

剑指万亿产业 东北持续掀起旅游热

本报记者 陈雪波 卢志坤 北京报道

“积极发展林下经济、冰雪经济，筑牢北方生态安全屏障。”近日召开的中央政治局会议强调。会上提及，今年是东北振兴战略实施20周年，新时代新征程推动东北全面振兴，面临新的重大机遇。

从“跨国吃早餐”到东北旅游

近年来，东北旅游借着网红局长、热门歌曲等方式几度“意外”出圈，颠覆了网友印象中东北只有林海雪原的印象。

“来了才知道是旅游天堂！”近日，一位北京游客在社交媒体上发视频感叹，从来不知道哈尔滨这么好玩而且物价很便宜。随着冬季的临近，以冰雪旅游闻名的东北再次进入了游客们的视野。

最近，东北的“意外惊喜”不断。中俄团体免签旅游近期在中国黑龙江省黑河市率先恢复，随即吸引了大批俄罗斯居民跨境到黑河街头消费。他们蜂拥至黑河早市买菜购物、吃早餐，甚至不少早餐摊标注了俄语，“出国吃个早餐再回国”一时成为网络热议话题。

距离黑河市400公里，同样是边境小城的塔河县，在今年年初

于东北地区而言，丰富的冰雪资源既是无法被取代的产业发展优势之一，大力发展冰雪旅游产业也成了各地政府的工作重点。

在进入雪季前，吉林省于10月7日发布《吉林省旅游万亿级产业攻坚行动方案（2023—2025年）》（以下简称《行动方案》），

曾因网红文旅局局长刷屏网络。彼时塔河县文旅局局长都波身穿鄂伦春服饰在雪地里为塔河县代言，引来网民称赞。

近年来，东北旅游借着网红局长、热门歌曲等方式几度“意外”出圈，颠覆了网友印象中东北只有林海雪原的印象。“意外”之下，是东北丰富的旅游资源：浓郁的异域风情、美丽的大小兴安岭风光、众多野生动植物……

如何让更多的游客了解东北的旅游资源？冯饶表示，近年来，年轻人成为新的旅游消费主体，旅游需求也逐渐具象到“体验”层面，一场音乐节、一部文艺作品、一款时令美食、一条颠覆以往旅游线路、一种新兴的游

目标5年内实现旅游产业万亿级目标，还提及努力打造世界级冰雪品牌和冰雪旅游胜地、避暑胜地。

《中国经营报》记者了解到，近期辽宁、吉林、黑龙江先后发布了旅游产业促进政策，从产业基础、体育赛事引流、研学旅游、乡村旅

玩方式，都能成为年轻人的旅行理由，因此在目的地宣传上，也可以通过借助新媒体、挖掘新玩法，打造创意新营销，吸引年轻的旅行爱好者。

而对于如何提高外地游客对冰雪旅游的认可度，冯饶认为，一方面可以加大宣传推广力度，开展各类冰雪文化活动，如大型冰雪节庆活动、展览活动、冰雪亲子活动等，如冬奥会一般，以最直观的方式吸引人们加入到冰雪运动和旅游中来；另一方面，也可以提升冰雪旅游产品的丰富程度。

从今年的数据来看，东北旅游的复苏速度很快。今年中秋国庆假期，黑龙江省接待游客2039.1万人次，实现旅游收入75.27亿元，

恢复至2019年的122.0%。辽宁省共接待游客5596.2万人次，实现旅游综合收入369.3亿元，恢复至2019年同期的104.3%；吉林省接待国内游客2538.86万人次，同比增长113.56%，恢复到2019年同期的139.95%。即使在盛夏，东北旅游的热度也明显高过以往，今年7月哈尔滨机场的单月旅客吞吐量甚至打破了历史纪录。

东北地区自身也意识到了这样丰富的旅游资源不能白白浪费，冰雪季到来之前就已经开始蓄势。近日，黑龙江省冰雪旅游发展促进会成员单位已经奔赴武汉、长沙、重庆、昆明、广州、杭州、北京等地宣传推介，邀请广大游客到黑龙江体验冰雪世界。

公园管理有限公司批量预购额度300万元的雪场门票，为冬季冰雪旅游产品做准备。

企业的准备或许很快就能看到回报。近一周在马蜂窝北极星攻略社群中，对东北旅游的咨询量持续上涨，冰雪大世界、亚布力、长白山、雪乡、漠河更是成为热门目的地，马蜂窝站内搜索热度居高不下，可以预见，今年冬季，东北特色冰雪旅游有望再上新台阶，实现新增长。



大力发展冰雪旅游产业已成为东北各地政府的工作重点。

视觉中国/图

冰雪旅游如何广纳英才？

冰雪旅游已成为吉林省经济发展的新增长点和重要“推手”。

《行动方案》的末尾处特别提到，在重点发展旅游的市、县领导班子中要配备懂旅游的干部。安排文旅干部、公立高校文旅专家、国有文旅企业人员等双向挂职交流。还将筹建吉林省冰雪丝路研究院，更大力度引进冰雪产业、旅游管理、创意设计等领域专业人才。

早在2021年，吉林省召开的第三届振兴东北·人力资源服务业暨长白山冰雪旅游人力资源发展大会上，大会主题就被定为“人力资源助力吉林省冰雪旅游发展”。吉林省人力资源和社会保障厅一级巡视员姬国海当时指出，冰雪旅游已成为吉林省经济发展的新增长点和重要“推手”。

以此可以看出东北地区对旅游人才的渴求。业内专家认为，人才困境是东北持续多年的一个问题。2021年12月，国务院研究中心官网就曾发布《从东北高校毕业生就业去向看东北人才流失问题》一文，文中提到，基于东北地区20所高校2019届毕业生质量报告分析

发现，按毕业生总数和东北生源口径统计，毕业生流失率分别高达63.46%和26.45%，流失毕业生多前往华南、华东和华北地区就业。

东北三省目前正在加大人才吸引政策的力度。比如今年2月、3月，哈尔滨市先后出台了“人才新政30条”。《哈尔滨市引进高校毕业生申领安家费生活补助实施细则的通知》。其中，新引进的统招博士毕业生，每人每月发放生活补助3000元，连续发放3年，同时每人发放安家费10万元。

10月25日，黑龙江省又在省政府常务会议上审议通过了《黑龙江省冬季冰雪旅游“百日行动”实施方案》。会上提出了推动冬季冰雪旅游“百日行动”60条举措落地见效，并要求进一步丰富旅游业态，提升旅游服务质量，打造一批竞争力、吸引力强的冰雪旅游产品。“要抢抓后冬奥时代和第九届亚冬会黄金发展期，加快发展冰雪旅游产业，推动冰雪经济高质量发展，持续释放绿色发展新优势。”

壮大旅游领域市场主体

近一周在马蜂窝北极星攻略社群中，对东北旅游的咨询量持续上涨。

早在今年3月，文化和旅游部、国家发展改革委印发《东北地区旅游业发展规划》，其中特别要求充分发挥各类市场主体投资旅游和创业创新的积极性，推动市场在旅游资源配置中起决定性作用，更好发挥政府引导作用。

辽宁省于9月发布《辽宁省支持文旅产业高质量发展若干政策措施》，文件的第一条便提及壮大市场主体：培育龙头骨干企业，对新入选“全国文化企业30强”

“中国旅游集团20强”企业，或新认定为中国驰名商标的文旅企业，给予一次性100万元奖励。支持中小微文旅企业向“专精特新”发展。对新纳入规模以上企业统计范围、正常生产经营并履行年报义务的文旅企业，给予适当奖励。

吉林省发布的《行动方案》同样对市场主体给予了足够的重视，明确将对达成一定规模的企业进行奖励；主营旅游业务的企业年营业收入首次超过10亿元、5

亿元、1亿元的，分别给予一次性奖励200万元、100万元、50万元。对符合条件的新上市旅游企业分阶段或一次性给予不超过1000万元的奖励。市值首次超过100亿元的上市旅游企业，给予一次性奖励500万元。

多层次对市场主体的支持也为企业带来了更多信心。10月20日，长白山旅游股份有限公司发布公告，公司的全资子公司长白山保护开发区易游旅游服务有限公司拟向吉林省长白山全季地形

公园管理有限公司批量预购额度300万元的雪场门票，为冬季冰雪旅游产品做准备。

企业的准备或许很快就能看到回报。近一周在马蜂窝北极星攻略社群中，对东北旅游的咨询量持续上涨，冰雪大世界、亚布力、长白山、雪乡、漠河更是成为热门目的地，马蜂窝站内搜索热度居高不下，可以预见，今年冬季，东北特色冰雪旅游有望再上新台阶，实现新增长。

再提去地产转型 莱茵体育拟置入文旅资产

本报记者 庄灵辉 卢志坤 北京报道

时隔多年，莱茵体育发展股份有限公司(000558.SZ，以下简称“莱茵体育”)的去地产转型仍在路上。

“本次交易完成后，上市公司将新增冰雪山地旅游运动等旅游相关业务，实现业务转型，聚焦于稳定运营与盈利的旅游业务，有利于优化上市公司的业务结构。”近日在回复深交所问询函时，莱茵体育再次提及去地产化转型，并表示已将公司发展战略转向“泛文旅”融合。

莱茵体育此次提及的相关交易指的是其不久前披露的重大资产置换计划。根据披露信息，莱茵体育拟以旗下部分房地产子公司股权置换成都文化旅游发展股份有限公司(以下简称“成都文旅”)63.34%股份，差额部分以现金方式补足；同时，以现金方式购买成都体育产业投资集团持有的成都文旅3.33%股份。交易完成后，莱茵体育将合计持有成都文旅66.67%的股份，成都文旅将成为莱茵体育控股子公司。

就其去地产化转型计划及后续文旅体产业链布局等问题，《中国经营报》记者致电致函莱茵体育方面采访，对方表示具体交易情况已详细披露，相关问题目前均以公告内容为准。

拟置入文旅资产

根据披露信息，莱茵体育此次拟置出资产主要为旗下杭州枫潭100%股权及南京莱茵达100%股权，两者均涉及房地产销售与租赁业务。

其中，杭州枫潭主营业务为房地产销售与租赁，主要资产为投资性房地产，系位于浙江省杭州市拱墅区余杭塘路515号莱茵矩阵国际的写字楼、地下停车场，目前对外出租；南京莱茵达主营业务为房地产租赁，主要资产为投资性房地产和固定资产，主要是江宁区天元东路228号的莱茵之星大厦及地下停车场，用于对外出租。

相对来看，莱茵体育此次拟置入资产则主要涉及文旅业务。

披露信息显示，成都文旅于2015年挂牌新三板，主要在成都西岭雪山景区内从事索道业务、酒店经营业务、滑雪业务与娱乐业务，为游客提供交通、住宿餐饮、滑雪娱乐项目等服务。

审计报告显示，截至2023年4月30日，枫潭置业总资产3.23

亿元，净资产2.65亿元，其中投资性房地产为2.74亿元，此次交易价格按估值计为3.5亿元，增值率32.34%；南京莱茵达交易价格同样按估值计为9680.37万元，增值率43.33%。

拟置入资产成都文旅整体估值则为7.7亿元，增值率24.66%，此次拟交易权益比例为66.67%，交易价格为5.1亿元。

除置换资产外，莱茵体育此次交易中还需以现金方式支付差额4195万元。同时，莱茵体育还拟以现金方式购买成都体育产业投资集团持有的成都文旅3.33%股份，交易完成后，成都文旅将成为莱茵体育控股子公司。

此次交易前，莱茵体育的主营业务为房地产销售与租赁、体育；通过此次交易，莱茵体育的主营业务将变更为旅游、体育、房地产销售与租赁。莱茵体育认为，通过此次交易，上市公司将实现业务转型，聚焦于稳定运营与盈利的旅游业务，增强资产质量及竞争力。

转型多年

实际上，莱茵体育的去地产化转型已提及多年。

至少自2015年开始，莱茵体育即开始去地产化转型，将公司名称由此前的莱茵置业更改为现名，并公告称将剥离非经营性地产，主营业务将向体育方向进行调整。除体育业务外，莱茵体育还曾涉足天然气终端市场等能源业务。

2019年，成都体育产业投资集团有限公司通过协议转让方式，以13亿元收购高继胜持有的莱茵体育29.9%控股权，莱茵体育实际控制人由此变更为成都市国资委。

至此次重大资产置换公布前，莱茵体育去地产化转型一直未有较大动作。当前，莱茵体育主营业务为房地产销售与租赁以及体育两大项，其中房地产销售与租赁业务主要为存量商铺、写字楼的销售及租赁，租售项目主要集中在浙江、江苏、上海等地；体育业务则主要从事城市体育服务综合体建设与运营、体育赛事

加码文旅融合

针对成都文旅相应股份，莱茵体育及相关交易方早有动作。

2020年11月底，莱茵体育曾发布公告称，拟通过定增收购成都文旅63.34%股份，但该重组计划于2021年中止。

相较此前定增收购的重组计划，此次交易所涉成都文旅股份比例未有较大变化，但交易方式已变更为资产置换及部分现金收购。相应交易方式变化无疑更利于其进一步剥离房地产业务及资产，推进去地产化转型。

但莱茵体育对置入资产是否有持续经营能力也引发多方关注。深交所问询函中要求莱茵

体育说明其是否具备控制、经营置入资产业务所必要的人员和经验储备，并说明交易完成后对成都文旅业务、资产、人员、机构、财务等方面进行整合的具体计划。

莱茵体育在回复中表示，上市公司通过持续去地产化增厚业绩、拓宽体育业务增强品牌形象，依托文旅集团优质的政府平台资源优势、管理层丰富的旅游行业经验，坚持泛文旅融合的发展战略，具备控制、经营成都文旅旅游业务所必要的人员和经验储备。

具体整合计划方面，莱茵体育则表示，交易完成后，上市公司将保持成都文旅主要管理层和人员

的稳定，保障成都文旅业务运营稳定性，同时根据成都文旅实际经营需要向其提名董事、监事，加强其在管理、技术、销售、财务等方面的人才储备。

作为莱茵体育去地产转型路上置入的首个文旅标的，成都文旅近年来业绩增长较为稳定。财报显示，2020年至2022年，成都文旅营业收入分别为1.04亿元、1.34亿元、1.5亿元，归母净利润分别为43.66万元、1808.29万元、2881.37万元。

但今年上半年，成都文旅营业收入与归母净利润双双下滑，其中营业收入为8714.3万元，同比下降



莱茵体育再次提及去地产化转型，并表示已将公司发展战略转向“泛文旅”融合。

视觉中国/图

37.12%。但2022年，其体育业务营收再度同比下降79.90%，营收占比也降至10%以下；2023年上半年，其体育业务营收占比则降至5%以下。

营收严重依赖房地产业务同

时，去地产转型以来莱茵体育的业绩表现一直未有较好提振，除2016年出现扭亏为盈外，2017年至2023年上半年，莱茵体育已连续多年扣非净利润亏损，2020年以来净利润也已连续多年亏损。

22.82%；归母净利润为2988.01万元，同比下降39.79%。

对于业绩下滑原因，成都文旅表示，自2023年3月开始，公司西岭雪山景区进入基础设施和道路提升改造期；今年春节提前，雪季经营窗口期缩短20天；同时叠加观景索道配合提升改造停运等因素导致。

对于此次交易，莱茵体育多次强调能够提升其持续经营能力，推动业务转型，使其加速房地产存量库存去化，聚焦于稳定运营与盈利的旅游业务。但其向文旅的业务转型效果以及后续产业链布局，或仍需较长时间来检验。