

冰雪消费“四季热”“全国热”，不少游客“为冰雪赴一座城”

## 立冬已至，今年冰雪经济有哪些新空间

11月7日  
迎来立冬节  
气，新一年冰  
雪季已至。

近年来，我  
国冰雪经济持  
续升温，不仅  
迎来“尔滨热”“新  
疆火”，南方多  
地还竞相打造  
室内冰雪场馆，  
“冰雪+”消费业  
态更加丰富，市  
场潜力进一步  
迸发。冰雪经济  
还有哪些发展  
新空间？



在山东省青岛市即墨区金口镇丁字湾金山滑雪场，孩子们练习滑雪。(资料片) 新华社发

## 多地冰雪资源热力全开

11月初，阳光明媚，位于新疆富蕴县的可可托海国际滑雪度假区已率先开板，拉开今冬冰雪旅游大幕。这是亚洲“开板”最早、雪期最长的滑雪场之一，来自国内外的雪友脚踏雪板，在雪道上飞驰而下，享受速度与激情。

“雪友的滑雪热情高涨，‘开板’即高峰。”该度假区常务副总经理冯凯说，目前每天雪友人数在2500至3000人之间。携程集团大数据显示，目前新疆旅游订单量同比上涨13.58%。

一段时间以来，黑龙江、新疆等“老牌”冰雪旅游目的地人气暴增。哈尔滨市文化广电和旅游局局长王洪新说，今冬“尔滨”持续“宠客”，将“上新”雪地摩托、冰雪穿越等雪上体验项目，冰雪大世界将扩大至100万平方米，亚布力滑雪旅游度假区、帽儿山高山滑雪场等雪道及配套设施也迎来升级改造。

随着“北冰南拓”步伐加快，南方地区冰雪消费也日渐增长。以上海为例，耀雪冰雪世界9月初开业，大批“潮流青年”和亲子游客成为主要客群，这里也逐渐成为赛事、训练的举办场地。

“室内雪场、冰场、滑雪模拟机等设施，让雪友一年四季都能上冰雪。”等进入雪季，专业的滑雪俱乐部服务、增开的直飞航班等，可以更好满足游客需求。”上海春秋国际旅行社(集团)有限公司副总经理周卫红说，当前冰雪消费正呈现“四季热”“全国热”的新趋势，不少游客“为冰雪赴一座城”。

记者实地走访了解到，科技元素正与冰雪文旅场景创新融合，加速形成竞争新优势。

哈尔滨极地公园总经理戴瑞介绍，公司创新运用元宇宙、VR等数字化技术，打造出“雪龙号”VR极地探险、“长城站”“中山站”智慧触摸屏等特色产品，受到各地研学团的喜爱，为冰雪游孕育新潜力。

抢抓冰雪旅游“出圈”机遇，围绕冰雪经济、旅游康养、文化娱乐等领域，多地“冰雪+”投资呈现扩大趋势。

上海市静安区滑雪协会教务长罗浩分析说，近十年间，在冬奥会等冬季体育赛事的带动下，我国冰雪运动爱好者明显增加，有助于优化冰雪产业的资源配置，引导冰雪经济形成更高效产业链。

近期发布的《中国冰雪产业发展研究报告(2024)》显示，我国冰雪产业规模从最初的2700亿元迅速扩张到2023年的8900亿元，预计2025年将突破万亿元。

## “成长的烦恼”需要破解

由于冰雪经济季节性强，热门景区门票、住宿、餐饮等短缺问题较为突出。

据东北地区一旅游城市统计，当地可供游客床位十余万张，春节、元旦等假期日均接待游客往往是这一数字的几倍，而春夏秋冬三季则有较长空窗期。

“不少地区发展冰雪产业的一个重要短板是交通。”一名受访专家说，例如，拥有丰富冰雪旅游资源的阿勒泰位于西北部，距离主要客源市场较远，“旅长游短”问题成为制约当地冰雪产业发展的主要因素之一。

记者还了解到，迎着“冰雪热”红利，大量滑雪教练、导游等迅速涌入市场，虽填补了短期需求，但长期来看，包括产品开发、经营管理、旅游服务等在内的各类高水平冰雪人才规模仍然不大，后备力量较为薄弱。

“有的地方新建了滑雪场，但滑雪教学课程体系不够规范。”西部地区一名受访游客说，部分“野生教练”在缺乏相关资质证书、健康证的情况下，直接在雪场招揽学员，一旦出现问题很难追责。

“一些地区新开发了冬季景区，但配套设施建设仍然较慢，难以满足游客需求。”中国旅游研究院战略所副研究员韩元军说，这类项目前期基础设施投入资金量大，运营压力不小，如客流不够稳定，将影响其可持续发展。

尤为值得关注的是，有业内人士表示，部分冰雪旅游投资项目由于前期决策失之偏颇，缺乏运营经验等，存在形式化、雷同化、低质化

等情况，导致游客“不买账”而最终“烂尾”，不仅浪费了钱财，也制约了冰雪经济释放潜力。

## 冷资源如何变成热经济

“‘冷冰雪’透着热乎劲儿，消费市场暖流升腾，涌动着人们对美好生活的热爱和向往。”中国旅游研究院院长戴斌说，要借好“冬”风，文旅、市场等相关方面应积极整合冰雪资源，开发差异化、特色化冰雪产品，创造更多新的旅游空间和消费场景，实现冰雪经济的创新发展。

哈尔滨工业大学经济与管理学院教授于渤建议，一方面要引导各地因地制宜，科学规划，支持冰雪运动、冰雪文化、冰雪装备、冰雪旅游等全产业链发展；另一方面，要进一步加大相关领域投资，特别是在重点城市、热门旅游目的地等，促进冰雪产业提档升级。

记者了解到，面临第九届亚冬会与冬季冰雪季双重叠加期，哈尔滨市多部门联动提前谋划，全面摸底并分类统计当地住宿资源，积极开发高校等住宿接待资源，鼓励支持旅游民宿发展，进一步扩大游客承载力。

“冰雪人才是推动冰雪经济发展的重要力量。”哈尔滨马迭尔文旅投资集团董事长孔庆滨建议，可联合高校、培训机构等加大冰雪人才培养，并探索建立常态化异地流动机制，促进其在不同地区旅游淡旺季实现“候鸟式”流动，更好满足市场需求。

为推动冰雪经济高质量发展，业内人士呼吁，可充分利用亚冬会有利契机，通过冰上趣味运动会、雪地足球等喜闻乐见的冰雪体育赛事活动，让更多人参与冰雪运动，推动冰雪经济成为新的增长点，进一步释放冰天雪地的“金山银山”效应。

韩元军建议，冬季冰雪旅游季，各地政府及相关部门应务实开展涉旅监管工作，引导行业加强自律，为游客营造良好的旅游市场环境；深入开展旅游市场联合检查，完善安全应急处置方案预案，保障消费者安全和权益。 据新华社

11月6日，国新办举行国务院政策例行吹风会，介绍以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力有关政策措施，并答记者问。会上指出，山东等地已形成冰雪场地设施设备、竞赛装备、大众运动装备、竞技竞赛服装、冰雪休闲装备等产业集群。

“冰天雪地也是金山银山”，近些年，山东的冰雪经济持续发力，“冷”资源正在成为“热”引擎。

装备制造  
奠定坚实基础

冰雪装备器材是冰雪经济的重要组成部分，据了解，山东现有冰雪器材制造企业100余家，初步形成威海冰雪运动器材、济宁冰雪运动服饰、德州仿真冰和滑雪模拟器等制造业集聚区，涌现出威海开泰体育、济宁建华中兴等一批细分领域领军企业。其中，泰山体育产业集团曾参与冰雪产品国家标准和行业标准的制定，并自主研发了碳纤维雪地自行车及碳纤维滑板等冰雪装备配套产品。

在2022年北京冬奥会亮相的中国第一台雪蜡车，是山东设计完成的，这是我国首台具有完整自主知识产权的雪蜡车。同样出现在北京冬奥会的还有打破国外垄断的国内首套无氟雪蜡“泰山”，诞生于烟台先进材料与绿色制造山东省实验室；由山东建华中兴生产的防切割滑冰服，填补了国内空白，是山东体育装备技术在制造业领域的创新成果和历史突破；被“冰丝带”国家速滑馆采用的二氧化碳跨临界直冷制冰技术由青岛海尔开利冷冻设备有限公司提供；“冰瀑”钢结构由山东经典重工集团仅用37天就安装完成……

可以说，以上这些“黑科技”产品不仅体现了山东“智”造的高水平，更展示了山东冰雪装备制造的硬核实力，奠定了山东冰雪经济的坚实基础。

冰雪运动  
开拓经济新增长点

如何进一步促进冰雪经济的提升？体育赛事的推动力量不容小觑。

2024年1月4日，山东省第七届冬季全民健身运动会揭幕以来，全省的冰雪运动氛围很快被点燃。1月18日，济南市首届冰雪体育文化节开幕；1月20日，青岛市第五届冬季全民健身运动会暨“奔跑吧·少年”迎冬运青少年冰雪季开幕；1月26日，临沂市第四届冬季全民健身运动会暨第二届市民冰雪节启动；1月27日，日

照市第六届冬季全民健身运动会启动；1月28日，济宁市举行第六届冬季全民健身运动会。运动会以外，泰安冰雪运动嘉年华、烟台冰雪运动季、滨州冬季体育大集、威海冰雪嘉年华等冰雪运动活动亦开展得如火如荼。

通过增加举办冰雪赛事，促进赛事与各行业的深度整合，以及改善冰雪赛事活动的发展氛围，将有助于进一步挖掘赛事经济的潜力，从而扩大冰雪及相关产业的消费市场，并不断提升冰雪赛事的商业价值。

乐享冬趣  
冰雪游热辣滚烫

11月7日，立冬到来，寒冬渐近，人们对冬季旅游的期待升温，滑雪场成为冬季出游的热门选择。据山东泰安徂徕山滑雪场负责人姜福军介绍，进入10月后，他每天都接到十几通询问营业情况的电话。北京冬奥会后，冰雪旅游在全国范围内蔚然成风，去年徂徕山滑雪场接待的游客数量超过7万人次。

目前，济南地区的各大滑雪场已经开始推出季票预售活动。卧虎山滑雪场、济南雪野滑雪场、金象山滑雪场和九顶塔滑雪场均开启了季卡限时限量优惠预售，普通季卡价格在300多元至600多元之间。

近些年，山东冰雪游频频出圈：从社交媒体上迅速出圈的济南九如山“冰瀑”，到栖息着上万只自西伯利亚迁徙而来的白天鹅、中国最早看见海上日出的“雪窝子”威海，再到登蓬莱、观沧海、泡温泉的“仙境”烟台……人们开始意识到，山东的冬天有着别样的风情和魅力。

此外，山东还通过开展冰雪消费季、发放消费券等一系列举措，激发群众的冰雪消费热情。

去年春节假期前四天(正月初一至初四)，全省重点监测的200家旅游景区，共接待游客1307.5万人次，门票收入19860.3万元，与上年同期相比，分别增长45.5%、223.6%，这样的增长势头令大家对即将到来的山东冰雪旅游季充满期待！

据大众新闻客户端

变冰天雪地为『金山银山』

解密山东冰雪经济的『热』密码