家”携手，将带来更大的辐射效应。

陈伟告诉记者，未来将打造面向儿童青少年的标准化营养课程，让他们从体重管理开始，成为自身健康的第一责任人。

望着眼前这些生动活泼的面孔，记者也衷心希望，越来越多的祖国花朵能够告别“小胖墩”、不做“小豆芽”。

(新华社北京3月18日电)

科技护航 果蔬飘香

——青海促进智慧“温棚”发展见闻

新华社记者 解统强

清晨薄雾还未消散，青海省海东市乐都区洪口镇姜湾村的乐都高原绿色蔬菜育苗基地智能温室却已悄然“苏醒”。

走进温室，补光设备可以将光线调节到合适的区间；水肥一体化管网如毛细血管般密布；智能温控系统将室内温度恒定在合适的温度……

随着工作人员操作控制系统，覆盖16栋日光温室、200栋拱棚的智能装备开始运作。育苗架上，成千上万株辣椒苗正舒展嫩叶，根系监测传感器实时传回生长数据展示在中央控制室的电子屏上。

“以前自己育苗就像碰运气。”种植大户路呈存掏出手机展示对比照，他说，前几年自育苗存活率不足六成，去年通过改进育苗技术和改造育苗设备，他的8亩辣椒增收近4万元，今年他早就预订了5万株新品种苗。

“我们给每栋温室都建立了数字档案。”乐都高原绿色蔬菜育苗基地温室大棚技术管理人员韩占华拿出平板电脑介绍，通过“智慧农业云平台”，他可以实时掌握气象预警、墒情监测、病虫害识别等12个功能模块的数据。

乐都高原绿色蔬菜育苗基地年育苗能力突破1000万株，涵盖20余个新品种；水肥精准控制系统节水约65%；种植大棚里辣椒、草莓、西红柿等果蔬实现四季不断档。

如今，乐都区已成功培育乐都长辣椒、彩椒、大红椒等多个优质嫁接苗品种，并在核心基地进行示范推广累计达100余万株。

在青海省海西蒙古族藏族自治州格尔木市，3月的一场春雪让格尔木绿科苑农业高新科技有限公司的温室大棚披上银装。公司技术员杨永超哈着白气，手指在手机屏幕上轻点，40多座温室的智能卷帘应声而动，为温室盖上御寒的“棉被”。

走进温室，杨永超蹲在番茄架前，抓起一撮改良土壤，告诉记者：“三年前这里还泛着白碱，现在土壤有机质含量提升了两倍。”他手机里的智慧农业App显示，经过电能驱动的精准控温系统调节，温室土壤盐分浓度已稳定在番茄适宜生长的区间。

如今，格尔木绿科苑农业高新科技有限公司700亩的智慧农场中，建设有161座温室，80多个新品种依托水肥一体化系统茁壮生长，电子屏实时显示土壤酸碱度、光照强度等数据……

“今年以来，我们已为海西州1000多家企业的大棚提供电力保障，累计发送电量50000千瓦时。”国家电网青海省电力公司海西供电公司负荷管理专责沈勇说，近期，他们将进一步加大巡检力度，尤其是针对即将到来的大风沙尘天气，提前做好防护措施，为大棚用电筑牢安全防线。

科技赋能的种子正在青藏高原生根发芽。近年来，青海省积极推进基层农技推广体系改革与建设，发挥果蔬产业技术体系和科技平台的科技支撑作用。智能温控装置、水肥一体化灌溉系统等一批智能设施，让高原上的设施农业蓬勃发展。

(新华社西宁3月18日电)

成就展示

热点关注

在当今互联网时代，网购已成为人们重要的生活方式。然而，随之而来的网络消费陷阱、纠纷也不时发生。记者近日采访发现，虚假发货、单货不一致、货不对板等问题频发，且具有隐蔽性，一些商家浑水摸鱼，违法套利，严重侵害了消费者权益。

“虚假发货”“买A发B”因何发生？

不久前，天津市民刘梅(化名)在某电商平台下单购买一个浴室置物架，结果收到了一块洗碗布，正在纳闷时，打开手机电商平台App发现，所购买商品显示已签收。于是，她向商家询问，商家回复说洗碗布是赠品，真正商品有另一个快递单号，可凭号去快递驿站取。

刘梅根据商家提示拿到了一包快递，包裹上的信息显示，收货地址是自己的，但姓名和手机号不符，她将信将疑拆开了快递，发现商品的品牌与自己下单购买的并不一致。经查询，二者价格相差两倍以上，刘梅感觉被“坑”了，于是向电商平台客服投诉。

刘梅在接受采访时表示，她已不是第一次遇到这样的问题，之前还有一次快递单号不对，但收到的商品没错，她就没在意，但这次商品的品牌、价格都不符，难以接受。

“第二天，我没有收到平台客服的回复，却接到了商家的电话，希望私下赔偿，让我撤销投诉。我不同意，继续找了客服。”刘梅说，经过连续几天反复沟通，她最终同意由商家和电商平台分别给予一定补偿，合计100多元，仍不及订单价格。至此，这一纠纷告一段落。

记者在“黑猫投诉”平台上看到，关键词中包含“虚假发货”的投诉达23.4万条，涉及多个电商平台，“显示已签收却没收到货”“物流信息不对”“货不对板”等问题频发。在社交媒体上，关于网购“虚假发货”的讨论也是热点话题之一。

从事电商行业多年的李磊(化名)告诉记者，快递发“AB单”现象目前主要来自无货源商家，即一个是购物平台上填报的物流信息(快递号A)，另一个是实际发货的单据(快递号B)。

“例如在某电商平台上，商家为了增加曝光率，往往会加上专属物流的标志，而无货源商家会从该平台发一个空单或赠品单，再从其他平台下单实际商品，目的是为了赚差价。”李磊说。

明令禁止为何屡禁不止？

记者梳理发现，目前各大电商平台均已明令禁止“无货源店铺”，并发布相关治理公告，一些电商平台曾公布过打击虚假发货的案件，一些不法商家已付出了相应代价。但类似的投诉案件为何仍然频繁发生？记者调研发现，其背后有多重原因。

——不法商家牟利。多位业内人士表示，虚假发货起初用于平台商家刷单，目的是增加流量和关注度。“我们刚开始是在专门网站买物流单号，三毛钱一个，后来监管严了，公司几个员工之间互相刷单涨流量，许多商家对于这一套路十分熟悉。”李磊说，如今，无货源商家为了同时获得流量和利润，面对真实客户，也采用虚假发货方式赚差价，盈利空间可观。

——消费者“小惠即安”。许多消费者坦言，网购就是图个便利，“多一事不如少一事”，如果商品没问题，也就不吱声了，再加上商家给了赠品，便不再追究物流环节的瑕疵。对于个别较真的消费者，商家会主动提出“仅退款”或现金赔偿，消费者时间和精力有限，若商品价格不太高，通常不会过多纠缠和追责。对于商家而言，面对大量的消费群体，总体算来也不吃亏。

——电商平台“和稀泥”。刘梅说，此次纠纷中，平台客服专员的态度模棱两可，倾向于让商家和消费者自行解决。天津财经大学组织创新与治理研究中心主任彭正银认为，对于虚假发货等侵犯消费者权益的行为，商家负直接责任，平台也有失察之责。彭正银说，近几年，平台对商家的资质审核比较严，但对于物流信息、货品品质等问题缺乏有效监管手段和管理标准。

清明网络消费生态如何打造？

当前，平台经济、直播电商作为中国经济发展的新业态、新模式，发展迅猛，活力十足。国家统计局公布的数据显示，2024年，全国网上零售额155225亿元，比上年增长7.2%。其中，实物商品网上零售额130816亿元，增长6.5%，占社会消费品零售总额的比重为26.8%。

在此背景下，如何推动电商平台规范有序发展，打造清明网络消费生态？解决假冒伪劣、虚假宣传等顽疾是当务之急。

商家树立诚信经营的理念是保障消费者权益的基础。天津辰一律师事务所律师常扬表示，买卖双方通过信息网络方式订立买卖合同，须承担合同约定的责任。

消费者的维权意识还需提升。根据消费者权益保护法，一旦商家的行为构成欺诈，消费者有权获得三倍购物价款的赔偿，赔偿额若低于500元，则按500元计算。“事实上，这一赔偿标准往往难以落实，消费者需进一步提升维权意识，保存好订单信息和沟通记录等证据。”万商天勤律师事务所律师邢国华说。

专家认为，电商平台的治理能力亟待提升。彭正银说，网络平台作为数字经济的核心载体，已成为引领经济高质量发展的重要力量，建议构建平台数字治理准则，通过亮黄牌、累计记分处罚制等方式，让监管落到实处。

南开大学中国公司治理研究院院长李维安表示，电商平台作为连接消费者与商家的桥梁，应确立“向善”的平台治理导向，建议利用大数据、人工智能等技术，实时监测交易参与者的行为和物流信息。同时，政府监管部门与电商平台建立信息共享机制，及时将涉嫌违法的商家信息通报给相关部门，形成监管合力。

(新华社天津3月18日电)

网购「虚假发货」缘何屡屡发生？

新华社记者 王宁