

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能实现“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,离不开政策加力支持。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,要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)

我国可重复使用 运载火箭发动机技术取得新突破

新华社西安3月18日电 (记者 付瑞霞 宋晨)记者18日从中国航天科技集团六院获悉,近日,由中国航天科技集团商业火箭有限公司抓总研制的可重复使用运载火箭完成二子级动力系统试车,试验获得圆满成功,标志着我国商业航天在可重复使用运载火箭发动机技术上取得新突破。

据悉,此次二子级动力系统试车采用的YF-102系列真空版YF-102V发动机,由陕西航天商业火箭有限公司抓总研发。YF-102V开式循环液氧煤油高空发动机应用于低成本中型运载火箭二子级,具备多次启动和双向摇摆功能,具有性能高、推质比高、性价比高的优点,可提供低成本大规模进入空间的能力,兼具经济性和可靠性双重优势。此次试车任务中该款发动机表现完美,实现了发动机多次启动、多次点火、入口参数大范围变化及长时间预冷适应能力的有效考核。

科研团队以“低成本+快迭代”的创新模式加速技术突破,历时两年半,攻克了十几项技术难关。目前,YF-102V发动机已具备交付条件,预计今年将首次执行商业飞行任务。

五部门部署加快建立 绿色能源消费促进机制

新华社北京3月18日电 (记者 魏玉坤)记者18日从国家发展改革委、国家发展改革委会等五部门联合印发《关于促进可再生能源绿色电力证书市场高质量发展的意见》。意见从市场供给、消费需求、交易机制、应用场景、绿证走出去等方面提出十七条可操作可落地的具体措施。

加快推进可再生能源绿色电力证书市场建设,是健全绿色低碳发展机制的重要内容,是经济社会发展全面绿色转型的内在要求。意见明确,到2027年,绿证市场交易制度基本完善,强制消费与自愿消费相结合的绿色电力消费机制更加健全,绿色电力消费核算、认证、标识等制度基本建立,绿证与其他机制衔接更加顺畅,绿证市场潜力加快释放,绿证国际应用稳步推进,实现全国范围内绿证畅通流动。到2030年,绿证市场制度体系进一步健全,全社会自主消费绿色电力需求显著提升,绿证市场高效有序运行,绿证国际应用有效实现,绿色电力环境价值合理体现,有力支撑可再生能源高质量发展,助力经济社会发展全面绿色转型。

意见明确,加快可再生能源发电项目建档立卡,原则上当月完成上个月并网项目建档立卡。推动绿证在全国范围内合理流通,各地区不得以任何方式限制绿证交易区域。健全绿证价格形成机制,加强绿证价格监测,研究建立绿证价格指数,引导绿证价格在合理水平运行。

意见从灵活满足用户多样化绿色电力消费需求角度出发,提出了完善绿证交易和绿色电力交易机制的具体举措,包括健全绿证市场价格机制、优化绿证交易机制、完善绿色电力交易机制等。

国家能源局有关负责人表示,意见的印发,有助于充分激发绿色电力消费需求,释放绿证市场活力,对以更大力度推动可再生能源高质量发展,更好助力经济社会发展全面绿色转型意义重大。

工业和信息化部发文指导 建设数字化能碳管理中心

新华社北京3月18日电 (记者 张晓洁 张辛欣)记者18日获悉,工业和信息化部近日印发《工业企业和园区数字化能碳管理中心建设指南》,加强工业节能降碳管理,支撑构建系统完备的碳排放双控制度体系。

根据指南,工业企业和园区通过数字化能碳管理中心建设运行,实现对能耗和碳排放的精准化计量、精细化管控、智能化决策与可视化呈现,持续提升节能降碳管理能力,有效支撑能源利用效率提升和碳排放降低,促进绿色低碳转型。

指南明确,数字化能碳管理中心具备能耗查询、计算、分析、能效对标、优化、用能与碳排放预算管理、碳足迹核算等功能。工业企业和园区可结合自身行业特点、实际需求等,确定开发建设的具体功能。

此外,数字化能碳管理中心的系统架构包括基础设施、数据采集、数据架构、模型组件、业务应用和互动展示。工业企业和园区需依据节能降碳及信息系统建设相关国家标准、行业标准和政策要求等,开展系统架构建设并持续更新。

研究说大西洋经向翻转环流本世纪 将减弱但不会崩溃

新华社伦敦3月18日电 (记者 郭奥)受全球变暖的影响,对全球气候特别是欧洲气候有重要影响的大西洋经向翻转环流(AMOC)预计将减弱。但一项日前发表在《自然》杂志上的研究认为,该洋流在本世纪不大可能全面崩溃。

大西洋经向翻转环流是将热量从热带输送到更高纬度的洋流,如果没有它,欧洲西北部等地的气温将会低很多。它也是地球气候系统的关键组成部分,即使发生微小变化,也可能在全球范围内引发连锁反应。此前研究预测,全球变暖将大大削弱大西洋经向翻转环流,但会不会减弱到崩溃的程度还不确定。

在最新研究中,英国埃克塞特大学等机构研究人员分析了34个气候模型,结果显示,大西洋经向翻转环流对极端气候条件具有一定适应能力。在持续的南大洋风的驱动下,南大洋的上升流将有助维持大西洋经向翻转环流,防止其彻底崩溃。

据介绍,这项研究支持了联合国政府间气候变化专门委员会的相关评估结果,将有助于科学界更好理解全球变暖对世界气候、生态系统等方面的影响,从而更好地采取应对措施。



这是3月18日拍摄的停靠在新西兰克赖斯特彻奇市利特尔顿港的“雪龙2”号。

正在执行中国第41次南极考察任务的“雪龙2”号18日在新西兰克赖斯特彻奇市利特尔顿港举行公众开放日活动,当地政界、民众约600人登船参观。新华社发(严歆韵 摄)



2025年“中华美食荟”活动 在湖北武汉启动

3月17日,消费者在2025年“中华美食荟”湖北潜江摊位参观。当日,2025年“中华美食荟”活动在湖北省武汉市启动。活动以“乐享中华美食,共创美好生活”为主题,配套举办中华美食市集等特色餐饮促消费活动,培育餐饮消费新热点。

(新华社记者 肖艺九 摄)

网购“虚假发货”缘何屡屡发生?

新华社记者 王宁

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、纠纷也不时有发生。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,收货地址是自家的,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,“显示已签收却未收到货”“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”的讨论也是热门话题之一。

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号(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,网购就是个图个便利,“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格,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。

清朗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,打造清朗网络消费生态?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)