

第九届亚洲冬季运动会

南北冰雪同热 产业消费共兴

本报记者 姜天骄

哈尔滨亚冬会是大型综合性运动会，也是发展冰雪运动、冰雪经济的重要机遇。赛场上，运动员竞技正酣；赛场外，大众冰雪运动持续升温。全国各地紧抓亚冬会契机，多措并举，进一步释放冰雪运动魅力和消费潜力。

普及程度不断提升

亚冬会期间，哈尔滨亚布力滑雪场迎来客流量高峰。浓厚的盛会氛围像冬季里的一把火，点燃大众参与冰雪运动的热情。这几天，哈尔滨亚布力滑雪场的教练员张涛忙得不可开交。“这两年滑雪初学者请专业教练的特别多，说明大家不再只想简单体验冰雪运动，而是有了更高的学习需求，很多我带过的学员已经滑上了高级道。”张涛说。

每年冬天去东北地区滑雪已经成为北京市民刘斌的固定项目。“东北的雪质细腻松软，深受雪友们喜爱。滑雪既能享受速度与激情，又能亲近大自然，非常有益于身心健康。”刘斌告诉记者。

数据显示，北京冬奥会成功举办以来至2024年4月，全国居民冰雪运动参与率达到22.13%，冰雪运动参与人数达到3.13亿人。北京冬奥会激发了很多人对冰雪运动的热情，人们不再满足于看冰赏雪，而是选择“玩”冰雪，冰雪运动成为大众休闲健身新选择。

根据中国滑雪协会发布的数据，滑雪人群年轻化趋势显著，特别是27岁以下的年轻人群体增速最快。在地域分布上，滑雪运动不再局限于大城市，三四线城市的滑雪人群增长尤为突出，滑雪运动正迅速向全国中小城市扩展。

今年春节假期，滑雪过年渐成风尚。数据显示，1月28日至2月4日，全国934个滑雪场客流量达1723.2万人次，比去年春节假期增长10%。其中，入境滑雪客流量4.3万人次，增长15.2%。黑龙江接待滑雪客流量207.8万人次，比去年春节期间增长13.5%，仅哈尔滨就接待158.6万人次，增长25.4%。新疆雪场继续保持热度，接待滑雪客流量110.4万人次，增长28.4%。南方滑雪运动表现同样亮眼，比如广东、重庆、江苏、上海接待滑雪客流量分别增长79.4%、37.8%、33%和32%。

清华大学体育产业研究中心教授王雪莉表示，大众冰雪运动持续升温与市场供给日益丰富多元直接相关。近年来，很多兼具安全性和趣味性的冰雪产品投入下沉市场，吸引了大量零基础和入门级冰雪运动参与者，满足了大众对冰雪运动的需求。以冰雪运动为引领，将带动冰雪文化、冰雪装备、冰雪旅

游全产业链发展，推动冰雪经济成为新增长点。

运动场地持续增加

场地是推动冰雪运动发展的必要条件。不断建成的冰雪场地为群众冰雪运动发展提供了便利，让曾经遥不可及的冰雪运动成为大众的新爱好。

在四川广元，海拔1750米的曾家山景区就隐藏着一个专业滑雪场。这里有可供专业滑雪者和发烧友挑战的“金光大道”“云海大道”以及“U型槽”雪道，能满足不同水平滑雪爱好者的需求。依靠冰雪“卖点”，曾家山滑雪场开展了系列赛事活动，吸引了全国各地的滑雪爱好者前来探访。景区负责人告诉记者，游客不只是来滑雪，还带动了餐饮住宿消费，附近温泉酒店的人住率超过95%，周边特色餐饮街区人气也很旺。

大众参与冰雪运动日益旺盛的热情，也推动了冰雪场地的建设。记者走访发现，北京市很多冰场开设在商业综合体和景区内，吸引了大量市民和游客驻足观看，形成了浓厚的冰雪运动氛围。北京市朝阳区陈经纶小学学生吴爱妮说：“在这样的氛围里滑冰更容易激发自己的运动潜力。”在深圳，年轻人喜欢下班后前往室内滑雪场夜滑。深圳卡鲁冰雪世界拥有初级雪道，提供滑雪教学与训练场地。“我们的教练主要是来自北方的专业人员，去年11月室外滑雪场陆续开板，学员们加紧在室内跟着教练学习，有一定经验后再去挑战外滑。”卡鲁冰雪世界营销负责人冯超说。

赛事激发参与热情

高山滑雪、短道速滑、花样滑冰……哈尔滨亚冬会牵动无数观众和体育爱好者的热情，冰雪赛事推进冰雪运动文化广泛传播，进一步激发了人们对冰雪运动的兴趣和热情。与此同时，大众冰雪赛事百花齐放，也持续提升群众参与冰雪运动的热情。

“这个冬天，我们计划举办300余项大众冰雪运动赛事，吸引国内外游客旅游观光、参与冰雪运动。”亚冬会执委会副秘书长、哈尔滨市体育局局长柏志国介绍，哈

尔滨聚焦亚冬会比赛项目，串联竞赛场馆、冰雪赛事和景区，打造了“跟着赛事去旅行”精品主题旅游线路。

国家体育总局体育经济司司长杨雪鸲告诉记者，在高水平冰雪赛事方面，体育总局支持地方举办国际雪联单板滑雪平行项目亚洲杯、全国单板滑雪平行项目锦标赛等。在群众冰雪活动方面，各地突出特色，开展丰富多彩的冰雪赛事、冰雪嘉年华和健身活动，如山东举办雪地飞盘、冰雪科普定向赛等冰雪赛事和嘉年华活动80余场；哈尔滨推出滑冰、冰壶等大众冰雪休闲娱乐产品，组织开展百余项冰雪节庆赛事活动；辽宁开展冰上龙舟、雪上足球等62项特色活动；新疆组织开展雪地赛马、冰上射箭等156项赛事活动。这个雪季，全国各地组织开展2000多项群众冰雪活动，各类冰雪嘉年华、冰雪运动会相继涌现，群众参与冰雪运动热情高涨，进一步推动大众冰雪运动热度攀升。

消费潜力加速释放

数据显示，2023至2024冰雪季我国冰雪休闲旅游人数超过3.85亿人次，预计2024至2025冰雪季有望突破5亿人次。随着冰雪运动参与人数快速增长，冰雪消费市场规模也在持续扩大。

快速扩容的滑雪市场背后，大批初学者对滑雪培训的需求增长，社交平台上，“金牌滑雪教练”话题播放量居高不下。2024至2025冰雪季，多个雪场增加了冬令营的体验内容，多样化培训推动更多人参与其中。

滑雪需要“从头到脚、从里到外”的专业装备。在去年“双11”网络促销活动中，多家在线购物、旅游平台数据显示，冰雪装备订单暴增，冰雪游搜索量、预订量增速迅猛。吉林松花湖滑雪度假套餐、新疆阿勒泰滑雪纯玩团等冰雪旅游产品成为消费者“囤货”新目标。

新场景不断激发冰雪消费潜力。近年来，许多滑雪场在娱乐项目和内容上进行深度挖潜，将自身打造成优质出行目的地。冰雪旅游休闲小镇、滑雪旅游度假地等多业态融合的冰雪旅游综合体让滑雪场二次消费潜力得到充分释放。

杨雪鸲表示，今年春节前，体育总局发布了11条春节假期户外运动精品线路，其中8条以冰雪为主题，既有北方的哈尔滨“逐梦亚冬”冰雪户外运动线路，又有南方的浙江安吉高山竹海“雪之恋”户外运动线路，推动南北冰雪同热、双向奔赴。各地也因地制宜，在丰富冰雪消费场景方面出实招，如四川推出“畅耍冰雪天地”“南国冰雪之旅”等体育旅游线路，山西发布了“山西省冰雪运动地图”，河北推出了8条冰雪旅游精品线路攻略，哈尔滨结合亚冬会推出“跟着赛事去旅行”精品线路，创新冰雪与文旅商融合消费场景，促进冰雪消费扩容升级。杨雪鸲介绍，为持续巩固扩大带动3亿人参与冰雪运动的成果，体育总局将进一步提升冰雪运动的热度，改善群众体验，激发市场活力，持续推动冰雪场地完善配套设施、提升服务品质，为人民群众参与冰雪运动提供更多便利，持续激发人民群众参与冰雪运动热情。

北京体育大学教授杨斌胜认为，随着国家经济实力提升和居民消费能力增强，大众冰雪运动热度将会进一步提升，为扩大国内需求、激发新型消费潜能注入冰雪力量。



2月10日，第九届亚冬会速度滑冰男子短距离团体追逐赛，中国队选手在比赛中。

新华社记者 陈振海摄



1月31日，滑雪爱好者在内蒙古扎兰屯金龙山滑雪场体验冰雪运动。

韩颖群摄（中经视觉）



2月6日，吉林省吉林市松花江畔雾凇岛独特的雾凇景观，吸引了大批游客观赏拍照。

孙立君摄（中经视觉）

借亚冬会东风扩容冰雪经济

张 雪

第九届亚洲冬季运动会的举办，给“尔滨”又带来了流量。这个冰雪季到哈尔滨，不仅能体验冰雪休闲的快乐、冰雪运动的激情，还能感受冰雪赛事的氛围。统计显示，刚刚过去的蛇年春节假期，哈尔滨累计接待游客1215.1万人次，同比增长20.4%，接待入境游客同比增长144.7%。亚冬会的助力，让人们更加关注冰雪、喜爱冰雪，众多冰雪旅游目的地的热度也随之提升。

北京冬奥会的成功举办，为我国冰雪经济发展创造了宝贵财富，直接推动我国冰雪产业在群众普及、设施完善、产品开发、装备研发等方面实现了从弱到强、从区域到全国的跨越。作为北京冬奥会后我国举办的又一重大国际综合性冰雪盛会，哈尔滨亚冬会无疑将为冰雪经济发展和冰雪旅游扩容再添一

把火。当前，冰雪旅游走入千家万户，“冰雪+温泉”“冰雪+康养”“冰雪+音乐”等玩法深受游客喜爱，冰雪旅游消费能力持续提升。除了游客高涨的热情，传统冰雪资源大省如黑龙江、吉林、辽宁，后起之秀如河北、新疆，甚至一些南方省份纷纷发力冰雪旅游赛道，出政策、提硬件、拼服务，建设友好型冰雪旅游目的地成为共同选择。冰雪旅游企业数量随之稳步增长。据不完全统计，截至2024年底，我国已有冰雪旅游相关企业近1.3万家。

超大规模的市场需求、强劲有力的政策支持和丰富多彩的产品供给，共同推动我国冰雪旅游走向持续繁荣，游客对冰雪旅游的新期待正在倒逼产业转型。未来，文化和科技将引领我国冰雪旅

游焕发新活力。

特色冰雪文化可以丰富冰雪旅游的内涵。我国拥有众多传统冰雪文化，毛皮滑雪板、冬捕、冰雪那达慕……这些冰天雪地孕育的独特文化对游客有着强大的吸引力。同时，我国也不乏现代冰雪文化资源，雪雕艺术、冰雪音乐会、冰雪卡通IP等拥有广泛群众基础，持续推动冰雪文化和冰雪旅游深度融合，以文化引领冰雪旅游产品创新、场景营造，可以给游客提供更多情绪价值。

科技助力冰雪旅游产业变革，数字技术、智能装备、虚拟现实体验、新材料等科技应用赋能传统冰雪产业、创造冰雪新业态，能为游客带来更多新奇复合体验。

借着亚冬会的东风，提升冰雪旅游吸引力，将让更多人尽享冬日之乐。



哈尔滨第九届亚冬会男子冰球比赛预赛现场。

本报记者 苏大鹏摄



2月7日，第九届亚洲冬季运动会开幕式分会场哈尔滨冰雪大世界现场。

新华社记者 王楷焱摄