

随着滑雪场、温泉酒店陆续建成，安徽六安填补了冬季旅游短板

在大别山深处，解锁冬季新玩法



▲今年，莲花山滑雪场新建了雪道，并扩建停车场等基础设施，而大别山滑雪旅游度假区规模更大，并配套皖西风情林海雪原景区。

◆六安温泉酒店、民宿等供给兴起，与冰雪热形成互补，图为霍山陡沙河温泉旅游度假区。

本报记者 朱凌君

又到一年雪季。长三角的滑雪场正在积极准备，按照惯例，大部分滑雪场都将于12月中旬陆续开板。其中，六安市金寨县的莲花山滑雪场定于12月19日起开门迎客，为了提升游客体验，滑雪场今年新增了雪道，并扩建了停车场。

这两天，莲花山滑雪场负责人金劲松一直在工地盯改造进度。金劲松在当地从事文旅行业超过20年，从2022年起筹备滑雪场建设，2023年春节开始试运营。过去的两个雪季，该滑雪场客流量增长迅速，从第一年的6万多人增加至超过10万人。

莲花山滑雪场是六安市第一座滑雪场，在此之前，六安常有“春天赏花、夏天漂流、秋天露营”的说法，却唯独缺少冬天的文旅活动。近年来，随着滑雪场、温泉酒店等项目陆续建成，六安填补了四季旅游的短板。同时，当地抢抓与上海对口合作机遇，打造长三角高品质休闲度假康养旅游目的地以及上海最美“后花园”。以此为契机，这座大别山深处的城市，在解锁更多不同的玩法。

冬天不闲

这两年，莲花山滑雪场带火了金寨县的冬季游。去年雪季，滑雪场接待游客超10万人次，其中约10%来自沪苏浙。



今年，莲花山滑雪场新建了雪道，并扩建停车场等基础设施，而大别山滑雪旅游度假区规模更大，并配套皖西风情林海雪原景区。

时间退回到2022年初。彼时，冰雪刚刚兴起，金劲松动起了建滑雪场的念头。“当时整个安徽才两三家滑雪场，与滑雪人口不匹配，市场潜力很大。”话虽如此，他仍不免担忧，大别山旅游吸引的是以康养为主的中老年群体，冰雪经济更依赖年轻人，项目真的能做起来吗？

他发现游客出行趋势有明显变化，从线下跟团游转向更依赖线上“种草”的自驾游和深度游。他组建团队覆盖短视频、社交平台等分发渠道，利用线上内容不断触达年轻客群。

今年雪季尚未开板，莲花山滑雪场开启早鸟票预售，最低成人票价仅99元，已售超过1万张。这样的成绩，让金劲松自信满满。今年，莲花山滑雪场新建了雪道，并扩建停车场等基础设施，金劲松将这个雪季的目标定为接待游客数量超过15万。

与冰雪热形成互补的，是六安温泉酒店、民宿等供给兴起，为的是把更多的人留下来。其中，聆心谷温泉度假酒店项目总投资超过5亿元，拥有120间主楼客房以及135间带独立泡池的温泉别墅，是长三角地区颇具特色的温泉酒店产品。酒店总经理吴昊介绍，酒店旺季一般从10月持续到春节，节假日和周末均满房，全年入住率稳定在五成左右。

在金劲松看来，两个滑雪场的建成运营，补齐了以往六安文旅的短板。大别山区的旅游资源丰富，春天赏花，夏天避暑，秋天枫叶红了，层林尽染，也别有一番风味，但到了冬天就是淡季。“没什么游客来，来了也不

创意导入

回过头看，这波冰雪热潮的背后，既有市场的推动，也离不开政策的推动。尤其是上海的创意导入，带来了不少锦上添花的效果。例如，自上海与六安开启对口合作以来，两地围绕冬季文旅开展了诸多联动，从文旅推介系列活动，到举办首届大别山冬季研学旅游嘉年华暨2025年长三角滑雪邀请赛等，极大地提升了大别山冰雪游的知名度。

而与冰雪热形成互补的，是六安温泉酒店、民宿等供给兴起，为的是把更多的人留下来。其中，聆心谷温泉度假酒店项目总投资超过5亿元，拥有120间主楼客房以及135间带独立泡池的温泉别墅，是长三角地区颇具特色的温泉酒店产品。酒店总经理吴昊介绍，酒店旺季一般从10月持续到春节，节假日和周末均满房，全年入住率稳定在五成左右。

更早之前，2021年7月，携程度假农庄金寨大湾区正式开业。作为携程落地的首个乡村旅游振兴标杆项目，带动了周边多家民宿转型升级。截至去年底，大湾区共发展民宿64家，村集体经济收入达299.7万元。但这还不够。从长远看，单个标杆

项目无法承载目的地的整体形象与住宿需求，未来仍需要更多层级和差异化的住宿体系，并且与滑雪等更多产品形成更紧密的联动。以两个滑雪场周边为例，莲花山滑雪场周边有自建民宿和农家乐，但接待能力有限，大别山滑雪旅游度假区则暂未配备自建住宿设施，游客均需到更远范围寻找民宿或到县城酒店解决住宿需求。在此背景下，金劲松发现，选择当日往返的滑雪游客占比约60%。

六安和上海正在携手补短板。例如，围绕大别山(六安)悠然南山国家级旅游度假区创建，导入上海创意资源，创新整村推进民宿发展的建设模式。今年以来，锦江国际先后在六安新运营锦江之星(天堂寨店)等4家中高端酒店和品牌连锁酒店，霍山县迎驾七星伴月等3个酒店项目已与锦江旗下7天、云居辉煌等品牌签订运营合作协议。六安市文旅局相关负责人表示，聚焦冰雪项目，两地正在谋划更多更深层次的合作。

从滑雪课程培训，到度假区的亲子营地，再到目的地餐饮、文创纪念品，以及融入区域特色文化主题的民宿与节庆活动，只有通过品牌延展、活动营销、游客反馈机制及周边产业开发等来提升整体旅游价值，才能让冰雪旅游走向多元、深入和可持续。

如何将单一的滑雪体验与文旅产业深度融合，是摆在六安相关部门面前迫切需要解决的难题。可以预见的是，当大别山的自然资源优势与上海的运营创意相碰撞，将激发出冰雪旅游的新动能和想象空间。

灵隐飞来峰免票，杭州探索从“门票经济”向“流量经济”转型

热门景区“还景于民”还有多远

本报记者 任俊锰

12月1日，杭州灵隐飞来峰景区（含灵隐寺、永福寺、韬光寺）迎来免门票入园首日，由此开启“免票时代”。首日入园名额早在11月29日就已显示“约满”。

在短视频平台拥有千万粉丝的杭州网红导游“小黑”诸鸣，对于灵隐飞来峰景区免门票的举措大加赞赏。景区免费开放后将实行线上实名预约，每日设定限额，其中工作日为3.5万人、双休日5万人、节假日6.5万人，约满即止。杭州西湖风景名胜区灵隐管理处党政办主任杨尚其表示，12月1日预约量为3.15万，与往年售票情况相比，12月1日的入园游客量增长了70%。

12月7日，也就是这个周日，诸鸣将带团前往灵隐飞来峰景区。“流量客源增长是正常的，本身灵隐寺的游客数量就很多。”诸鸣介绍，灵隐寺日常就有3万多名额，应该能够满足大部分人的需求。但他也担心，在旺季或者黄金周时，尽管已经做了很多预防措施，但黄牛依旧有可能出现，“未来还要摸着石头过河”。

免票前，游客进入飞来峰景区需购买45元的门票，若进入灵隐寺则需另行购买30元的香花券。作为西湖最受欢迎的景点之一，灵隐飞来峰景区年客流量超千万人次。以今年10月的数据来看，当月灵隐飞来峰景区客流量为99.06万，而排名第二的三潭印月景区仅为42.95万，足有两倍之多。数据显示，今年前10个月，灵隐飞来峰景区有4个月的单月客流量在百万以上，如此推算景区门票收入可观。单就灵隐寺来说，2024年游



12月1日，首批免票游客验证预约信息后进入灵隐飞来峰景区。新华社发

客量约1100万人次，门票收入就有约3.3亿元。

灵隐飞来峰景区于1979年开始收门票，售票处于2015年启用，10年后的11月30日下午，景区“售票处”标牌拆卸，更换为“综合服务中心”标牌。景区相关工作人员表示，综合服务中心将承担景区重要的服务枢纽功能，如有游客未预约或临时前往景区，在当日预约名额未满的情况下，也可现场登记进园。

这是时隔20多年，杭州再对“门票经济”桎梏旅游发展亮出大招。2002年10月1日凌晨2点，西湖景区拆除围栏，时年25岁的诸鸣对此印象深刻。当时，杭州全面整合西湖南

岸沿线旅游、商业和服务业资源，拆除高墙、围栏，形成总长15公里的环西湖岸线景观带，成为全国首个免费开放的5A级景区。西湖免费开放后，杭州游客接待量、旅游收入不降反增，年接待量始终在3000万人次以上。同时，游客停留时间从1.5天延长至3天以上，相关产业收入爆发式增长。

多年过去了，从全国的旅游发展现状来看，过度依赖门票收入依旧是突出问题。统计显示，多数5A级景区门票收入占比超过40%，其中最高的超80%，有些景区甚至还会频频涨价。

继西湖免费开放之后，此番灵隐飞来峰景区免门票则更进一步推动了“还湖于民、还景于民”，也为景区摆

“门票经济”打了个样，持续探索旅游发展从“门票经济”向“流量经济”的转型之路。其他景区若是希望借鉴并跟进免门票举措，诸鸣给出了自己的建议，这个地方要有足够的文化内涵，可以进行深入挖掘。更为关键的是景区要有转换方式，也就是足以替代门票收入的新盈利点，比如“南浔古镇免门票，因为它手上有4000间房间”；比如南京对一些景区免门票，是因为城市足够大，可以把游客留在当地；再比如杭州此次对灵隐飞来峰景区免门票，则是因为西湖周边及整个杭州可以把游客的消费潜力消化掉。

当免票景区成为城市文旅的“流量入口”，无疑将带动周边景区以及住宿、餐饮、购物等消费，将“流量”转化为“留量”乃至“消费量”，持续放大文旅的带动效应。作为首日入园游客之一，来自江苏常州的陆先生正是在网上看到免门票这一政策红利，决定到杭州旅游。对于省下的门票钱，他打算买些文创周边送给同事、朋友。

从西湖免费到灵隐飞来峰景区免费，杭州为何总是敢为人先？在杭州工作的20年间，诸鸣持续观察着杭州这座城市。在他看来，这些年杭州已不止一次引领全国旅游发展潮流，比如，杭州提前谋划城市东扩——从西湖时代向钱塘江时代过渡，为城市发展拓展空间，也为西湖旅游让出空间，一个明显变化是近年来西湖边停车越停越远，更好地还湖于民。

“灵隐飞来峰景区免费只是一个典

储能等多元场景展开应用基础研究。近期，孙学良团队与合作者开发出一种新型超离子导体，为实现高性能全固态电池生产提供了全新路径，有望加速其从实验室走向实际应用，相关成果发表于国际顶级期刊《Science》。

为实现加速突破，宁波相关部门此前便推动成立了由宁波东方理工大学、吉利、杉杉等60余家单位组成的“全固态电池创新联盟”，精准对接研发和生产需求，其中宁波东方理工大学与吉利是整个创新联盟的链主，合力推进新一代全固态电池及核心材料的产业化孵化与应用。正如浙江清华长三角研究院新经济发展研究中心执行主任明文彪所说，孙学良院士团队以及许多本地企业，正实现在新能源电池领域从过去的“跟跑”转变为“并跑”甚至“领跑”。其背后正是宁波持续推动技术创新与产业创新深度融合的创新尝试——宁波已经连续4年设立“新能源汽车”“汽车新技术”技术攻关专项，在新能源汽车及零部件领域立项70余项。

如今，宁波东方理工大学将为当地科技创新与产业创新深度融合再添一把火。虽然今年6月19日，宁波东方理工大学才获教育部批建复校。但筹备建校的5年间，已汇聚16位院士、61位国家级人才、100名高水平创校教授，同时已发表700余篇高水平论文，包括6篇CNS，获得30多亿元的科研经费，与地方和企业联合共建20余个实验室，孙学良领衔的实验室便是其中之一。虽然距离全固态电池商用尚需数年时间攻关，让孙学良很有信心的一个重要原因，是宁波东方理工大学于8月24日迎来了首批74名“创校新生”，目前已有数位新生加入实验室团队。

宁波东方理工大学首批设置数理基础科学、智能制造工程等4个普通本科专业。“我们希望东方理工能做出改变世界的研究。”在陈十一为学校设计的蓝图中，东方理工聚焦集成电路、人工智能、智能制造、无人技术、新能源、新材料等关键领域，发挥宁波籍院士的优势和引领作用，进而推动科研成果从实验室走向生产线，破解区域产业关键技术瓶颈，攻克国家重大战略“卡脖子”技术难题。

自行车能带上苏州地铁，人车同行怎样和谐相处

随便说说

本报记者 刘畅

据苏州轨道交通集团有限公司消息，12月1日起苏州“地铁+骑行”友好服务上线试点。这意味着，爱好骑行的朋友们可以将自行车带上苏州地铁了。

为什么要推出这一试点？苏州轨交集团回复记者称，此举是为顺应城市中日益兴起的骑行潮流，更好地响应广大市民对“地铁+骑行”这一出行方式的热情与需求。今年以来，为不断拓展地铁新场景，苏州轨交集团推进了具有地铁特色的青年经济建设相关工作，这一次“地铁+骑行”的试点就是其中的“乘地铁一‘骑’游苏州”青年经济项目。我们开展了大量的调研，积极探索“地铁+骑行”一体化出行模式，活动反响较好，试点线路覆盖点位可满足跨区骑行需求。”相关负责人表示。

“骑行风景好特别重要，苏州的水乡景观在长三角绝对排得上号，有大片湖景，骑行道建设也很完善。”已经骑行十余年的骑友李欣欣告诉记者，“人车可以同乘以后，我不再过多焦心体力问题和骑行计划，更多了一个选择，也多了时间看风景。”据悉，此次试点的苏州地铁3、5、6、8、11号线5条线路为全自动运行线路，串联阳澄湖、金鸡湖、独墅湖、环古城河、太湖等热门骑行地，相对适配性较强。

当然，允许自行车上地铁并非毫无限制。该服务限定在工作日非高峰时段（9时—16时以及19时—22时）和非工作日全天；限制客流：服务需要提前预约，个人预约需提前1天拨打服务热线，团体预约需提供团队信息及车辆数量；限制车型：仅限单座、纯人力驱动的两轮自行车轮径≤28英寸，整车长度不得超过180厘米，不支持电动自行车和助力自行车。

从乘车流程上看，携带自行车的乘客需使用无障礙电梯进入站厅领取便捷携式自行车停放架，根据工作人员指引从绿色通道进出，在首、尾车厢第一个车门处候车。

当然，还要特别注意的是，带自行车上地铁需要购票，至客服中心使用POS机人工收费，价格为25元/人/车。苏州轨交集团相关负责人表示，服务定价是基于运营成本、空间占用及对其他乘客影响等多方面因素综合评

论如何，苏州能够转变思路，不简单将自行车视为干扰因素，而是将其作为整体出行生态的一部分看待，都更能体现，也有利于满足市民多元化的需求。苏州轨交集团方面表示，目前已经对车站工作人员进行了专项培训，主要针对乘客携带自行车乘地铁的预约方式、进出站方式、携车标准等内容。是否能够在后续面对试点实际情况对服务进行不断优化，也是该政策能否走得长远的重要因素。

无论如何，苏州能够转变思路，不简单将自行车视为干扰因素，而是将其作为整体出行生态的一部分看待，都更能体现，也有利于满足市民多元化的需求。苏州轨交集团方面表示，服务定价是基于运营成本、空间占用及对其他乘客影响等多方面因素综合评