

立冬已至,今年冰雪经济将有哪些新空间?

□新华社“新华视点”记者 杨思琪 张瑜 陈爱平

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?



深挖“冷”资源—新华社—发 勾建山 作

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涨。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较强,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。

怎样让“冷资源”变成可持续“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量。

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。

据新华社北京11月7日电

1.5万亿元! 冰雪经济“热”力无限

□新华社记者 严赋憬 胡旭

国务院办公厅日前印发《关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的若干意见》,提出8个方面24条举措,以冰雪运动为引领,推动冰雪经济成为新增长点。明确到2027年冰雪经济总规模达到1.2万亿元,到2030年冰雪经济总规模达到1.5万亿元。

冰雪运动的发展,能带来什么?

2022年,北京冬奥会为世人呈现了一场精彩的冰雪体育盛会,留下“带动三亿人参与冰雪运动”的成果。

数据显示,全国居民冰雪运动参与人数超3亿人。冰雪运动拓宽了全民健身赛道,为健康中国建设注入新活力。

3亿人的庞大群众基础,打开了冰雪经济的广阔前景。近年,我国实施“南展西扩东进”战略,推动冰雪运动在全国普及发展,群众性冰雪赛事活动“一地一品”建设加快推进,“冷”资源正加速迸发出“热”效应。

冰雪运动的背后是什么?

国家发展改革委社会发展司负责人彭福伟表示,冰雪经济具有产业链条长、导流效应大、社会效益高的特点。推动冰雪“冷资源”转化为“热产业”,对拉动内需、促进就业、扩大消费等方面有积极作用。

——竞赛表演打造赛事经济。

近年来,多项国际冰雪赛事在中国成功举办,国际雪车联合会雪车和钢架雪车世界杯延庆站,中国杯世界花样滑冰大奖赛……对当地经济发展的带动作用明显。

以今年初举行的第十四届全国冬季运动会为例,据测算,在比赛期间,内蒙古呼伦贝尔实现了体育消费及其他消费共计320亿元。

今年以来,国家体育总局先后组织了“跟着赛事去旅行”,体育赛事进景区、进街区、进商圈等一系列活动,进一步加力发展赛事经济。

——冰雪旅游持续走热。

我国冰雪优质资源总量大、平均积雪深度高,适合发展冰雪旅游。去年的“尔滨”出圈仍让人历历在目,如今,各地优质冰雪旅游产品和线路吸引游客纷至沓来。

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。

新疆乌鲁木齐打造多样化产品,推出雪地骑行、雪地越野、冰雪民俗等产品;青海发挥自然禀赋优势,推出高原冰雪旅游……各地不断推动产品创新,建设冰雪旅游高质量目的地,加大冬季产品供给,将为冰雪旅游发展注入新动能。

——冰雪装备科技范十足。

冰雪装备器材是开展冰雪运动的基础,也是冰雪经济的重要组成部分。以5G、人工智能、虚拟现实等为代表的新技术,正成为推动冰雪装备器材高质量发展的强劲引擎,催生了很多新产品新模式。

VR模拟滑雪机能模拟真实滑雪场景,让人足不出户感受多彩、炫酷的滑雪体验;全碳纤维滑雪板等新材料应用推动产品轻量化、高强度,降低运动者体力消耗……科技装备的背后,是滑雪装备产业的快速发展。

据统计,我国已经形成15大类冰雪装备器材产品体系,基本覆盖了从头到脚、从个人到场地、从竞技竞赛到大众运动全产业链的冰雪装备器材,产业发展呈现新气象。

未来,把握大众需求,不断创新供给,加快构建现代冰雪产业体系,万亿冰雪市场将“热”力无限。

据新华社北京11月8日电



(资料图)