

冰雪旅游持续升温，新雪季冰雪消费市场火爆

中新网北京（记者李金磊）

观赏冰雪美景、体验冰雪文化、参与冰雪运动，成为冬季旅游消费市场一道靓丽的风景。当前，冰雪旅游持续升温，新雪季冰雪消费市场火爆。

文化和旅游部持续推动《冰雪旅游发展行动计划（2021—2023年）》相关任务落实，积极回应市场变化和游客需求，引导冰雪旅游市场主体提升服务品质，不断优化消费环境，推动冰雪旅游与相关行业融合，通过扩大冰雪旅游优质产品供给，开展“欢乐冰雪旅游季”等活动等手段，推动冰雪旅游持续升温。

途家民宿报告显示，

截至12月13日，平台含“滑雪”“冰雪”等关键词的民宿预订量比2019年增长7.5倍。

春秋旅游数据显示，预订今年元旦期间出游滑雪的人次超2019年元旦同期200%，其中年轻客群占比70%，16岁以下青少年占比也有明显提升。

飞猪旅行平台数据显示，“双12”活动中，冰雪旅游活动商品销量比去年增长近3倍，长白山、北大湖、亚布力、崇礼、将军山等是冰雪旅游囤货热门目的地。

美团平台数据显示，12月以来，新疆旅游消费预订量（含酒店民宿、景点门票、交通等）同比增长214%。

根据《中国冰雪

产业发展研究报告（2023）》，预计2023年中国冰雪产业规模将达到8900亿元。

在政策和市场等因素综合助力下，各地优化产品和服务供给，拓展冰雪经济链条。冰雪旅游市场迎来大幅度反弹，冰雪业态融合不断加速，游客度假体验不断丰富。

文旅部表示，伴随冰雪运动“南展西扩东进”，“南客北上”“北雪南移”等消费新特点逐渐显现，游客年轻化、低龄化趋势也十分明显。

携程大住宿“数智酒店”数据显示，元旦假期预订冰雪酒店的用户中，多以异地跨省用户为主，并以来自南方地区的消费者居多。

同程旅行数据显示，12月1日至11日，江浙沪游客搜索“滑雪”相关旅游信息的次数是东北三省（辽宁、吉林和黑龙江）游客的1.5倍，广东、湖北等南方省份居民对滑雪的关注度也进入榜单前十。

各地不断扩大优惠举措，满足消费者日益多元化、深度化的需求。

北京举办2023—2024北京冰雪运动消费季，向广大市民游客发放不少于3万张冰雪消费券。吉林投放3000万元冰雪消费券，重点支持青少年参与冰雪运动。四川发放消费券补贴，降低省外来川小型客车高速公路通行费。与此同时，各地滑雪场积极对接细分市场，提供专

属折扣。

自今年10月“欢乐冰雪旅游季”在新疆启动以来，各地纷纷举办冰雪活动和赛事，吸引更多游客参与体验，丰富文体旅融合的冰雪旅游消费方式。

辽宁举办大众冰雪温泉体验季暨辽宁弓长岭国际滑雪邀请赛，持续开展大众冰雪温泉和体育赛事系列体验活动。

内蒙古举办第20届冰雪那达慕，集中展现内蒙古冬季好风景，传递北疆民族好风情。四川围绕“赏蜀山冰雪·享攀西暖阳”主题，开展“冬游四川消费季”活动。

据了解，各地冰雪活动、冰雪赛事仍在火热进行中，将持续到明年3月份雪季结束。



哈尔滨冰雪大世界。中新社发 赵宇航 摄

湖北文旅新宣传语：“知音湖北，遇见无处不在”

中新网武汉（记者梁婷）

湖北文旅宣传语发布会27日在武汉召开，该省正式发布“知音湖北，遇见无处不在”文旅宣传语。

“知音”对于湖北而言，源于三千年前“高山流水遇知音”的典故，知音文化成为湖北独有的文化符号。湖北文旅宣传语历经多轮征集、提炼和论证，在收集到的4万多条宣传语基础上最终确定。

刘备遇见诸葛亮、李白遇见孟浩然、苏轼遇见黄州、欧阳修遇见宜昌……风姿万千的自然奇观与灿若星汉的历史文化，在湖北遇见。

湖北省副省长陈平在发布词中表示，知音既可具象为一个动人的故事，又给人以无限

遐想。知音既是人们一直追寻的世间美好，又是人与人、人与事、人与物以及事与事、物与物之间的凝神观照。“知音”与“遇见”是恰当且唯美的结合。“无处不在”表达了湖北文旅资源的灿烂多姿、深厚兼蓄。

当天，文化学者郦波、熊召政，新东方教育科技集团董事长文化助理、新东方文旅集团副总裁、东方甄选高级

合伙人董宇辉，以及来自美国百老汇著名导演、现代音乐剧制作大师、中央音乐学院客座教授Don Frantz（董方思），法国钢琴表演艺术家理查德·克莱德曼分别通过现场讲述和视频形式，讲述了他们心中的知音和遇见。

会上，湖北省文化和旅游厅厅长李述永发布了“知音湖北，遇见无处不在”主题创作和LOGO全球征集令。



《觅知音踏歌行》古琴演奏。陈明摄

澳门圣诞假期日均入境游客人次较2019年同期升1.3%

中新社澳门

据澳门特区政府新闻局27日消息，23日至26日圣诞节假期期间共超过45.6万人次游客访问澳门，日均约11.4万人次游客访澳，较2019年同期上升1.3%。总游客数方面，亦较2019年同期的45万人次有所增加。

数据显示，假期游客入境情况超越疫情前，旅游复苏理想，并且呈持续增长态势。

12月期间，澳门多项节庆盛事活动持续举行，吸引游客至澳门旅游。由特区政府旅游局主办的“2023幻彩耀濠江”活动在全澳7个地区的34个地点共设置了36个灯光装置和20个互动装置，向观众送上祝福增添节日气氛，同时为居民及游客带来新的夜间娱乐体验，吸引客流带动各区经济。

旅游局表示，元旦及农历新年是澳门下一

个旅游旺季，旅游局将继续与其他特区政府部门、旅游业界、商界及社团合作，全力以赴优化旅游产品、提升服务素质。此外，旅游局也将深化“旅游+”跨界融合，与各界共同促进澳门旅游业多元创新和可持续发展，呈献多元精彩的盛事活动，为游客带来更丰富的旅游体验。

湘菜加速“出海” “味道湖南”香飘国际

中新网（记者唐小晴）

2023“味道湖南”湘菜年度盛典27日在长沙举行。记者在活动上了解到，湘菜正加速走向世界，甚至成了许多海外中餐馆的“招牌菜”。

湘菜属于传统八大菜系之一，在人们普遍认知中，臭豆腐、红烧肉、剁椒鱼头等就是湘菜代名词，“重口味、家常菜、小制作”是它们共同的特征。

近年来，湘菜正以“新面貌”示人。众多湘菜品牌创新求变，以新菜品、新技术、新模式、新业态闪耀登场，既传承了地道风味，又焕发了青春光芒，还彰显出消费活力。

比如，一些新湘厨在继承传统的基础上，创新食材、味型、烹饪技法，新湘菜应运而生。最典型的莫过于臭鳊鱼，徽菜中的臭鳊鱼流入湖南后，在味型、制作工艺、烹饪手法上都作出了改变，以时髦干锅的方式上菜，受人追捧。一些酒店推出青椒炒海参、青椒炒鲍鱼，作为新湘菜火爆一时。

参加活动的湘菜大师一致认为，整体上看，湘菜渐改变过去“有品类无品牌”和“小、散、乱”的固有印象，逐渐登上“大雅之堂”。

有数据可佐证。从2006年到2021年，湘菜在上海的门店从当初的20余家增至5000多家；在北京，湘菜目前

企业近5000家，年营业额近400亿元。深圳、广州更是湘菜重镇，两地湘菜门店共上万家。

2023年是湘菜产业烟火升腾、活力澎湃的一年，热度持续攀升，香飘海外。政府、企业、行业合力，借助新的商业模式和数字化平台，推动湘菜从省内到红遍大江南北、走向世界。

今年12月初，湖南省商务厅、中国国际贸易促进委员会湖南省分会等单位联合主办了“湘菜澳洲行”活动，开启湖南味道的“出海记”。鱼头佛跳墙、山茶油火爆黄牛肉、浏阳粉皮黑山羊……一道道精美的

湘味美食，给澳大利亚带来了跨越8000公里的美食惊喜。中澳厨师厨艺交流、走进唐人街湘菜馆等系列活动开展，让“味道湖南”香飘海外。

包安与李定君夫妻档，在悉尼开湘菜馆已逾15年，目前经营着两家“湖南人”。李定君从父亲处传承了湘菜手艺，并将湖南家常菜做成了外国人也喜欢的味道。“我的炒油渣让一位出租车司机追了三四年。他时常打电话来问，什么时候有油渣，他就立马来吃。”李定君说，食客的认可成为她在海外坚持经营湘菜的动力源泉。



湘菜辣椒炒肉。活动主办方供图

不容忽视的是，湘菜加速“出海”仍需破解供应链、本土化等问题。今年11月，长沙商贸旅游职业技术学院与拉夫堡大学伦敦分院、伯明翰大学学院合作签约，与英国米其临集团挂牌成立湘菜产业学院英国分院，助力国际化人才培养。

今年，湖南通过开展“味道湖南”美食季活动，在全省14市州和全国重点城市举办上百余场宣传促销活动，进一步擦亮湘菜美食名片，弘扬湖湘饮食文化，面向海

内外打响湘菜特色品牌。据了解，湖南将持续搭建产销对接平台，针对餐饮门店、食材基地、预制菜、食品加工、菜品厨艺研发传播等从田间到餐桌的整个湘菜产业链，助力湘菜产业高质量发展，同时结合京洽周、沪洽周和欧洽周等大型省外经贸活动，重点在北京、上海、香港等城市和东南亚、欧洲等地区布局发力，为湘菜产业规模化、品牌化、国际化发展精心服务、保驾护航。