

“冰雪热”再升级

春节临近，年味渐浓。看看网购平台，年货福利持续上新；逛逛商超集市，优惠折扣和活动不断。传统与新潮交织，线上与线下融合，年味里的消费市场暖意融融。传统旺季叠加“以旧换新”政策东风，促进消费潜力不断释放，激扬澎湃发展活力。

过年的仪式感，从置办年货开始。今年年货买什么？有人追求生活用品性价比，有人更注重消费商品的情绪价值，还有人主张理性消费，不为“过年”而买，只为“需求”消费。其实，大众年货消费理念已悄然发生变化，不仅在乎节日关怀和祝福的心意表达，而且追求体验升级的新意，吃喝玩乐更趋精致多元。

新需求催生新消费。近年来，线上年货节逐渐兴起。电商平台纷纷推出年货促销活动，不仅方便快捷，而且为消费者提供了更多选择和更优惠价格。“2025全国网上年货节”启动以来，各地、各电商平台围绕春节期间餐饮购物、文娱旅游等消费热点举办各具特色的配套活动。除坚果零食、年宵花等传统年货外，以运动手表等为代表的健康品类产品销量大涨，创意摆件、摇钱树等高单品类热卖，泰国榴莲、云南蓝莓、智利车厘子、俄罗斯帝王蟹等食材也很受欢迎。

新鲜新潮之外，非遗年货也备受关注。乙巳蛇年春节，是“春节——中国人庆祝传统新年的社会实践”被列入联合国教科文组织《人类非物质文化遗产代表作名录》后的首个春节。各地聚焦“非遗”特色，开展年货购物月、活动，如湖北推出雕花剪纸、襄阳香包、内蒙古主打乌拉特刺绣、布里亚特娃娃、青海精选河湟剪纸、河湟皮影等。敲年鼓、印春贴、猜灯谜、舞龙狮……在中国非物质文化遗产馆展出的“过年——春节主题展”上，多姿多彩的民俗活动为游客带来沉浸式体验。非遗年货在传承和创新中不断发展，展现独特魅力。

购新补贴激发“换新”活力。年货市场购销两旺，得益于政府和市场的“两只手”协同发力。从2024年前11个月的数据看，“以旧换新”等政策带动汽车、家电、家装厨卫等产品销售额超1.3万亿元。其中，绿色、智能产品备受青睐。近日，中央财政已经下达2025年消费品“以旧换新”首批资金810亿元。1月15日，商务部等5部门印发购新补贴实施方案，明确手机等数码产品每件最高补贴500元，买冰箱等12类家电产品每件最高补贴2000元。这些政策对消费者和市场都是重大利好。

年货经济不只是“买买买”，也是观察经济发展态势的重要窗口。从商品生产销售到物流配送服务，是对整个产业链运转的考验和检视。同时，这里有消费理念的变化、消费体验的升级、消费服务的演进，更有人人们对美好生活的向往。随着一系列促消费政策全面有效实施，各种展览、展演、展销等活动精彩纷呈，市场供给端不断给力“上新”。期待城乡融合更加便利，消费环境持续改善，为消费者带来更多惊喜和满足。

李万祥

人们在滑雪运动中享受冰雪带来的乐趣。

新华社记者 杜宇摄

产品主打差异化

本报记者 孙潜彤

辽宁今冬冰雪消费突出差异化，开展“花式过冬 嗨游辽宁”系列冬游活动，各地冰雪消费持续上新。仅2025年元旦当日，辽宁即接待游客267.2万人次，同比增长16.07%；实现旅游综合收入18.7亿元，同比增长15.43%。

雪上疾速几个“S”弯，来个帅气的急停，南方游客慕晓摘下雪镜说了声“爽”。辽宁雪道滑雪场今冬开板以来，“不咋冷、不咋贵”的差异化优势吸引了不少从外地赶来的滑雪爱好者。滑雪场营销经理潘东说：“伴随辽宁冬季旅游推广季开幕，滑雪场开展了大众滑雪系列赛（营口站）、青少年滑雪训练营等一系列赛事活动，向大众展示冰雪新玩法。”

苏禄全是一名滑雪教练，他觉得辽宁冰雪运动消费特别亲民，适合大众口味。辽宁滑雪具有“暖雪暖冰”特点，室外动人但不冻人，不用穿得很厚重，有轻便、舒适的滑雪体验，可以玩得尽兴却不担心冻伤；“再者，性价比超高，118元的门票含装备，可以畅玩一天”。

不但“不咋贵”，还有额外惊喜。门票、福字大派送，外加网红“八珍福包”……新年伊始，鞍山首届千山冰雪灯节、抚顺非遗打铁花表演、葫芦岛古城新年祈福大典等活动火爆出圈。

辽宁各地在“亲客、利客、便客”方面加大投入力度，持续提升冬季冰雪旅游市场人气和热度。吃住行游娱购一条龙一站式服务，着实带动了辽宁酒店住宿业的火热发展。2024年12月以来，“沈阳酒店”搜索量同比上升超100%，全市各大酒店宾馆纷纷推出别具匠心的服务，吸引外地游客到来。

辽宁促进冰雪消费注重细节，不断完善旅游公路、特色餐饮、接驳系统、便捷支付等基础设施和公共服务，接连推出消费惠民举措，让游客在发现辽宁之美的同时更感受到辽

宁人的好客盛情。

这一点，外地游客一下飞机、火车就能感受到。辽宁省文旅厅联合有关单位共同推出冰雪促消费系列惠民举措。比如“沿着高速游辽宁”自驾游享受优惠权益包、35款“冰雪+保险”文旅专属保险产品、冬游辽宁“吃住行游购娱”全场景金品类平台补贴活动，让游客来辽宁冰雪旅游消费省心更省钱。沈阳文旅服务驿站开在机场、火车站开启迎客活动，向游客赠送精美手绘地图、特色美食、保暖用品、应急用品等。在沈阳，逛早市、夜市可以免费打包，滑雪冷了可以进屋直接上炕“暖和暖和”。

差异化的“花式嗨游”还表现为选项多多。比如富有辽宁独特味道的文旅新业态、新场景——“跟着演出去旅行”“跟着赛事去旅行”“跟着展览去旅行”。锦州市县联动推出千年古塔庙会、北镇庙会、义县奉国寺庙会，将特色民俗展览、非遗民俗表演、年货大集和烧烤美食巧妙地交汇融合，天天好戏连台。此外，辽宁冬日文旅推出的“海上冰雪+温泉康养”线路，更是全国独一份的冰雪消费融合体验，因为辽宁拥有中国最北海岸线。葫芦岛市委常委、宣传部部长张建华介绍，沿着滨海栈道漫步，可观赏观海冰凌景色。就在海边，可一站式体验游古城、泡温泉、吃火锅、赏花灯、逛大集，更具动感的有滑雪圈、打雪仗、看冬捕，冰雪项目“要多嗨儿有多嗨儿”。

辽宁多个城市正在掀起一场“热辣滚烫”的“点亮冬”行动，诚邀游客赏花灯、打雪仗。日前在沈阳打响的“雪合战”，重温儿时记忆，引入运动竞技。辽宁通过举办全民“雪合战”冠军赛，邀请辽宁籍明星、网红回家打雪仗，让更多游客领略“快乐冰雪”的丰富内涵。辽宁省“欢乐冰雪 冬韵辽宁”也因此入选文化和旅游部2024—2025全国冰雪旅游精品线路。

产业链不断延长

本报记者 李景

临近春节，浙江大部分地区的最低气温已降至个位数，伴随着一批拥有先进制冷、造雪、雪道设计技术的雪场不断建成，冰雪娱乐成为华东地区文旅消费者的热门选择。

国家体育总局发布的《大众冰雪消费市场研究报告（2023—2024冰雪季）》显示，华东地区拥有丰富的客源基础和明显区位优势，涌现出诸多冰雪项目和多种滑雪业态。以浙江为例，在2023—2024冰雪季，已拥有滑雪场34座、滑冰场22座，冰雪场馆规模逐步扩大，雪场“冷资源”成冬季消费“热经济”。

在浙江杭州桐庐县合村乡的仙里国际滑雪场，海拔900米的高山区域和10万平方米的滑雪面积，让这里每天都会迎来全国各地的游客和滑雪爱好者。“最近，仙里每天都有1000多人次的客流量，周末每天都超过2000人次。”仙里国际滑雪场营销部负责人陈胜告诉记者，作为360度全景环绕式滑雪场，这里可同时容纳5000人左右，去年整个冬季的接待量在7.6万人次左右，今年有望突破8万人次。

为了让游客享受丰富的冰雪娱乐项目，今年仙里还升级了硬件设施，推出了适合3岁至6岁萌娃的嬉雪乐园和晚上6点至9点的夜滑项目。

作为具备冰雪产业发展潜能的山区县，美丽是桐庐最亮眼的名片。当下桐庐县推进“美丽100”攻坚行动，旅游资源被逐步开发，昔日冷清的山乡，借冰雪项目人气越来越旺，山区里的绣花鞋、青笋干等土特产成为外地游客的“心头好”，在外打工的年轻人纷纷回乡办民宿、开农家饭店。滑雪场不仅有游客带来的“人气”，更聚集了村民增收的“财气”。仅去年，滑雪场所在的合村乡高凉亭村就新增民宿30家，合村乡130家民宿总营业额约1800万元。

浙江湖州安吉县山川乡的云上草原景区近期也人气爆棚。随着2024年底沪苏湖高铁全面开通运营，该景区的日均门票销售量较高铁开通前增长了约30%，工作日平均每天入园人数约3500人，周末约8000人，其明星产品高山滑雪深受游客追捧。7条初级中级高级滑雪道、10余种儿童户外玩雪的新潮项目、500余名专业雪场教练，让游客在冰天雪地玩得火

热。目前，该县已建有云上草原、江南天池2个滑雪场，总面积40余万平方米，成为长三角地区最大的冰雪运动集聚地，初步打响了“南方冰雪小城”品牌。

安吉县文体旅游局党委委员诸海波介绍，从2024年12月17日两大滑雪场陆续开板以来，共接待游客约20万人次，带动旅游收入7500万元。“以滑雪项目引流，全县9家4A级景区都制定了相应的优惠政策。凭上海到湖州安吉的全价高铁票，游客可以免费或半价畅玩安吉所有4A级景区。”诸海波说，如今，以滑雪为纽带，涵盖餐饮、交通、住宿等多业态的冰雪产业链正不断延长，为持续扩大冰雪消费添加新动能。

随着全球冰雪运动热度攀升，浙江冰雪体育用品出口也迎来黄金期。

以浙江远景体育用品股份有限公司为例，这家位于温岭市松门镇的企业是国内较早从事体育运动产品研发与生产的企业之一，随着冰雪经济的火热，公司订单也水涨船高，近期，5万多副滑雪镜即将出厂交付。

“欧洲滑雪季一般从12月开始，这两年市场不错，公司的订单已经排到了今年4月，去年滑雪镜出口额达到了5000万元，同比增长10%。”浙江远景体育用品股份有限公司负责人陈明春说。

此外，冰雪设备制造企业也搭上冰雪消费这趟快车，展现出良好的发展势头。近日，在位于金华市武义县的浙江周立实业有限公司，工程师正在紧张有序地对新研发的4款锂电类扫雪机开展测试。

“在金华海关的指导下，我们从传统的汽油动力产品转型借道锂电产品出海，销售额明显提升。2024年，出口额超3亿元，同比增长超过10%。”公司副总经理张磊说，企业从去年开始转向生产锂电扫雪机，新能源产品凭借更环保、维修保养成本更低、使用感更舒适等特点，获得海外客户好评，市场份额进一步拓宽。“2025年我们将上市4款锂电类新产品，加上去年拓宽的海外市场，相信销量会比往年有所提升。”

游客在浙江湖州安吉县云上草原滑雪场滑雪。（资料图片）

传统文化带热图书市场

本报记者 李丹

2025北京图书订货会上，一大批展现中华优秀传统文化的图书吸引了众多观众的目光。“传统文化备受关注，相关古籍、公版图书创新出版。在融媒体传播助力下，大众出版领域经典书‘二次翻红’。”中国新闻出版研究院出版研究所所长徐升国表示。

2024年底，我国传统节日春节正式被列入联合国教科文组织《人类非物质文化遗产代表作名录》，与春节传统习俗相关的书籍备受市场青睐。在人民邮电出版社展台前，《图说中国传统节日习俗与故事》被两位参观者捧在手里翻看，一边还谈论着应该买回去给家里的孩子们看看。

春节申遗成功进一步提升了中华优秀传统文化的国际影响力，激发国内出版业对传统文化进行深入挖掘和整理，推动更多优秀传统文化作品出版。这些作品不仅丰富了图书市场的品种和数量，更满足了读者对传统文化的深层次需求。

本届图书订货会上，《北京中轴线上的城市》分享会、《北京中轴线（彩绘本）》新书发布会等活动吸引

了许多参观者驻足。不少读者纷纷表示，正是去年7月北京中轴线申遗成功，让自己想去更深入地了解北京中轴线的文化意义和价值，于是有目的地来寻找相关图书。

去年大火的舞蹈诗剧《只此青绿》一直一票难求，与之相关的各类出版物在本届图书订货会上亮相就吸引了众多读者目光。其中既有小朋友喜欢的绘本《千里江山图》，也有第十一届茅盾文学奖获奖作品、孙甘露所著的长篇小说《千里江山图》，更有人民文学出版社与中国东方演艺集团联合出版的《只此青绿艺术设定集》。正如故宫博物院前院长单霁翔所说，《千里江山图》相关周边是故宫博物院开发最成功的案例。

谈到文创周边，不得不提到本届图书订货会上的一个亮点——首次设立了文创展区。这里汇集了众多知名出版机构、新华书店、特色实体店和各大图书馆的文创产品，涵盖了图书周边、文具、配饰、艺术收藏等多个领域，为广大读者带来丰富的文化体验。这些文创产品备受关注的一大主题，就是中华

优秀传统文化。北京国图创新文化服务有限公司带来包括《永乐大典》《四库全书》《山海经》《红楼梦》等系列文创产品在内的十几个系列300余款产品；厦门外图集团带来闽南特色文创和岛岛文创；二十一世纪出版社的“大中华寻宝记”系列衍生文创品牌等也颇受读者欢迎。

苏绣封面笔记本、瓦当冰箱贴、敦煌日历……面对琳琅满目的文创产品，许多观众都不住赞叹，“这创意绝了！”“太可爱了！”“如今文创产品也太卷了吧！”

临近春节，不少观众是带着采购“年货”的任务来逛图书订货会的。“如今过节，都愿意送些有文化氛围、有纪念意义的节日礼物。”来自河北廊坊的观众张媛说。她看中了一款天津杨柳青年画出品的杨柳青年画日历，工作人员介绍，这是一款可撕式日历，内含杨柳青年画主体图案，撕到最后，还可以作为摆件收藏，很有观赏价值。另一位年纪稍长的观众则对“胖娃娃抱鲤鱼”的杨柳青传统年画摆件情有独钟。

把图书作为年货礼物送给孩

子，已成为越来越多人的共同选择。为满足这部分市场需求，不少出版社推出精品礼盒套装。中信出版社推出了《这里是中华》3册礼盒套装，火红的包装凸显节日气氛。工作人员介绍，礼盒装优惠价仅300多元，是过年送孩子的不二之选。此外，一些与传统文化相关的优秀儿童读物也成为抢手“年货”，《二十四节气里读懂中国》《年画里的二十四节气》等巧妙地将节气文化与健康养生、传统中国年画等当下热门话题相结合，让孩子们跟随古老节气习俗了解传统文化；“苗族古歌神话故事绘本”系列、《探寻成语里的中国智慧》等图书通过有趣的插画故事，向孩子们传递祖先顺应天时、敬畏自然的智慧；包含《汉字的故事》《四大发明·指南针》《十二生肖》等绘本在内的“中华优秀传统文化少儿绘本大系”多角度呈现中华优秀传统文化的生活场景，让孩子们在阅读中潜移默化地构建起道德行为体系。“我家早就把过年的压岁钱换成了‘压岁书’，让孩子从小认识到阅读可以带来快乐。”来自北京市石景山区的读者赵晓阳说。



消费者在2025北京图书订货会上挑选图书。

本报记者 李丹摄