统筹环境保护和文旅业态，内蒙古森工集团把“冷”资源做成“热”产业

守好生态家底，高寒林区借“绿”生“金”

本报记者 邰亚章

阅读提示

借助“冷”打造特色文旅的同时，内蒙古森工集团挖掘高寒区域种养优势，培育林下产业，将独有的冷凉生态优势，转化为实实在在的增收效益。

正值暑期，中国冷极村内自驾游客络绎不绝。我国多地暑气蒸腾，冷极村依托林区生态禀赋，景区气候清凉舒爽。得天独厚的避暑气候条件，已然成为当地引流揽客的金字招牌。

中国冷极村位于内蒙古森工集团金河森工公司金林林场，冬季严寒漫长，全年无霜期80~100天，年平均气温－5.8℃。曾经鲜有人到访的高寒林区，如今变为热门旅游景区，正是内蒙古森工集团发挥生态功能区的“冷”优势，做强文旅产业的鲜活样板。

借助“冷”打造特色文旅的同时，内蒙古森工集团挖掘高寒区域种养优势，培育林下产业。当地气候适配黑木耳、蓝莓、金莲花等特色作物生长，物产养分积淀厚实，风味品相上乘。集团推行标准化种植与精细化运营管理，将独有的冷凉生态优势，转化为林下产业实实在在的增收效益。

守护生态底色

盛夏的内蒙古根河源国家湿地公园，林风送爽，清凉宜人，游客沿栈道徒步，穿行在森林与沼泽交织的原生湿地间，感受内蒙古大兴安岭的生态风光。

湿地公园所在地，原是内蒙古森工集团根河森工公司乌力库玛林场，曾经这里锯声轰鸣，一代代林业人进山采伐，源源不断输送木材。2015年，内蒙古大兴安岭林区全面停止天然林商业性采伐，公司从木材生产开始转向生态保护。

根河森工公司生态功能区总面积62.78万公顷，林地面积58万公顷，森林总蓄积量6589万立方米，森林覆盖率达到92.09%，拥有森林、河流、沼泽、湖泊等多种生态系统，是目前中国保持原生状态最完好的寒温带湿地生态系统，野生动植物资源十分丰富。

如何在保护生态的基础上发展文旅？根河源国家湿地公园通过盘活林场闲置厂房和存量建设用地，最大限度降低对原生森林生态的扰动。

在湿地公园，林场时期留存的部分旧建筑与配套设施嵌入景区整体风貌，矗立在房车营地的瞭望塔就是其中之一。

“早些年，这座瞭望塔是森林防火关键设施，全天候监测周边林区火情。如今，在保留防火值守基础功能的前提下，我们对外开放登塔游览，游客站在高处，整片湿地林海风光尽收眼底。”根河假日旅游有限责任公司工作人员崔媛媛介绍。

一物多用，资源盘活，这座瞭望塔还挖掘出实用配套价值。景区在塔体中心布设全套供水设备，借助塔身高度形成供水压差，稳定供给整座房车基地的生活用水，最大化释放老旧设施利用效率。

“湿地公园不搞大拆大建，对林场遗留旧建筑就地修缮改造，最大化保留原始林区风貌与时代记忆。依托原生态湿地，就地修缮翻新打造独具林区风情的特色生态林宿，将老旧建筑改造项目融入景区整体旅游业态统筹布局，让曾经闲置的废弃林场配套设施重获新生。”根河森工公司党委副书记、总经理张建帮说。

激活林区冷凉资源

6月27日，“大兴安岭号”旅游专列在呼伦贝尔市海拉尔站首发，今年首批70余名游客开始了为期3天2晚的跨越林海休闲之旅。

这是内蒙古森工集团打造的国内首列穿越草原与森林的观光列车，一路上草原辽阔铺展，林海层层绵延，湿地溪流穿插其间。

专列主线串联库都尔、根河、满归、图里河各大片区，采用“专列出行+公路接驳”一体化出行模式。游客下车后依托公路环线延伸游览室韦、额尔古纳、黑山头、满洲里等边境特色目的地，一次性覆盖草原、森林、湿地、敖鲁古雅使鹿部落、中俄边境口岸等多元风光。

“旅游专列把林区的自然风光、民俗风情、林下特色等串联贯通，站点衔接观景点位、特色民宿。游客乘车慢行途中可赏生态景致、品林区美食，感受林区的生活风貌。”内蒙古森工集团大兴安岭旅游公司副总经理白道日娜告诉记者。

依托内蒙古大兴安岭林区独特气候优势，中国冷极村景区冬夏双季互补的文旅业态，让冷极村打破旅游淡旺季壁垒。

“这里夏季的气温最高只有20多摄氏度，我们自驾过来，享受三伏天里难得的清爽。”来自江苏苏州的游客王先生说。

为充分利用气候优势，景区跳出“只靠冬季冰雪”的单一发展思路，统筹开发夏季清凉游、冬季冰雪游两大核心业态。

“夏季，我们精心打造了多元化的户外游玩业态。景区设有专业房车营地，可供游客休闲露营、安歇旅居，沉浸式拥抱山林夜色；垂钓区域清幽静谧，游客可静坐河畔享受夏日闲情。此外，靶场射箭、全地形履带车和装甲车森林穿越，让游客可释放户外激情。”金河森工公司产业事业办主任张谧说。

每到9月份，景区开始切换秋冬模式，从避暑胜地逐步变身北国纯白冰雪秘境。冬季，景区推出特色雪地大铜锅涮肉项目，游客可在皑皑雪原围坐涮肉，沉浸式体验冰火两重天的冬日风情。游客可驾乘雪地摩托车穿越茫茫林海，尽享速度与激情。

特色旅游线路和产品，为集团拓宽文旅创收渠道。截至7月31日，内蒙古森工集团实现旅游总收入4446.18万元，较2025年同期增收700多万元，同比增长18.69%。

因地制宜推广林下经济

8月，正是木耳采摘的季节。内蒙古森工集团满归森工公司白马经营管护中心食用菌基地的种植大棚里，一排排菌棒整齐悬挂，油亮肥厚的黑木耳层层舒展。

由于地处寒温带地区，冷凉气候制约了木耳产量。“其他地区一年能产4~5茬，我们基地一年只有3茬。”白马经营管护中心副主任赵永胜说。

产量虽然有限，冷凉山林却造就了满归黑木耳独特的品质优势。基地生产的黑木耳肉体紧实丰厚、口感脆爽，形成了差异化特色。

种植方式上，基地全部采用森林抚育产生的桦木木屑作为菌包原料，就地消化林业剩余废弃物。废弃菌棒经处理后返还林地，既解决抚育废料处置难题，又滋养林木生长，实现“取之于林、还之于林”，守住生态底线发展林下产业。

基地配套建成现代化菌棒加工车间，无菌接种、智能温控等标准化生产工艺全程落地，从源头把控木耳品质。凭借出众品相与口感，黑木耳在市场上十分走俏。

基地目前具备年产100万袋制菌能力，同时推进元蘑、滑子菇、大球盖菇等品种的反季节培植，进一步延伸“制菌—栽培—加工—销售”全链条，依托电商、商超、冷链配送拓宽市场。

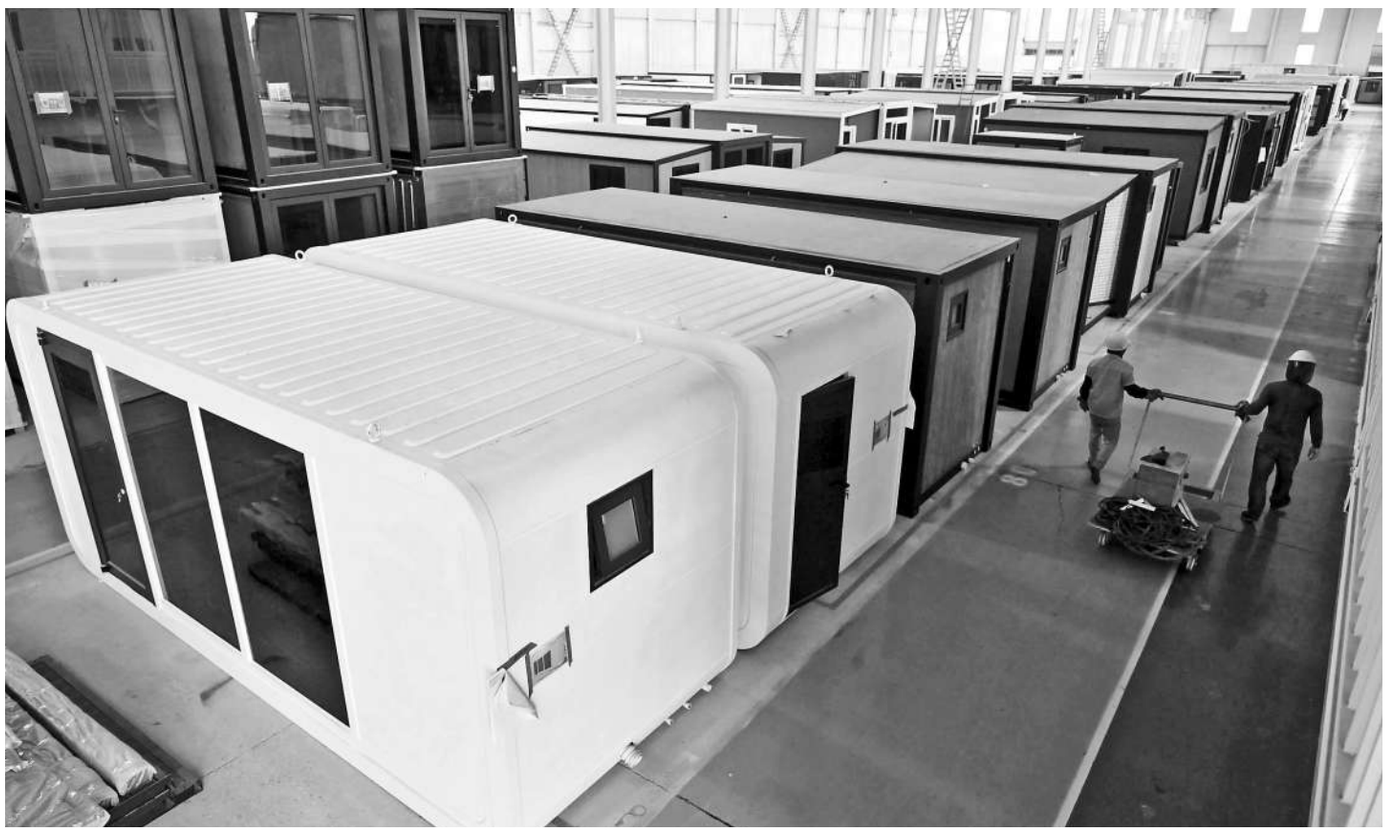
为把林下经济做大做强，内蒙古森工集团各下属单位立足区域禀赋，因地制宜布局特色种养品类。

在阿里河森工公司林木种苗中心，一朵朵金莲花次第绽放，迎风摇曳。今年公司规模化种植金莲花，目前已人工种植金莲花200亩，预计秋季栽植金莲花幼苗300万株。

“金莲花茎叶形态优美，花大色艳，不仅观赏价值高，还具有药用与茶饮价值，是兼具生态效益与经济效益的优质作物，市场前景广阔。”林木种苗中心副主任嘉睿说。

阿里河森工公司借鉴金莲花人工集约化种植与野生资源封育保护的经验，延伸林下经济产业链，优化产业结构，规模化栽植芍药、刺五加等适生道地药材，深耕特色种植产业，打造集种植、科研、示范于一体的综合性中草药培育基地。依托“采摘+观光+旅游”一体化发展模式，公司推出亲子研学、森林康养等多元主题业态，匹配不同游客的休闲体验需求，为企业绿色发展注入新动能。

“箱房之都”集成房屋远销全球50国



8月11日，记者探访有“箱房之都”之称的河北省衡水市阜城县集成房屋产业。当地集聚数十家生产及配套企业，主打太空舱、双翼拓展箱房、抗震箱房等产品。产品抗震耐用、安装简便，多用于文旅民宿、应急安置、海外工程等领域，出口全球50余个国家和地区，2026年出口额预计超6亿元。图为该县一家集成房屋企业车间各种折叠房。

翟羽佳 摄/中新社

大众运动需求释放消费增长新空间

重庆：全民健身驱动产业深度迭代

本报记者 李国

历经一个夏天的热血角逐，刚刚落幕的渝BA用纯粹的草根竞技，激活了城市活力、带火了文旅消费、传递了城市温情。本届渝BA历时92天，汇聚了全市39支队伍、819名本土球员，上演了106场精彩对决。

30秒售罄的门票，9亿次曝光的狂欢！当赛场的呐喊与城市的脉搏同频共振，渝BA的能量同样势不可挡地溢出球场边界，奔涌进更为广阔的文旅消费场域，直接撬动消费超1.5亿元。渝BA证明了一件事：草根经济学的核心，是把热爱变成生意，又把生意还给热爱。小赛事做大经济蛋糕，靠的不是高投入，而是把“看比赛”这件事，变成“来这座城市玩一趟”的消费体验。

8月9日晚，重庆永川新区体育馆座无虚席，空气里弥漫着汗水与呐喊交织的热浪。加时赛最后一秒，比分定格在149:147，永川队赢了。就在同一周，赣BA的决赛哨声在上饶吹响，粤BA的球员们在广州的地板上拼到最后，浙BA的2.0赛季正把浙江90个县的热血搅动得滚烫。从南到北，从东到西，全民健身正在以一种不可思议的速度席卷全国。

渝BA由重庆市体育局、各区县人民政府联合主办，市财政局拿出400万元专项资金全力保障，扮演的是用小钱撬动大资源的“杠杆”角色。

各区县也抓住了这波流量。巴南依托全民星赛，开启了漂流消费季，发放5万元现金消费券，设置了50个文旅商体农特色展位。梁平把非遗舞狮搬进了球馆，巫山带来了“脆李妹妹”主题舞蹈，云阳直接把非遗拦门酒搬到了场馆里，用特色民俗欢迎球迷。江津球迷凭门票可以免费游览四面山，奉节持票球迷仅需20元就能游三峡之巅、白帝城。北碚一家烧烤店，比赛日夜宵营收突破了6万元。“这几天营业额翻倍，恨不得天天有比赛。”烧烤摊老板对记者说。

渝BA巴南队的冠名商是宗申动力，一家重庆本土企业。“我们想赞助的不是广告位，而是重庆人的骄傲。”宗申动力负责人说，专业篮球联赛投广告，动辄千万元起步，曝光量还不一定精准。但在渝BA，投入几十万元，就带来数亿次带有“家乡情怀”的曝光——巴南球迷看到“巴南宗申动力队”这个名字，天然就会产生好感。

渝BA赛事创新推出“1分=20元”公益配捐活动，球员每得1分，重庆体彩即配捐20元。本赛季总得分16941分，汇聚成33万元善款，专项用于乡村中小学篮球推广。

盛夏凉风漫过海拔1400米的石壕镇万隆村球场。从7月24日开赛到8月上旬收官，2026年渝南黔北第十届“陕西建工·花坝杯”慈善篮球赛暨王者荣耀村GAME赛，共吸引来自渝南黔北的32支队伍参赛。在14天的赛场比拼中，吸引了超10万人次观赛。

一颗篮球，见证一座红色小镇十年蜕变。从本村百姓自带板凳围观，到开展抖音、视频号等300余场次直播，全网观赛人次突破120万，“花坝杯”品牌稳稳扎根渝南黔北，成为重庆、贵州乡镇邻里交流、文体互联的固定平台，搭建起跨省协作的民间纽带。

8月8日，正值立秋过后“秋包伏”高温时段，重庆涪陵美心红酒小镇水上乐园趣味水中运动会欢乐开赛。水中拔河、水上呼啦圈等一系列创意十足的亲水互动项目轮番上演，众多市民游客沉浸式消暑降温，在欢声笑语里解锁初秋纳凉新玩法。

重庆马拉松经济持续升温，成为重庆向世界展示城市魅力的动态名片。以重马为引领，从中心城区到各大区县，重庆正以马拉松为支点，促进商旅文体深度融合。数据显示，重庆马拉松每场拉动体育旅游消费约3亿元。

记者在采访中了解到，铜梁马拉松依托“中国龙舞之乡”IP，融入铜梁龙表演、龙文化展示，参赛者赛后可参观铜梁博物馆、游览玄天湖；万州环湖马拉松赛道沿万州湖设置，让参赛者一饱眼福，举办期间当地旅游收入同比增长超过30%；巴南、璧山等地结合温泉、古镇资源推出特色赛事，形成四季马拉松矩阵……

今年4月闭幕的2025赛季重庆城市足球超级联赛（渝超联赛），历时8个月，通过“足球+文旅+消费”深度融合，创下观赛人次、赛事传播、拉动消费等多项新高。重庆市商委相关负责人告诉记者，渝超期间跨区县观赛人流超200万人次，区县旅游收入增长超过20%。

“比赛一天，消费3天。从‘重马’到‘渝超’不仅是一场比赛，更是一个城市嘉年华。”重庆工商大学成渝地区双城经济圈建设研究院研究员莫远明认为，当渝超门票变成文旅消费的入场券，当看球变成跨区县的微旅行，体育赛事就完成了向城市经济引擎的蜕变。

G 市场观潮

停车收费告别『向上取整』，乐见更多精细化服务

陈丹丹

“停车超时仅1分钟，却被多收1小时停车费”，类似的情形，一度困扰着不少车主。近期，多地试点停车收费改革，推动收费模式从按小时“粗放式计费”向按分钟“精细化管理”转变。例如，在山西晋城，停车新规则为前30分钟免费，超时后按每分钟0.01元累计；再如，广州市南沙区扩大“5分钟计费单元”停车收费试点范围，以5分钟为最小计费单元，让停车收费更透明、更公平、更惠民。

“建议全国推广”“@我家这边来抄作业”“再也不用掐点挪车了”……对此，不少网友在社交平台集体“喊话”，期待诸如此类的积极探索能更快更广地落地，真正实现“停多久、付多久”。

各地试点的新模式，破解了许多城市治理中的长期共性痛点。天眼查专业版数据显示，截至目前我国现存在业、存续状态的停车相关企业超191.1万家，其中今年新增注册企业约14.9万家。对于停车场的运营企业而言，“向上取整”的停车收费模式，在短期内似乎方便管理且能增加部分营收。但从长期效益来看，这一粗放式收费模式的确存在许多不容忽视的弊端。

具体来看，“向上取整”作为一种计费规则，主要指对不足一个计费单位的零头按照一个完整单位计费的行为。在此模式下，一方面，部分消费者直言像被“背刺”，超时几分钟就要多付半小时甚至1小时的停车费用，“感觉不是很合理”“每次停车都要慌慌张张地掐时间”“极大地影响了消费体验”；另一方面，“既然超时了，不如多停一会儿”的情形，不利于提升停车位的周转率，影响停车场周边的商圈营收状况。

值得注意的是，对于运营停车场的企业来说，“向上取整”可能导致算“小账”而失“大账”。这类粗放式服务模式，长远看将透支消费者信任，削弱长期客源。同时，与“反向抹零”类似，“向上取整”可能因规则显失公平而涉嫌违反价格法、消费者权益保护法中的相关规定，企业因此面临一定法律与舆论风险。不仅如此，粗放式服务背后暴露了企业内部粗放式管理的问题，不利于其形成市场中的长期竞争优势。

由此，推行“按分钟计费”等新模式，可以预见诸多积极变化，进一步形成拉动经济的良性循环。首先，不少消费者对此表示，停车边际成本的下降，能够破解自身对于“掐点挪车”的焦虑。在此基础上，停车位的周转率得以提升，30分钟至1小时的短时停车使用率亦将不断增长，消费者停车体验得到不断优化。

与此同时，方便、快捷且实惠的停车收费模式，可以进一步降低消费者停车门槛、提升停车位周转率，这对停车场周边商户与店铺同样是一大利好，有益于增加客流带动消费，助推“街边经济”“夜间经济”发展。

事实上，类似的精细化服务，还可以在更多按时计费的商品及行业领域推广。比如，对于部分计时共享服务，消费者同样期待更精细化、合理化的收费模式。进一步来看，针对不同的消费场景，相关服务模式也应进一步细分，在兼顾社会效益与经济效益的同时，借助新兴技术，不断提升费用透明度。

1~7月全国铁路发送旅客28亿人次

再创历史同期新高

本报讯 （记者刘静）记者从中国国家铁路集团有限公司（下称“国铁集团”）获悉，今年以来，铁路部门积极适应旅客多样化的出行需求，精心组织旅客运输，持续丰富客运产品供给，不断优化站车服务品质，保障了旅客平安便捷温馨出行，1月至7月，全国铁路发送旅客28亿人次、同比增长4.1%，再创历史同期新高。

在客运能力供给方面，统筹用好新线新站资源，加大运力投放，全国铁路日均安排开行旅客列车11462列，同比增加571列、增长5.2%。用好铁路12306售票和候补购票大数据，及时在热门地区、线路和时段，通过加开临时旅客列车、动车组重联运行、普速旅客列车加挂车厢等方式，最大限度满足旅客出行需求。精心组织跨境旅客运输，广深港高铁发送跨境旅客2004.9万人次，中老铁路发送跨境旅客21.4万人次，同比分别增长11.5%、38.2%，开好中蒙、中俄、中越、中朝国际旅客列车，有效助力“跨境游”。积极适应国家过境免签政策带来的客流增长，为外籍旅客出行提供便利，全国铁路发送外籍旅客1485.2万人次、同比增长32.5%。保持普速旅客列车开行规模，继续开好公益“慢火车”，方便边远地区人民群众出行。

在铁旅融合发展方面，积极对接各地文旅部门，大力推动铁旅融合发展，精心设计旅游列车运行线路，持续开好“星光·燕赵号”“熊猫专列”“长三角之星”“南方列车·红棉号”“中原铁道·大河之南号”等品牌旅游专列，打造“移动的星级酒店”，探索更多“旅游列车+”服务；常态化开行邯郸至泰山间的“齐鲁1号”、上海至杭州间的“南湖1921”、昆明至丽江至大理间的“双层民俗文化列车”、乌鲁木齐至阿勒泰间的“中国雪都·我的阿勒泰”、国铁呼和浩特局往返阿尔山方向等旅游专线列车，强化与景区、酒店的衔接，满足游客多样化的旅行需求，激活沿线旅游资源，催生“铁路+旅游”新场景、新业态，有效拉动文旅消费。1月至7月全国铁路累计开行旅游列车2159列，其中旅游专列1184列、旅游专线975列。精准对接各地赛事、展会、文艺演出活动安排，定制化开行“歌迷专列”“球迷专列”等79列，促进了服务消费扩能提质。

在旅客出行体验方面，实行2026版国铁集团客规，不断优化完善铁路12306功能，落实老年旅客电话订票服务、误购车票限时免费退票等便民利民惠民举措，在京沪高铁、京沪铁路200余趟列车试点推出火车票预约购票服务，进一步提升旅客购票体验。