

精准聚焦大众运动需求,在充分发挥社会效益的同时——

# 冰雪产业持续增强经济效益

本报记者 季芳 陶相安 李洋

## 关注体育产业·冰雪消费

进入新赛季,国内各大雪场迎来客流高峰。多家旅游平台数据均显示,新赛季滑雪门票销量有大幅增长。在各大电商平台,“滑雪”相关词语登上热搜,滑雪服、雪具等装备的销售量明显提升,各地纷纷出台优惠举措,优化服务,带动更多人参与冰雪运动……

日益丰富的冰雪赛事活动,更为便捷、舒适的参与体验,让越来越多的人爱上冰雪运动。目前,我国冰雪产业整体向好,持续增强经济效益。

### 消费需求日趋多元

新赛季刚开始,北京雪友吕志瑶就已经做好了滑雪计划,“元旦假期去河北崇礼的雪场开板,然后去吉林长白山的滑雪场滑几天,接下来有时间再去趟新疆。”

大众参与冰雪运动的热情持续升温,消费需求日趋多元,为冰雪经济发展不断注入新活力。“很多雪场不仅能滑雪,还可以泡温泉、享受美食,‘滑雪+度假’的消费方式越来越受到人们的青睐。”吕志瑶说。

位于河北崇礼的云顶滑雪公园日均客流量超3000人次,较上个赛季增长近一倍;新疆可可托海国际滑雪度假区这个雪季开板以来,已累计吸引游客超20万人次;在黑龙江亚布力滑雪旅游度假区,日均游客量约5500人次,远超往年同期水平……国内各大雪场热度不断攀升,冰雪“文体旅”融合消费呈现火热态势。

中央财经大学体育经济研究中心主任王裕雄认为,冰雪运动消费升级的趋势非常明显。“消费者对雪场住宿、餐饮、购物等需

### 核心阅读

日益丰富的冰雪赛事活动,更为便捷、舒适的参与体验,让越来越多的人爱上冰雪运动。大众冰雪消费需求日趋多元,为冰雪经济发展不断注入新活力。

求明显升级,越来越多人将滑雪与家庭出行、旅游结合起来。”他表示,从滑雪消费来看,聘请教练进行指导逐渐成为初学者和进阶者的“标配”。

冰雪运动的热火,带动了冰雪装备的热销。国内冰雪运动装备经销商“冷山”品牌创始人赖刚表示:“滑雪装备销售额与去年相比增长明显,特别是滑雪服、护具、手套等品类,越来越多的国产品牌开始受到消费者关注。”

在他看来,如今的滑雪爱好者更加注重专业性和体验感。专业性高、智能化高、个性化突出的装备品牌越来越受青睐。“经过多年的沉淀,国内的滑雪市场已经拥有了一批消费群体,很多爱好者步入进阶期,对装备要求较高,他们在专业性等方面的需求也在一定程度上推动了冰雪市场消费结构的优化。”赖刚说。

### 赛事活动日益丰富

2023年12月,多项国际高水平冰雪赛事在北京、河北张家口两地的冬奥场馆陆续举办。冬奥效应持续显现,激发了大众参与

冰雪运动的热情。

2023年12月10日结束的短道速滑世界杯(北京站)吸引了众多冰迷的关注。比赛期间,首都体育馆的上座率在90%以上。不少冰迷特意从外地赶来观赛。“能够现场观看自己喜欢的运动员在赛场上奋勇拼搏,太开心了!”从江苏前来观赛的张素说,“比赛非常精彩,真是不虚此行。”

2023年11月,国际滑联速度滑冰世界杯(北京站)在国家速滑馆“冰丝带”举行,这是此项国际高水平速滑赛事首次来到北京。运动员的精彩比拼,让观众直呼过瘾。据场馆负责人介绍,本次赛事,除了门票销售,还带动了场馆周边旅游、餐饮、文创等一系列产品的消费。开赛前两日,场馆周边商品销售额就超过了10万元。

以赛事活动助力冰雪运动普及推广,激发了大众参与冰雪运动的热情,体育消费的潜力也随之释放。国际雪联单板及自由式滑雪U型场地世界杯不久前在云顶滑雪公园落幕。据雪场高级副总裁、营销中心总经理张旭光介绍,比赛期间,观赛区的预订量达到四五千人次,同时,叠加周末举办的雪山电音节等文化休闲活动,周末的客流量实现了大幅攀升。

“不仅是举办世界杯比赛,我们还举办了各类群众性、商业性赛事活动,吸引更多人参与进来。”张旭光说。冰雪赛事活动与产业发展正在形成共赢局面。据北京市体育局副局长葛军介绍,北京冬奥会后,北京累计开展线上线下冰雪赛事活动9000余项次,参与人次达到1000多万,冰雪消费不断扩容。

“举办北京冬奥会带动3亿人参与冰雪运动,为促进产业发展、带动冰雪消费奠定了坚实基础。”王裕雄表示,开展丰富多彩的冰雪赛事活动,是普及推广冰雪运动,促进冰雪消费的重要途径。“更多人参

与到冰雪运动中来,才能不断激发冰雪消费潜能。”

### 消费潜力持续释放

《中国冰雪产业发展研究报告(2023)》显示,中国冰雪产业进入了更加稳定、更可持续的发展阶段。雪季伊始,多地就纷纷出台多项措施,加大力度促进冰雪消费,挖掘冰雪经济新的增长点。

日前,实现国内跨区域雪场联通滑的“京张通滑卡”首次亮相。滑雪爱好者凭借一张雪卡,就可以通滑万龙、云顶、太舞、怀北、国家高山滑雪中心等京张两地的11家大型雪场。

吉林省面向游客发放总额3000万元的冰雪消费券,并专门设立冰雪交通补贴,推出赏雾凇、戏冰雪、泡温泉、品民俗等多种旅游产品,拉动新赛季冰雪消费,助力当地冰雪旅游的发展。

黑龙江省围绕“吃住行游购”全链条,优化冰雪旅游产品,升级旅游基础设施,提升旅游服务质量,努力构建多层次、多业态的冬季旅游产业体系。

王裕雄表示,随着消费活力逐渐恢复,冰雪旅游市场消费潜力正持续释放。“大众对差异化、高质量冰雪旅游产品的需求日益增加,这就要求供给方提升产品和服务质量,从‘有没有’向‘好不好’加速转变。”

第十届全国大众冰雪季2023年12月下旬启动以来,形式多样、各具特色的群众冰雪活动在各地陆续展开。国家体育总局群体司相关负责人表示,相关活动的组织开展将更加精准聚焦人民群众多样化冰雪运动需求,把更多资源下沉到群众身边,不断加大群众身边的场地设施、赛事活动供给。

## 体坛观澜

新的一年,发挥体育产业在扩大内需、保障和改善民生等方面的更大作用,体育产业必将获得更加广阔的发展空间

新年伊始,有人跟着赛事去旅行,有人在雪场享受滑雪乐趣,有人购买运动装备作为新年礼物……消费场景拓展、产业链条延伸,正是体育产业高质量发展的生动缩影。

高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务。新时代新征程,我们要把推动高质量发展的要求贯彻到包括体育产业在内的经济社会发展当中。

推动体育产业高质量发展,信心源自中国经济持续回升向好。2023年,是全面恢复线下体育赛事活动的一年。在国内成功举办杭州亚运会、成都大运会、苏迪曼杯羽毛球赛等国际大赛以及中超、中职篮等国内职业体育赛事中,观众热情如潮,有的比赛甚至一票难求。“村BA”“村超”等群众体育赛事,路跑、户外露营等全民健身活动,带动当地经济、助力乡村振兴,群众的参与度和满意度不断提升。这一年里,体育消费持续恢复向好,本土体育品牌营收不断增长,“体育+”有力带动了文化、旅游等相关产业协同发展。

推动体育产业高质量发展,要充分发挥体育在扩大内需方面的作用。从大力发展绿色消费、健康消费,到积极培育体育消费、体育国货“潮品”等新的消费增长点,体育产业不断满足大众多层次、多元化的消费需求。另一方面,从场馆建设到体育综合体运营,体育产业具有投资大、辐射带动作用强的特点,推动体育服务业与实体经济深度融合,有利于激发内需新动能,形成消费和投资相互促进的良性循环。

推动体育产业高质量发展,要充分发挥体育在构建新发展格局中的作用。体育产业发展空间广阔,发展形式多样,在扩大高水平开放、推动城乡融合、区域协调发展等方面能够发挥独特作用。推动体育与旅游、文化、科技等领域的深度融合,可为构建新发展格局提供助力。

新的一年,积极顺应居民消费差异化、多元化、品质化升级趋势,加大优质体育产品和服务供给,丰富体育消费场景、夯实体育消费基础,不断释放体育消费潜力,发挥体育产业在扩大内需、保障和改善民生等方面的更大作用,体育产业必将获得更加广阔的发展空间。

## 推进体育与多领域深度融合

新时代新征程推动体育事业高质量发展③

范佳元

## 第十四届全国冬季运动会群众比赛即将开赛

本报北京1月11日电(记者季芳、李洋)记者从国家体育总局群众体育司获悉:第十四届全国冬季运动会群众比赛将于1月13日至14日在内蒙古自治区呼和浩特市举办,共有来自各地的400余名运动员、教练员参赛。

这是冬运会首次设置群众比赛,旨在将高水平的群众赛事办在群众身边,将高标准的竞赛场地与群众共享。比赛共设置速度滑冰、越野滑雪2个大项、4个小项,各代表队将在速度滑冰4×200米混合接力、2000米混合团体和越野滑雪男子4×1.5公里团体接力、女子4×1公里团体接力上展开角逐。

比赛场地呼和浩特市东河冰场位于赛罕区东河广场封闭水域内,场地宽150米、长788米,河道水源充足,赛场冰面、雪道建设环保、便利,办赛观赛体验良好。据介绍,2020至2022年,呼和浩特市连续3年在东河冰场开展“冰雪运动季”系列赛事活动,成功举办了全国大众冰雪季、冰球、雪地足球、曲棍球等群众赛事活动,吸引了众多冰雪运动爱好者踊跃参赛。

### 2024年澳网签表公布

## 9名中国网协球员参加正赛

本报北京1月11日电(记者李硕)当地时间1月11日,2024年澳大利亚网球公开赛签表公布,9名中国网协球员将参加单打正赛,其中女选手7名,男选手2名。

在女单签表中,郑钦文、朱琳、王欣瑜、王曦雨、袁悦、白卓璇和王雅繁均凭借排名跻身正赛。其中,郑钦文被列为12号种子,朱琳和王欣瑜分别被列为29号和30号种子,这也是朱琳和王欣瑜首次以种子选手身份参加大满贯赛事。

郑钦文的首轮对手是世界排名第七十八位的美国选手克鲁格,袁悦首轮将对阵世界排名第五十七位的英国选手博尔特,朱琳首轮将对阵世界排名第九十一位的法国选手多丁,王欣瑜的首轮对手是世界排名第七十位的法国选手帕里,王曦雨首轮将迎战27号种子、美国选手纳瓦罗,王雅繁首轮将面对22号种子、罗马尼亚选手斯科蒂亚,首次参加澳网正赛的白卓璇将在首轮对阵俄罗斯选手阿瓦涅相。

张之臻和凭借外卡参赛的18岁小将商竣程将亮相澳网男单赛场。张之臻首轮对手是阿根廷球员科里亚,商竣程将在首轮对阵美国选手麦克唐纳德。

## 2023—2024赛季国际雪联高山滑雪远东杯延庆站比赛结束

本报北京1月11日电(记者施芳)11日,随着男子超级大回转比赛结束,2023—2024赛季国际雪联高山滑雪远东杯延庆站比赛落下帷幕。

本次高山滑雪远东杯延庆站比赛是由国际雪联主办、中国滑雪协会承办的国际赛事,是北京冬奥会后延庆国家高山滑雪中心首次举办国际高山滑雪赛事。来自中国和日本的77名运动员展开角逐,分别进行了女子、男子滑降和超级大回转两项比赛,中国运动员获得2金5铜。

本版责编:塔怀旻 王博 刘佳华

## 竞速争先



1月11日,参赛选手在女子1500米1/4决赛中。

当日,第十四届全国冬季运动会短道速滑(青年组)比赛在内蒙古自治区呼伦贝尔市海拉尔区内蒙古冰上运动训练中心短道速滑馆进行。

新华社记者  
连振摄

## 第九届亚冬会口号、会徽、吉祥物发布

本报哈尔滨1月11日电(记者郭晓龙)1月11日,2025年第九届亚洲冬季运动会(以下简称“第九届亚冬会”)组织委员会在黑龙江省哈尔滨市举行口号、会徽、吉祥物发布仪式。

第九届亚冬会的口号设计为“冰雪同梦,亚洲同心(Dream of Winter, Love among Asia)”。冰雪同梦,寓意亚冬会为亚洲各国各地区运动员展现冰雪运动魅力、实现人生梦想搭建了广阔舞台;体现人类不断超越自我、对奥林匹克精神的不懈追求;寄托激励更多人积极投身冰雪运动的热切期待。亚洲同心,展现亚洲各国各地区人民以真诚和热情增进团结和友谊,以交流和尊重推动文明互鉴和进步的共同期许,表达追求和平发展、共建人类命运共同体的美好愿景。

第九届亚冬会会徽设计为“超越”。

会徽由主体图形、文字标志、亚奥理事会太阳标志三部分组成,巧妙融合短道速滑运动员、哈尔滨市丁香花、舞动的飘带造型进行同构设计。

第九届亚冬会吉祥物设计为东北虎“滨滨”和“妮妮”。“滨滨”名字取自“哈尔滨”,“妮妮”取自“您”的读音,两个名字寓意“哈尔滨欢迎您”,展示出哈尔滨对亚洲各国各地区友人的热切期盼和诚挚欢迎。“滨滨”和“妮妮”以2023年9月出生于黑龙江东北虎林园的两只小东北虎为原型设计创作,将虎头虎脑的可爱形象与哈尔滨独特的冬季冰雪文化特色、民俗风情巧妙融合在一起。

自2023年9月19日发布第九届亚冬会口号、会徽、吉祥物全球征集公告以来,组委会共收到国内及海外有效应征作品4608件。其中,口号设计作品3518件、会

徽设计作品760件、吉祥物设计作品330件。经过作品整理、专家评审、完善提升等一系列工作,最终确定2025年第九届亚冬会口号、会徽、吉祥物。

第九届亚冬会是继北京冬奥会后我国举办的又一重大综合性冰雪盛会,将于2025年初举办,设冬季两项、冰壶、冰球等6个大项、11个分项和64个小项。

我国此前举办过两届亚冬会,分别是1996年在黑龙江省哈尔滨市和2007年在吉林省长春市。明年将是哈尔滨第二次承办亚冬会。

右上图:第九届亚冬会会徽。  
右下图:第九届亚冬会吉祥物“滨滨”“妮妮”。

第九届亚冬会组委会供图  
(新华社发)



滨滨



妮妮