

大众冰雪消费市场 研究报告

(2023-2024 冰雪季)

精华版

国家体育总局冬季运动管理中心

2024年6月

大众冰雪消费市场研究报告

(2023-2024 冰雪季)

编写组

主 编 王 磊

副主编 于海燕 申振刚 李 浩 李文革

成 员 (以姓氏笔画为序)

于海燕 王 磊 王 静 申振刚 刘 珊 李 浩

李文革 张欣潼 罗 军 庞晓明 侯明晖 侯云龙

莫广涛 蒋明洁

声明：

本报告旨在分析 2023-2024 冰雪季大众冰雪消费市场的现状、趋势和前景，报告中的数据和信息来源于问卷调查、实地调研、公开资料等多种渠道，希望为政府部门、相关企业和机构提供参考。报告内容如有不当之处，请予以指正，同时也欢迎各地相关行政部门、企事业单位和社会团体等参与到后续更多的交流和调研工作，共同扩大冰雪消费规模，助力我国冰雪经济高质量发展。

本篇报告内容为精华版，更多内容将在完整版中体现。

前 言

习近平总书记指出，“北京冬奥会、冬残奥会就像是一个弹射器，可以推动我国冰雪运动和冰雪产业飞跃式发展。”北京2022年冬奥会、冬残奥会的成功举办推动了我国冰雪运动跨越式发展，冰雪运动已成为人民群众对美好生活向往的重要内容。伴随着大众冰雪运动的持续升温，冰雪运动“南展西扩东进”深入实施，冰雪运动季节性消费需求愈加旺盛，冰雪经营主体及从业人数显著提升，冰雪消费逐渐成为扩内需重要增长点，为做强冰雪经济，加快发展新质生产力奠定了良好基础。

2023—2024年的冬天是“后冬奥时期”首个完整的冰雪季。回顾这一年，我国持续巩固拓展冰雪运动发展良好势头，不断推出更具影响力的冰雪赛事活动，认定国家级滑雪旅游度假地、国家体育旅游示范基地，推出“跟着赛事去旅行”、全国冰雪旅游精品线路，推动以冰雪运动、冰雪文化、冰雪装备、冰雪旅游为主的冰雪全产业链发展，参与冰雪运动的人次和冰雪经济规模实现新的跨越。

回顾这一年，哈尔滨冰雪旅游强势“出圈”。得天独厚的冰雪资源、丰富多彩的冰雪文化、贯穿全季的赛事活动、辐射全域的冰雪嘉年华、政府高水平的公共服务以及当地市

民的热情好客，带动了黑龙江乃至整个东北地区的冰雪消费迈上新台阶。

回顾这一年，内蒙古筹备第十四届全国冬季运动会（简称“十四冬”）工作有序推进。“十四冬”成为北京冬奥会后，国内首次举办的全国冬季项目大型体育赛事。“十四冬”带动人们参与冰雪运动的热情不断高涨，成为冰雪经济持续发展的助推器。

回顾这一年，越来越多的冰雪运动爱好者作为消费者走上冰场、走进雪场，享受冰雪运动的乐趣。各地涌现出一系列“冰雪+”新产品、新场景，给消费者带来了新选择、新体验，带动了冰雪消费增长，成为市场消费的新动能、新热点。

扬帆破浪风正劲，奋楫逐浪天地宽。在“冰天雪地也是金山银山”理念指引下，我们将紧紧把握大众冰雪消费变革新趋势，在加大高质量赛事供给、丰富群众健身活动、深挖冰雪消费潜力等方面常抓不懈久久为功，推动冰雪经济在高质量发展之路上行稳致远。

王 磊

国家体育总局冬季运动管理中心 主任

目 录

一、全国冰雪运动场地设施建设情况

- (一) 冰雪场馆数量统计
- (二) 冰雪场馆营业统计
- (三) 冰雪场馆各地分布统计
- (四) 室内滑雪场馆区域分布情况
- (五) 室外公益冰场分布情况
- (六) 区域滑雪和代表雪场更新升级情况

二、全国参与冰雪运动人数统计情况

- (一) 单个冰雪季参与各类冰雪运动人数持续增长
- (二) 单个冰雪季参与冰雪运动项目人次破亿
- (三) 居民参与不同冰雪运动的参与率及参与人数
- (四) 居民参与冰雪运动主要城市统计情况

三、全国冰雪运动消费规模分析

- (一) 参与冰雪运动居民逾七成有消费
- (二) 不同冰雪运动类型的消费差别
- (三) 居民参与冰雪运动的主要消费项目
- (四) 孩子参与冰雪运动的主要消费项目
- (五) 冰雪运动消费规模测算

四、全国冰雪运动消费特征分析

- (一) 品牌活动带动参与人次增长
- (二) 全国滑雪集聚区和精品线路带动收入增长
- (三) 重点滑雪区域消费创新高

五、冰雪场馆主要收入特征分析

- (一) 滑雪场主要收入来源
- (二) 滑冰场主要收入来源

六、冰雪竞演活动特征分析

- (一) 高水平竞技赛事全面恢复
- (二) 赛事承办地域持续拓宽
- (三) 高水平赛事带动地区冰雪消费
- (四) 青少年冰雪赛事全面开花

七、后冬奥时代场馆利用情况

- (一) 北京赛区冬奥场馆利用情况
- (二) 张家口赛区冬奥场馆利用情况

八、冰雪运动产业市场主体发展情况

- (一) 冰雪运动企业新增注册逐年攀升
- (二) 河北、黑龙江、北京企业数量位居前列

九、主要冰雪运动目的地消费特征分析

- (一) 黑龙江冰雪创造佳绩
- (二) 新疆雪季收入大幅增长
- (三) 吉林冰雪接待和收入水平创新高

十、国际经验借鉴——瑞士促进冰雪消费相关举措

大众冰雪消费市场研究报告

（2023-2024 冰雪季）

后冬奥时代，我国以“十四冬”成功举办为契机，通过大力弘扬北京冬奥精神，持续巩固和扩大“带动三亿人参与冰雪运动”成果，深入推进冰雪运动“南展西扩东进”，充分利用北京冬奥遗产，进一步发挥冰雪运动带动冰雪经济效应，持续加大群众冰雪场地设施、赛事活动供给，聚焦破题“冰雪健身去哪儿”，规范滑雪场所教学行为，进一步完善相关行业标准制定，多措并举满足群众多元需求，真正做到了把群众冰雪运动热情保持下去。

2023-2024 冰雪季，全国范围内的冰雪赛事活动开展如火如荼，大众冰雪消费市场蓬勃发展。据统计，冰雪季期间，全国冰雪运动参与人数快速增长，冰雪产品和服务进一步增强，冰雪消费市场规模持续扩大，冰雪运动产业链不断完善，冰雪经济释放出巨大增长动能。大众冰雪消费已成为扩内需、稳增长、促发展的新引擎。

一、全国冰雪运动场地设施建设情况

后冬奥时代，随着冰雪运动的不断普及与深入，各地冰雪运动场地设施建设步伐不断加快，滑冰场馆和滑雪场馆数量持续增长。

（一）冰雪场馆数量统计

统计数据显示，截至 2022 年底，我国拥有 876 个室内外各类滑雪场，1576 个滑冰场地，覆盖 30 个省区市，冰雪运动场地总数量 2452 个，较上一年度增加 8.45%。

2023 年，冰雪场馆数量继续增长，全国共有各类冰雪运动场地 2847 个，其中，滑冰场地 1912 个，滑雪场地 935 个¹。相比 2022 年，2023 年冰雪运动场地数量增长了 16.11%，其中，滑雪场地增长 6.74%，滑冰场地增长 21.32%²（图 1-1）。

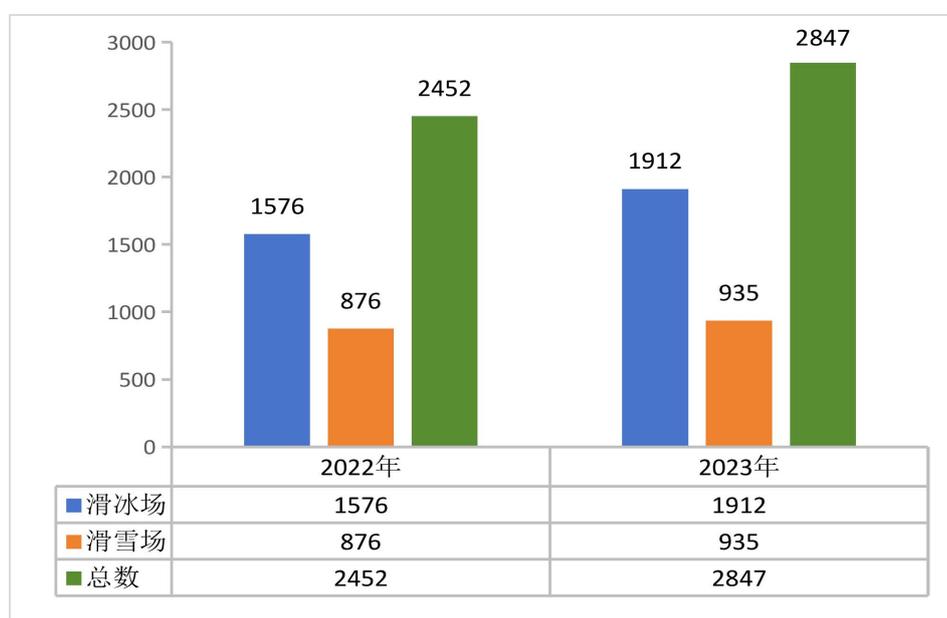


图 1-1 冰雪运动场地数量增长情况

（二）冰雪场馆营业统计

截至 2024 年 4 月 30 日，在对 2023-2024 冰雪季滑雪场地的调查中，全国共有 862 个滑雪场馆正常营业³，其中室内滑雪场馆有 59 个（图 1-2）。

¹ 国家体育总局发布

² 《2023 年全国体育场地统计调查数据》

³ 统计口径为可以提供雪板、至少有一条雪道的雪场

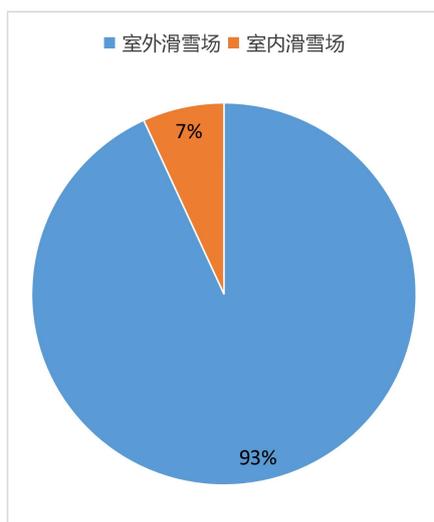


图 1-2 室内外滑雪场数量对比情况

2023 年，我国滑冰场地达到 1912 个，占冰雪场馆总数量 2847 个的 67.16%，相比 2022 年数量增长速度达到 21.32%，大幅高于滑雪场地 6.74% 的增长速度。

调研数据显示，截至 2024 年 4 月，我国包括花样滑冰场、冰球场、冰球馆、冰壶馆、滑冰场、滑冰馆、速度滑冰场、速度滑冰馆、雪车雪橇馆等各类滑冰运动场馆总计 1970 个，其中正常运营的室内真冰场数量达到 663 个，其他包括室内仿真冰和移动冰场等类型的冰场 1308 个，室外公益性浇冰场 2096 个（图 1-3）。

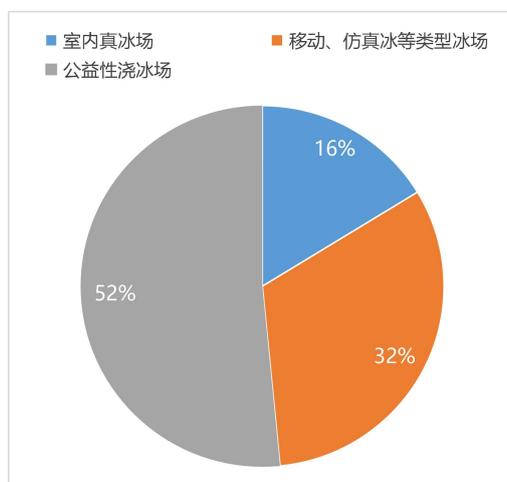


图 1-3 不同类型冰场对比情况

此外，面向大众、季节性运营的冰雪嘉年华共有 550 个。2023-2024 为后冬奥首个完整运营的冰雪季，各冰雪场馆正逐步摆脱疫情影响，向常态化运营轨道回归，呈现恢复向好态势。

（三）冰雪场馆各地分布统计

随着冰雪运动从小众竞技运动转变为大众时尚生活方式，群众参与时间从冬季延展为四季，冰雪运动不仅“走进”山海关，还“迈过”秦岭淮河，已基本实现全国覆盖。

近年来，国家体育总局不断加大对冰雪运动场地设施投入的引导，各地通过补贴、奖励等多种方式，引导社会力量不断加码场地设施建设投入，群众参与冰雪运动的空间已从地区走向全国。

从华北、华东、东北、华中、华南、西南、西北七个区域⁴分布来看，华北地区冰雪场馆数量最多，这与河北近年来冰雪场馆数量高速增长密不可分；除传统冰雪大区东北区域外，以山东、江苏和浙江为代表的华东区域、以新疆为代表的西北区域，冰雪场馆数量不菲，处于全国第二梯队。（图 1-4）。

⁴ 按照全国七大自然地理分区划分统计

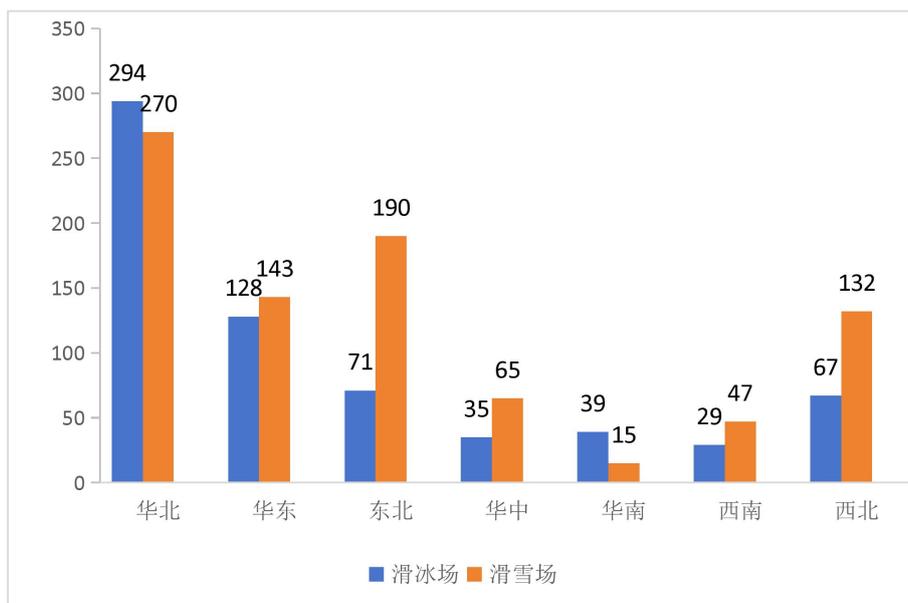


图 1-4 全国各区域滑冰场、滑雪场数量图

从各大区域滑冰场地数量分布来看，华北区域拥有全国最多的室内国际标准真冰场，并且大部分开设在北京市活力度较高的商圈内。河北以北京冬奥会为契机，先后出台了《关于加快冰雪运动发展的意见》《关于创新冰雪运动发展体制机制的实施意见》《河北省冰雪产业发展规划（2018—2025年）》等一系列文件，不断加大冰雪竞技场馆和群众性冰雪场地建设力度，近年来建成并投入使用多个室内真冰场和数量众多的仿真冰、旱冰及移动冰场。各区域的滑冰场、滑雪场对比情况见（图 1-5）和（图 1-6）。

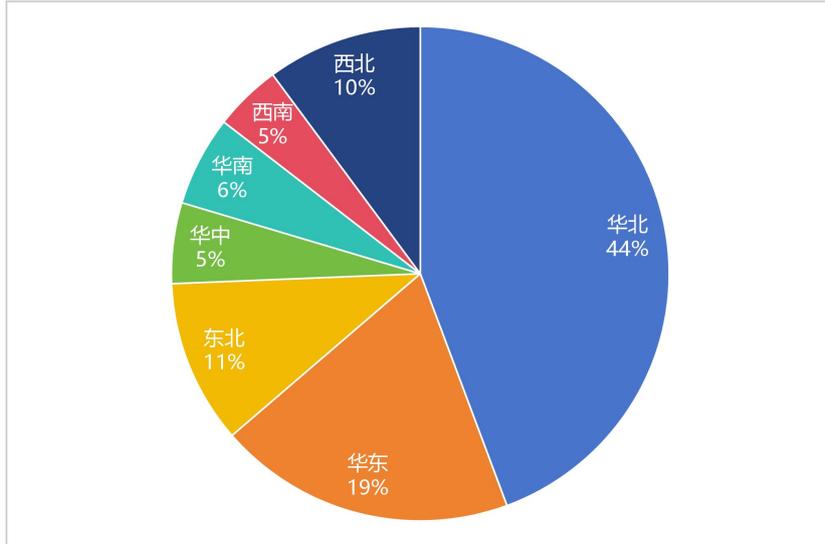


图 1-5 全国各区域滑冰场数量对比

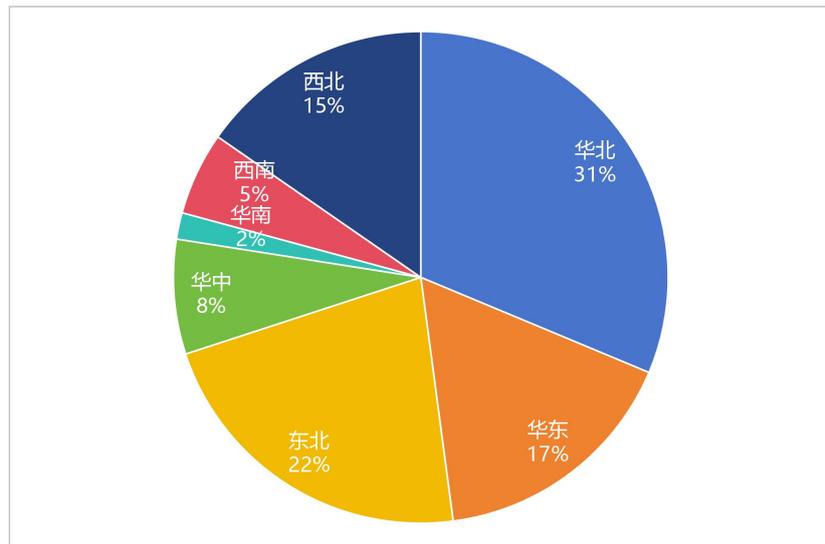


图 1-6 全国各区域滑雪场数量对比

1. 华北地区

华北地区作为中国冰雪运动重地，一直以来都以其丰富的冰雪资源和深厚的冰雪文化底蕴吸引着众多冰雪爱好者。在 2023-2024 冰雪季，华北地区的冰雪场馆数量继续保持领先地位，展现出强大的发展势头。以北京为例，该市积极构建分布广泛的冰雪场地设施，不仅充分利用城市公园、郊野

公园及城市空置场所等新建室内外滑冰场以及嬉雪场地，而且在远郊区县精心打造滑雪健身体育休闲带。无论是市区还是郊区，都可以找到适合不同人群需求的冰雪场馆。这些场馆不仅提供了优质的冰雪运动设施，还举办丰富多彩的冰雪活动，吸引了大量市民和游客前来参与。

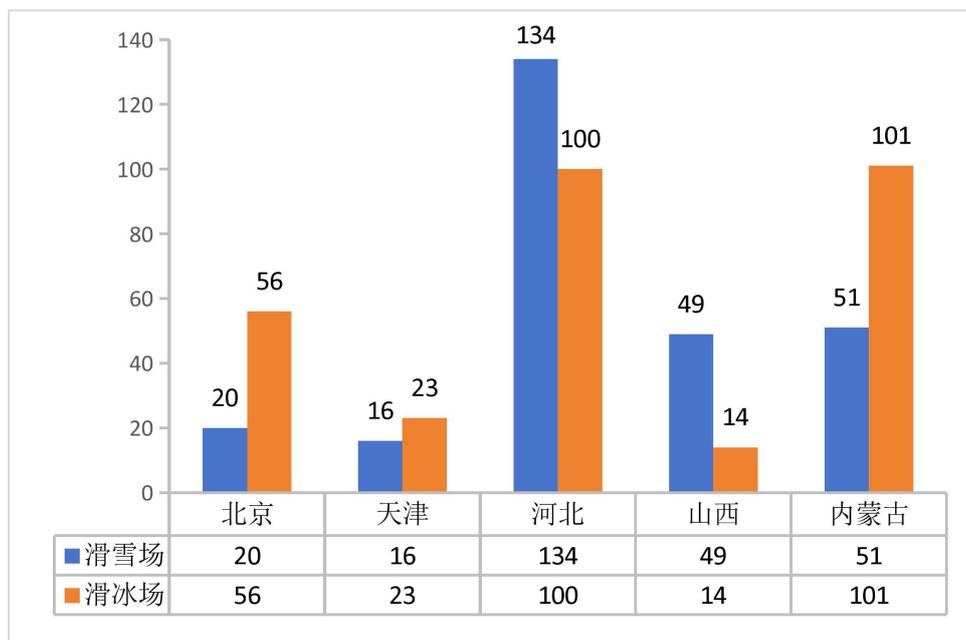


图 1-7 华北地区冰雪场馆分布情况

2. 华东地区

华东地区作为我国现阶段经济相对发达、经济比重最高的区域，近年来在冰雪运动方面取得了显著进展。在2023-2024冰雪季，华东地区尤其是以上海、浙江和江苏等省份为代表的长三角地区冰雪场馆数量明显增加，在冰雪商业综合体打造方面积极布局，颇具亮点。该地区拥有丰富的客源基础和明显的区位优势，涌现出诸多大型冰雪项目和多种新兴滑雪业态。以上海耀雪冰雪世界项目为例，建成后预计将与上海的海洋世界、天文馆以及迪士尼乐园等形成集群

效应，为大众参与冰雪运动提供更加丰富的选择。

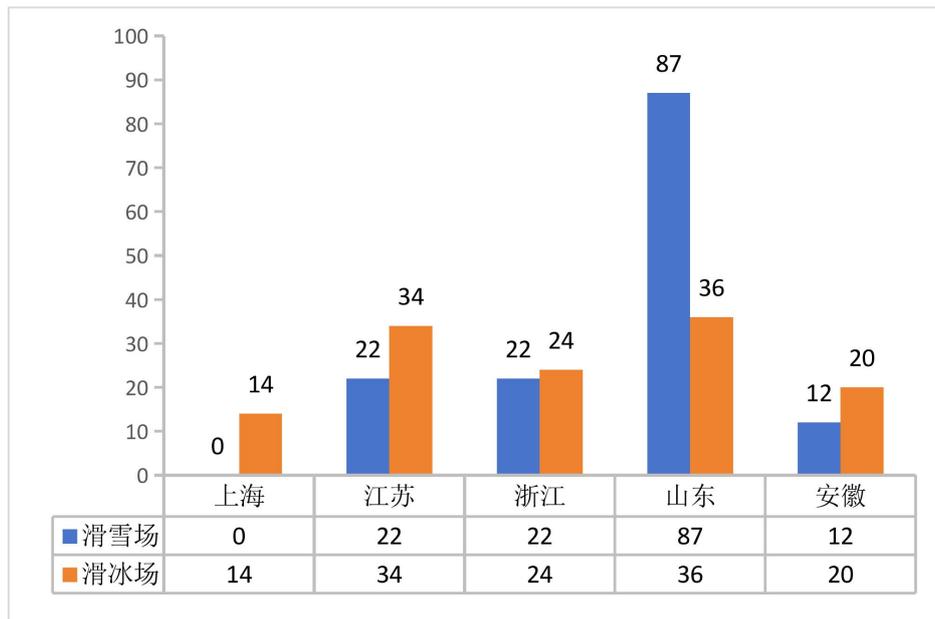


图 1-8 华东地区冰雪场馆分布情况

3. 东北地区

东北地区一直以来都是中国冰雪运动的重要区域，拥有得天独厚的冰雪资源和悠久的冰雪运动历史。在 2023-2024 冰雪季，该地区冰雪场馆进一步提质升级，在服务质量、设施更新和活动创新方面不断努力。特别是冰雪季期间，东北地区不断完善“冰雪+”，冰雪运动、冰雪旅游在哈尔滨大热后，吉林、黑龙江、辽宁许多知名的滑雪场和冰雪嘉年华活动吸引了大量游客前来体验冰雪运动的魅力。

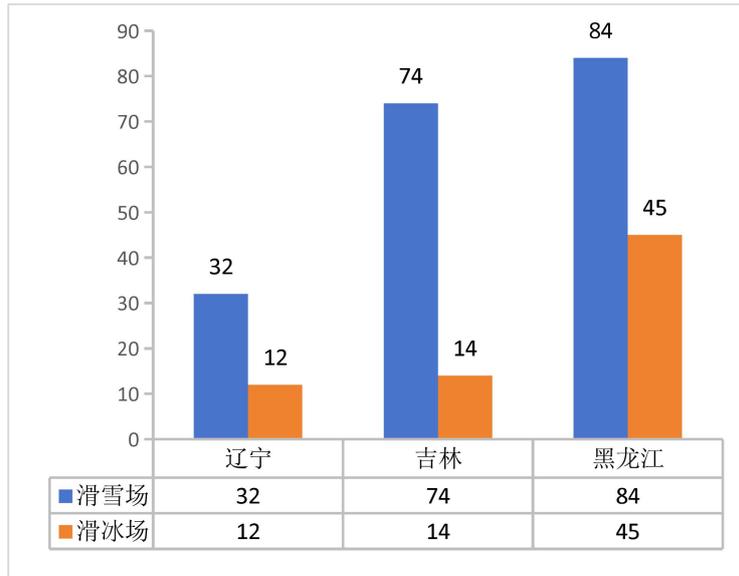


图 1-9 东北地区冰雪场馆分布情况

4. 华中地区

华中地区虽然传统上并不是冰雪运动的热门区域，但在近年来呈现出冰雪运动快速发展的趋势。在 2023-2024 冰雪季，华中地区的冰雪场馆数量有所增加、冰雪热度升温明显，特别是在一些大城市和知名冰雪旅游景区的冰雪场馆，不仅为当地市民提供了更多参与冰雪运动的机会，也为推动该地区冰雪运动产业的发展奠定了基础。

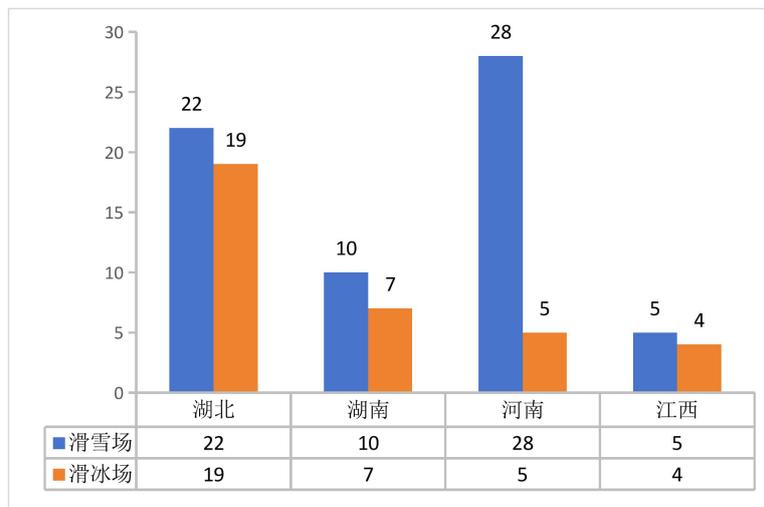


图 1-10 华中地区冰雪场馆分布情况

5. 华南地区

由于地理位置和气候条件的影响，华南地区的冰雪场馆数量相对较少，但近年来随着南方“冰雪热”兴起，一批具有规模效应的室内滑雪场和室内滑冰场建成并投入运营，为南方群众就近享受冰雪运动的乐趣提供了去处。此外，一些室内仿真雪和“旱雪”滑雪场以及室内仿真冰场馆的建设，也让当地居民和游客有了更加方便地体验冰雪运动的机会。

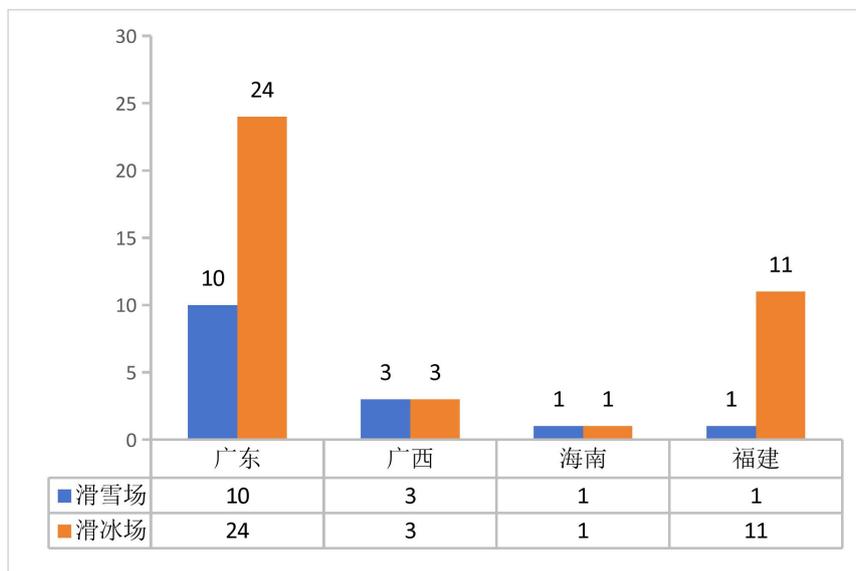


图 1-11 华南地区冰雪场馆分布情况

6. 西南地区

西南地区由于地理条件复杂多样，冰雪场馆的分布情况也呈现出独特的特点。四川、重庆、贵州等地依托其独特的山地资源，建设了一批优质的滑雪场和冰雪乐园，吸引了大量游客前来体验冰雪运动的乐趣。

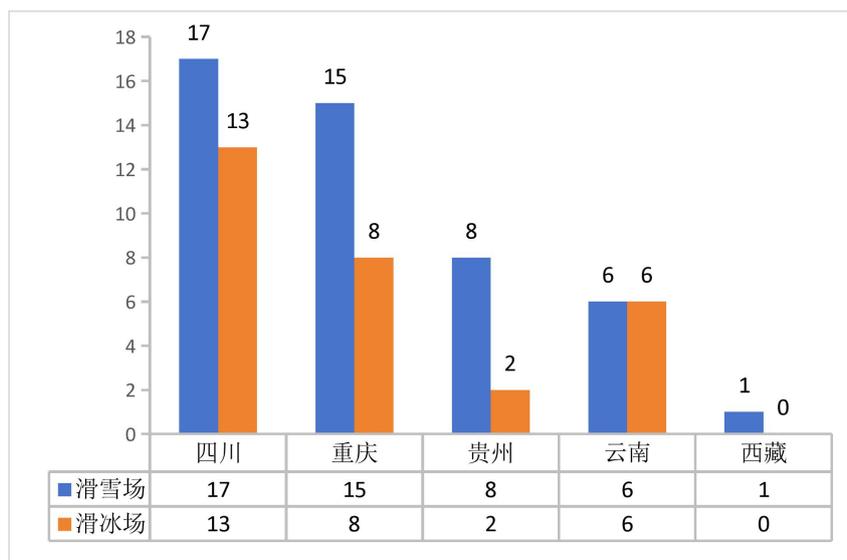


图 1-12 西南地区冰雪场馆分布情况

7. 西北地区

西北地区拥有广袤的疆域、独特的自然环境和世界级的冰雪资源储备，在冰雪场馆建设方面具有得天独厚的优势。新疆作为西北地区的冰雪运动重镇，近年来在冰雪场馆建设方面取得了显著成就，无论是滑雪场的数量还是质量都位居全国前列。此外，陕西、甘肃等地的冰雪场馆也在不断发展壮大，为西北地区的冰雪运动爱好者提供了更多选择。

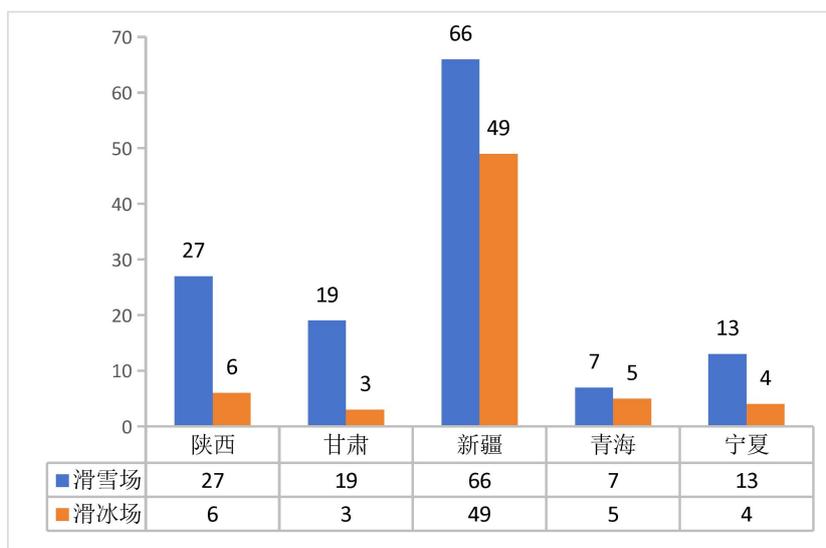


图 1-13 西北地区冰雪场馆分布情况

从全国范围来看，冰雪运动正在成为越来越多人的休闲生活方式。无论是东北和华北的冰雪运动中心，还是华东、华中、华南、西南、西北等地的冰雪场馆，都在为推动中国冰雪运动的发展贡献着力量。随着冰雪运动的普及和冰雪产业的快速发展，我国的冰雪场馆将会更加注重差异化、多样性、便利性等因素，从而为人们带来更好的冰雪消费体验。

（四）室内滑雪场区域分布情况

近年来，华北、华东、华南、西南地区都出现了众多规模大、质量高的室内滑雪场，带动南方省市的滑雪热度快速升温。目前我国室内滑雪场每年稳定创造 300 万以上的体验人群。从增长情况看，室内雪场的增幅已超过室外雪场。2013—2014 年冰雪季，我国仅有 5 家室内滑雪场；到 2023—2024 冰雪季，我国室内滑雪场的数量已经达到 59 家，主要分布在南方城市。

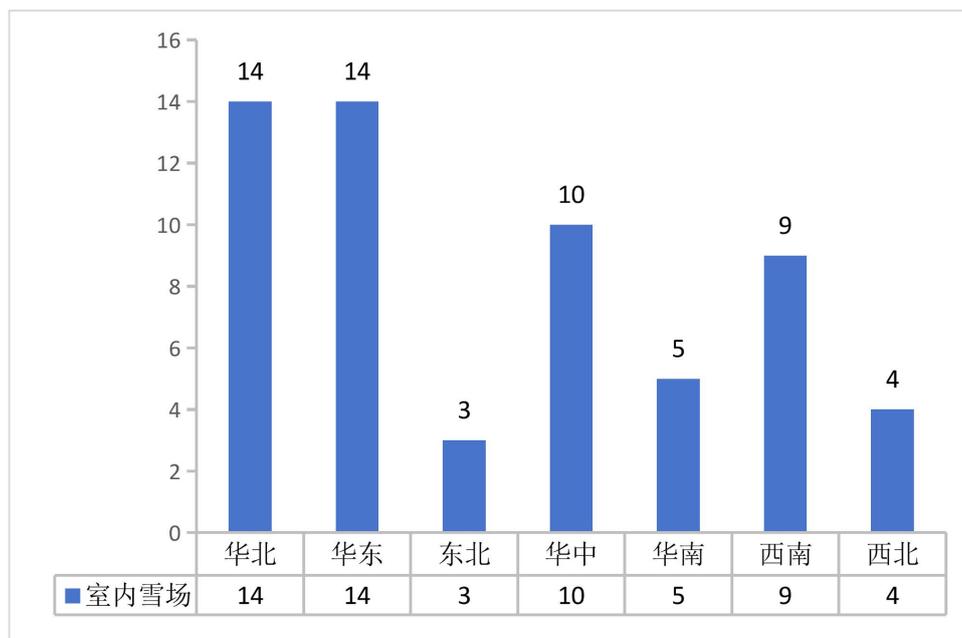


图 1-14 室内真雪场区域数量分布

（五）室外公益冰场分布情况

室外公益冰场主要分布在冰雪大省和北方城市为主。这些公益冰场不仅为市民提供了免费或低成本的冰上运动场所，还成为推动冰雪运动发展的重要力量。在冰雪大省如黑龙江、吉林、辽宁等地，室外公益冰场已经成为冬季城市景观的一部分。这些冰场通常由政府或社会组织投资建设，免费或低价向公众开放，吸引了大量市民和游客前来体验冰上运动的乐趣。这些冰场不仅设施完备，还配备了专业的教练和救援人员，确保市民在享受冰雪运动的同时，也能保障安全。

北京、天津、河北等地也积极建设室外公益冰场，推动冰雪运动的普及。这些城市通过利用城市公共空间、公园绿地等场所，建设了一批规模适中、设施完备的室外公益冰场，为市民提供了便捷的冰上运动场所。在上海浦东、青浦等地，利用商圈或当地场地设施，也在冬季提供了一批室外浇冰场。这些冰场不仅丰富了市民的冬季文化生活，也提升了城市的冰雪文化氛围。

表 1-1 冬季主要提供室外公益浇冰场省区市统计

区域名称	冰场数量	主要分布
黑龙江省	1404 个	分布在 13 个地级市
吉林省	500 个	以长春市、吉林市为主
辽宁省	100 个	覆盖所有地市
甘肃省	34 个	兰州市、嘉峪关市、酒泉市、张掖市居多

北京市	31 个	分布于全市各区，大部分在公园、游乐场、高校内
上海市	10 个	分布在浦东新区、青浦区、嘉定区
新疆维吾尔自治区	11 个	分布在乌鲁木齐市、阿勒泰地区

（六）区域滑雪和代表雪场更新升级情况

在 2022-2023 冰雪季结束后，为迎接后冬奥时代的第一个完整雪季，超过 80% 的雪场进行更新升级，从雪道、缆车添加到新建酒店、餐厅配套，从滑雪器材更新到增加夜场滑雪服务等各类硬、软件服务……各主要滑雪聚集区滑雪场和滑雪旅游目的地积极升级硬件设施，优化配套服务，增加人性化设施，进一步提升消费体验（表 1-2）。

表 1-2 2023-2024 冰雪季主要滑雪大区情况

名称:河北张家口崇礼滑雪大区	主要雪场:拥有密苑云顶滑雪公园、万龙度假天堂、太舞度假小镇、富龙四季小镇、翠云山银河、多乐美地等为代表的 8 家世界级滑雪度假资源。	区域情况:作为北京冬奥会举办地之一,崇礼已成为一个集运动、度假、观光、休闲、商务等功能于一体的区域性综合旅游度假胜地,各大滑雪场也逐渐形成了自己的定位和发展特色。
名称:吉林长白山脉滑雪旅游度假集群	主要雪场:拥有以吉林北大湖滑雪度假区、万科松花湖度假区、长白山万达、长白山华美胜地(鲁能胜地)等为代表的世界级滑雪度假资源。	区域情况:吉林省凭借其丰富的冰雪资源和高质量的滑雪度假区,已经成为中国乃至世界知名的滑雪旅游度假聚集区。
名称:新疆阿勒泰滑雪旅游度假聚集区	主要雪场:拥有以将军山国际滑雪度假区、可可托海国际滑雪度假区、禾木吉克普林国际滑雪度假区、青格里狼山国际滑雪度假区等为代表	区域情况:阿勒泰地区位于新疆北部,拥有世界级的冰雪资源,被誉为“人类滑雪起源地”;地处世界冰雪黄金纬度带;国家气候中心首个命名、全国唯一的“中国雪都”;已成为集滑

	表的世界级滑雪度假资源。	雪运动为主，兼具户外运动、康养度假、休闲娱乐为一体的滑雪旅游度假聚集区。
名称: 黑龙江亚布力滑雪旅游度假聚集区	主要雪场: 拥有以亚布力阳光度假村、亚布力体育基地、帽儿山滑雪场、亚雪集团新亚布力滑雪场、亚布力林业局滑雪场等为代表的滑雪场聚集区。	区域情况: 度假区拥有丰富的森林资源和雪地资源，拥有我国规模领先的综合性雪上训练中心。区域内滑雪场自然条件良好，林密雪厚，风景壮观，地貌独特。

各大雪场通过对软硬件更新升级，推出更加丰富多元的新产品和新业态拼抢客源，以便在冰雪季满足更多消费者的需求，提高冰雪季接待规模和收入水平（表 1-3）。

表 1-3 2023-2024 冰雪季代表雪场更新升级情况

雪场名称: 崇礼云顶滑雪场	主要举措: 新增多家餐饮店铺、品牌零售和服装店。云顶与万龙通滑正式打通；降低难度的冬奥赛道正式和游客见面。
雪场名称: 崇礼万龙滑雪场	主要举措: 增设多条低难度的树林野雪路线；对场地内外的指示牌进行重新制作，方便雪友掌握自己的位置和雪道难度；精心挑选多个适宜拍照的点位，方便游客“打卡”留念。
雪场名称: 崇礼太舞滑雪场	主要举措: 冬奥会后不断提升服务能力。扩增雪道：新雪季新增了四条林间雪道，开放 4 万平方米的娱雪乐园，全龄段客群都能参与其中；客房总数近三年从 1200 间增加至 2600 间；餐厅和酒吧数量进一步增加；不断完善商业街区、电影院、温泉等配套设施。
雪场名称: 崇礼富龙滑雪场	主要举措: 在常规雪道外设置滑雪地形公园、追逐道、趣味性雪道、竞技雪道等多样性雪道内容，以丰富滑雪体验感，将雪场储物柜全部更换为智能储物柜，缩短储物服务流程，提高便捷度。引入了 30 多家全新的餐饮品牌，住宿服务方面进行了整体提升。
雪场名称: 吉林北大湖滑雪场	主要举措: 新雪季新增 4 条雪道和 1 条缆车，整体运营雪道总数由上个雪季的 47 条增至 64 条；雪道长度由 61 公里增至 72 公里；夜场开放雪道数量增至 4 条。雪道面积达到 239 公顷，共运营缆车 11 条、魔毯 7 条，新增 M 索 2.2 公里，大幅提升北大湖的运

	力和接待能力；初级滑雪区域的规模达到 50 万平方米。
雪场名称：吉林万科松花湖滑雪场	主要举措： 新增 V-PARK 公园地形雪道 20 万平方米，床位总数 6000 余张。进行了全新的升级改造。V-PARK 公园在 M3 公园增加 10000 平方米迷你教学区域，为初学者提供足够的练习地形。
雪场名称：吉林万峰通化滑雪场	主要举措： 在原有的 4 家酒店基础上新开了瑞士酒店、阳光客栈，总房间量达到 1200 间，床位 2800 张，接待能力提升 51%。同时，拓宽了雪道，增加了滑雪地形公园、公共停车区域，以及购物、餐饮等多种服务功能，新引入了星巴克咖啡、旺角港式茶餐厅等特色餐饮，度假区内的餐饮经营业户超过 40 家。
雪场名称：长白山万达国际度假区	主要举措： 新增 6 条雪道，其中 1 条野雪道，3 条树林道，2 条可携宠滑雪的雪道。公园面积增加 5 万平方米以及公园道具增加 4 个，增加 10 个初级公园地形及道具增加（BOX、跳台）。在新雪季对雪道和地形公园进行升级改造的同时，增加了世界雪屋探索之旅、踏雪徒步、雪合战、热气球等新兴玩雪方式，满足不同游客对“雪”的需求。雪场雪具存量增加到 7000 套左右。
雪场名称：北山四季越野滑雪场	主要举措： 亚洲首座全天候标准化越野滑雪专业训练场。该雪场室内雪道 1308 米、运动员服务中心面积 3000 平方米，并配套建设了长达 1616 米的室外雪道和四季冰雪体验馆，雪场将内部设施进行全新升级，新增了奥运风采形象展示区、雪圈娱乐区、特色打卡区等。雪场主要客源为亲子戏雪家庭和青少年滑雪培训团，开放首月客流量超过 5000 人次，其中青少年是核心客群。
雪场名称：四川西岭雪山滑雪场	主要举措： 为提升游客在西岭雪山的旅游体验，当地投资 2.6 亿元对连接大邑县城与西岭雪山景区的景观大道大西路进行了综合整治，新增、改造多处景观，并形成了“雪山廊道”“车耀先广场”等 25 个重点景观节点。同时对西岭场镇也进行了提档升级。
雪场名称：陕西太白鳌山滑雪场	主要举措： 新增 350m 魔毯超长初级道；新增各类公园道具、气垫；全新地形公园；高级道新增雪墙，可玩性更高；通过调整雪道的软硬程度，为游客提供差异化滑雪体验；增设了供孩子们嬉戏游乐的滑雪公园，增加游客滑雪趣味。
雪场名称：新疆乌鲁木齐丝绸之路滑雪场	主要举措： 继续加大硬件设施的投入，累计投资 5 亿元扩建的东区游客服务中心及配套设施在新雪季正式投入使用，总建筑面积达到 8 万平方米，其中游客服务中心可容纳数万名游客。度假区新建的地形公园邀请奥运会建设团队参与设计与建设，设计了坡

道障碍等地形，让冰雪爱好者享受更丰富的冰雪乐趣。

雪场名称：新疆富蕴可可托海滑雪旅游度假地
主要举措：新增多条雪道和索道，完善了配套设施，并且安装了照明设备，新增了夜场滑雪。作为亚洲营业时期最长的可可托海国际滑雪度假区，从2023年10月1日起在全国率先开板。雪场还新开发了U型槽、跳台和多条连接道，增加雪场的可玩性。

雪场名称：新疆布尔津吉克普林滑雪场
主要举措：雪场在硬件、软件上都做了全新升级，提供包括“滑雪+高山观光”、温泉泡汤、初级滑雪体验等丰富多样的体验类项目，可满足初、中、高级各种水平滑雪爱好者的需求。雪场开放雪道达到103条，总长度108公里（野雪道38公里），雪道面积392公顷（野雪道110公顷）。

雪场名称：新疆阿勒泰将军山滑雪场
主要举措：在雪道改造扩建、高山雪道优化、新建基础设施等方面进行了全面升级改造；滑雪大跳台投入使用；新增‘猛士道’‘向光道’‘虹光道’等雪道；雪道总数达到了72条；对基础设施进行全面升级，在此基础上，提供雪地摩托车、雪圈、骑马等多个项目条；配备了8辆缆车、8条魔毯。

雪场名称：河北涞源小七山滑雪场
主要举措：新建约30000平方米的全地形公园，包括大线路、小线路和趣味地形雪道三条公园线路，为不同水平的玩家们提供多元化的滑雪体验；雪场毗邻国家跳台滑雪训练科研基地、风洞实验室和中国雪上运动学院，已开发建设滑雪面积达70万平方米，建有初级、中级、高级、特色滑雪道16条。

雪场名称：延庆奥林匹克园区
主要举措：园区从硬件和软件上进行了同步提升，及时更新完善了各类引导标识和安全提示，并适当增加引导服务人员，优化参观游览动线，丰富商业产品及环境，进一步提升游客的体验感。

二、全国参与冰雪运动人数统计情况

（一）单个冰雪季参与各类冰雪运动人数持续增长

后冬奥时代，“带动三亿人参与冰雪运动”成果得到巩固扩大。根据国家统计局《冰雪运动参与情况调查统计分析报告》相关数据，2022年北京冬奥会结束以来，全国居民冰雪运动参与率为22.13%⁵，冰雪运动参与人数达到3.13亿人

⁵ 冰雪运动包括冰雪运动项目、民俗冰雪运动、冰雪观赏体验类活动、陆地冰雪运动等。

⁶。其中，2023 年入冬以来即 2023-2024 冰雪季全国居民冰雪运动参与率为 18.68%，各类冰雪运动参与人数达 2.64 亿人⁷。2023-2024 单个冰雪季参与冰雪运动人数继续增长，北京冬奥会后首个完整运营的冰雪季释放出更大的增长空间。

（二）单个冰雪季参与冰雪运动项目人次破亿

在参与冰雪运动项目⁸方面，经综合测算，在 2023-2024 冰雪季，全国参与滑冰滑雪、冰壶冰球等各类冰雪运动项目的人数达到 5735 万人，参与人次总计 1.0953 亿人次。其中，滑雪运动项目参与人数达到 3542 万，滑雪人次达到 5482 万人次；滑冰运动项目参与人数 2193 万，参与人次 5471 万⁹。

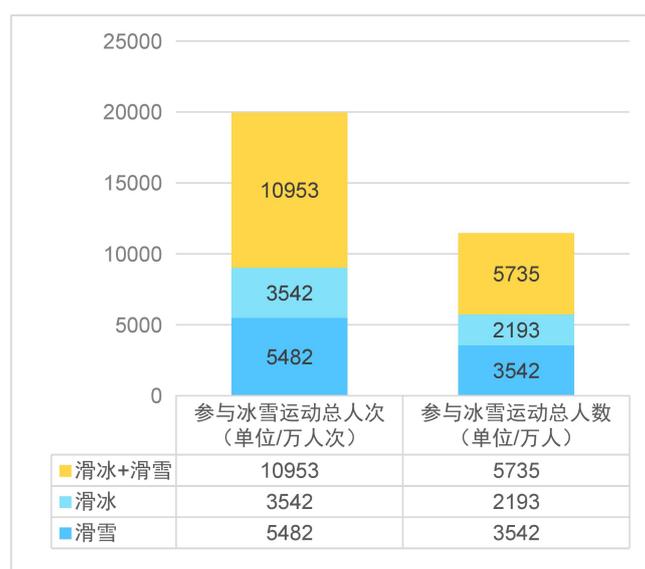


图 2-1 参与冰雪运动项目人次组成

⁶ 2022 年北京冬奥会结束以来冰雪运动参与人数是指 2022 年北京冬奥会结束以来参与冰雪运动总人数，同一个人参与多次、或参与多种类型的冰雪运动，均按 1 人统计，下同。

⁷ 国家统计局《冰雪运动参与情况调查统计分析报告》

⁸ 在冰雪运动项目中，滑雪包括室内外各类滑雪运动项目，滑冰包括室内外滑冰、花滑、冰球、冰壶等各类冰上运动项目

（三）居民参与不同冰雪运动的参与率及参与人数

从参与冰雪运动类型看¹⁰，2022年北京冬奥会结束以来，全国18岁及以上居民参与“民俗冰雪活动”最多，参与率为17.73%，参与人数达1.98亿人；其次是“冰雪观赏体验类活动”，参与率为9.83%，参与人数达1.10亿人；“冰雪运动项目”参与率为6.05%，参与人数为0.68亿人；“陆地冰雪运动项目”参与率为3.06%，参与人数为0.34亿人（图2-2）。

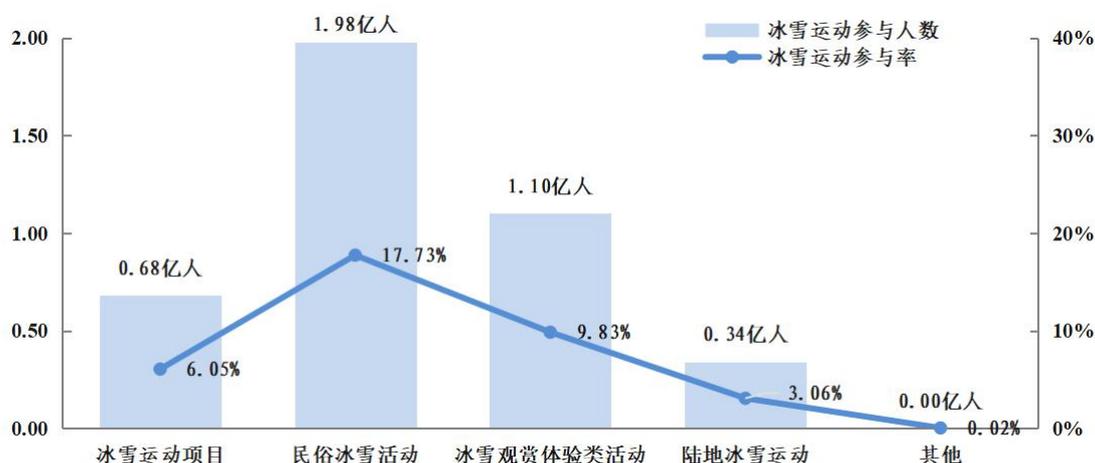


图 2-2 全国 18 岁及以上居民参与不同冰雪运动的参与率及参与人数

调查显示，在 2022 年北京冬奥会结束以来参与过冰雪运动的受访居民中，超四成居民近两年参与冰雪运动 3 次及以上；近九成继续参与了 2023—2024 年冰雪季的运动；两成多居民 2023 年入冬以来参与冰雪运动 3 次及以上。

（四）居民参与冰雪运动主要城市统计情况

¹⁰ 数据反映 18 岁及以上居民参与情况，调查未涉及 18 岁以下居民参与情况。选择“其他”冰雪运动类型的有效回答包括：“冰雪长跑”、“冬泳”、“扫雪”和“去山上看雪景”等

对于 2023 年冰雪季在哪里参与了冰雪运动¹¹调查中，受访居民选择比重最高的是黑龙江（12.39%），其次是河北（7.12%）和吉林（6.41%），山东（6.34%）、北京（5.60%）分列第四和第五位（图 2-3）。



图 2-3 2023 年入冬以来受访居民参与冰雪运动的地方 (%)

三、全国冰雪运动消费规模调查分析

后冬奥时代，随着“带动三亿人参与冰雪运动”成果持续巩固扩大，冰雪爱好者数量大幅增加，冰雪消费市场规模快速扩大。冰雪运动、冰雪装备、冰雪旅游、冰雪赛事等各领域呈现出增长态势。特别是在冰雪运动消费方面，规模不断攀升。

（一）参与冰雪运动居民逾七成有消费

对于个人每次参与冰雪运动的平均花费，根据调查¹²，2022 年北京冬奥会结束以来参与过冰雪运动的受访居民中，

¹¹ 因各省（区、市）样本量有限，受访居民的调查存在非抽样误差，结果仅供参考。

¹² 国家统计局《冰雪运动参与情况调查统计分析报告》

72.73%表示有消费，其中41.86%表示花费“500元以下”、15.64%表示花费“500—999元”、8.81%花费“1000—1999元”、2.43%花费“2000—2999元”、3.99%花费“3000元及以上”，26.86%表示“不花钱”，另有0.41%表示“记不清”（图3-1）。

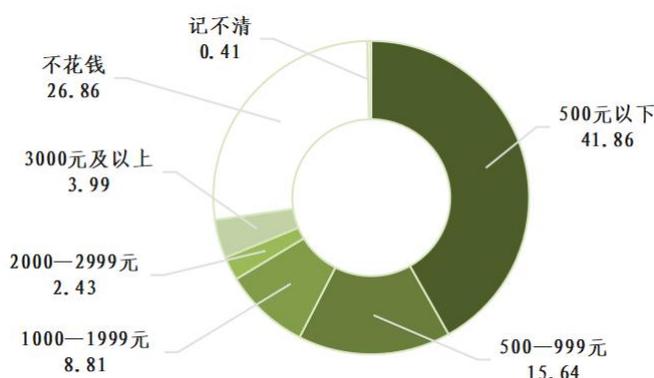


图 3-1 受访居民每次参与冰雪运动的平均花费情况 (%)

（二）不同冰雪运动类型的消费差别

从不同冰雪运动类型看，参与冰雪运动项目和陆地冰雪运动花费相对较高。参与民俗冰雪活动最省钱，但参与人群基数最大。

调查显示，经常参与“冰雪运动项目”的受访居民中，92.93%表示有花费；经常参与“陆地冰雪运动”的受访居民中，91.33%表示有花费；经常参与“冰雪观赏体验类活动”的受访居民中，85.72%的表示有花费；经常参与“民俗冰雪活动”的受访居民中，57.46%表示有花费¹³，从花费区间情况来看，不同项目类型花费差别较大，具体见下方（表3-1）所示。

¹³ 国家统计局《冰雪运动参与情况调查统计分析报告》

表 3-1 受访居民参与不同冰雪运动类型时单次平均花费 (%) ¹⁴

	冰雪运动项目	民俗冰雪活动	冰雪观赏体验类活动	陆地冰雪运动
有花费	92.93	57.46	85.72	91.33
500 元以下	44.04	39.71	39.16	59.89
500—999 元	25.42	10.43	19.41	18.55
1000—1999 元	14.62	4.51	14.17	8.48
2000—2999 元	2.89	1.36	4.84	0.88
3000 元及以上	5.96	1.45	8.14	3.53
不花钱	6.33	42.18	13.89	8.48
记不清	0.74	0.36	0.40	0.18

(三) 居民参与冰雪运动的主要消费项目

对于参与冰雪运动的主要花费，冰雪季期间，参与过冰雪运动的受访居民首选“门票”（61.63%），其次是“交通”（50.16%）和“餐饮”（47.73%），其他依次是“住宿”（41.42%）、“运动装备”（35.54%）、“娱乐休闲项目”（32.41%）、“购物（如当地特产、文创产品等）”（29.48%）和“培训”（9.17%）等¹⁵（图 3-2）。

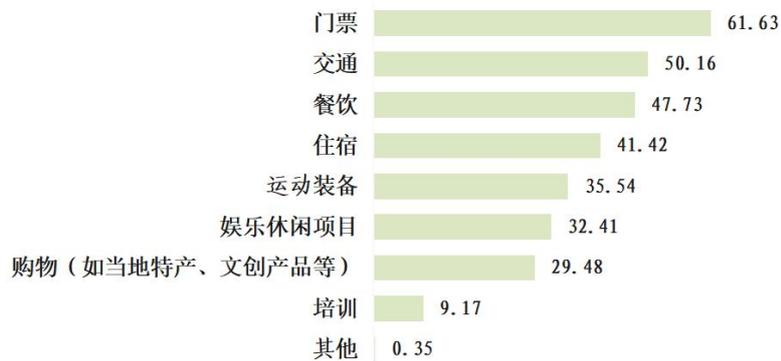


图 3-2 受访居民参与冰雪运动的主要花费 (%)

¹⁴ 在参与冰雪运动的受访居民中，经常参与冰雪运动项目、民俗冰雪活动、冰雪观赏体验类活动和陆地冰雪运动的调查回答人数分别为 1074、3594、1757 和 566 人。

¹⁵ 选择“其他”花费的有效回答包括“拍雪景的摄影装备”、“雪人装饰”等。

从不同冰雪运动类型看，门票、交通、餐饮都是花费大头，参与冰雪运动项目和陆地冰雪运动的“运动装备”支出相对较高。对于参与冰雪运动的花费，经常参与“冰雪运动项目”和“陆地冰雪运动”的受访居民均首选“门票”，其次是“运动装备”“交通”“餐饮”等；经常参与“冰雪观赏体验类活动”和“民俗冰雪活动”的受访居民主要支出依次为“门票”“交通”“餐饮”和“住宿”等（表 3-2）。

表 3-2 受访居民参与不同冰雪运动类型的主要花费（%）¹⁶

	冰雪运动项目	民俗冰雪活动	冰雪观赏体验类活动	陆地冰雪运动
门票	73.46	52.31	67.61	58.49
运动装备	51.69	32.58	22.54	54.05
培训	15.90	6.98	6.21	13.51
交通	44.23	50.29	55.78	44.59
住宿	39.26	36.81	51.22	35.52
餐饮	39.76	47.98	53.87	44.40
购物	18.19	30.56	36.15	27.41
娱乐休闲项目	27.73	32.58	35.16	32.82

（四）孩子参与冰雪运动的主要消费项目

对于家中 18 岁以下孩子参与冰雪运动的主要花费方面，受访家长选择比重较高的是“门票”（60.85%）、“运动装备”（46.29%）和“餐饮”（44.43%），其他依次是“交通”（40.35%）、“娱乐休闲项目”（34.69%）、“住宿”（30.71%）、“购物（如当地特产、文创产品等）”（24.72%）和“培训”（20.36%）等¹⁷（图 3-3）。

¹⁶ 参与冰雪运动且有花费的受访居民中，经常参与冰雪运动项目、民俗冰雪活动、冰雪观赏体验类活动和陆地冰雪运动的调查回答人数分别为 1006、2078、1531 和 518 人。

¹⁷ 选择孩子有“其他”花费的有效回答包括“场地费”、“学费”等。



图 3-3 受访居民家中孩子参与冰雪运动的主要花费 (%)

从不同冰雪运动类型看，受访家长表示孩子在参与“冰雪运动项目”时，主要花费在“门票”（70.57%）、“运动装备”（55.50%）和“餐饮”（40.60%）；参与“陆地冰雪运动”时，主要花费在“运动装备”（55.99%）、“门票”（52.30%）和“交通”（37.10%）；参与“民俗冰雪活动”和“冰雪观赏体验类活动”时，主要花费在“门票”“餐饮”以及“交通”方面（表 3-3）。

表 3-3 受访居民家中孩子参与不同冰雪运动类型的主要花费 (%) ¹⁸

	冰雪运动项目	民俗冰雪活动	冰雪观赏体验类活动	陆地冰雪运动
门票	70.57	55.81	63.97	52.30
运动装备	55.50	39.22	36.84	55.99
培训	31.74	11.01	12.96	28.34
交通	36.88	40.57	46.96	37.10
住宿	29.79	28.05	42.71	22.35
餐饮	40.60	47.06	54.25	34.33
购物	15.78	29.41	30.77	22.35
娱乐休闲项目	27.48	40.12	42.11	27.42

¹⁸ 在家中 18 岁以下孩子参与过冰雪运动且有花费的受访居民中，表示孩子经常参与冰雪运动项目、民俗冰雪活动、冰雪观赏体验类活动和陆地冰雪运动的调查回答人数分别为 564、663、494 和 434 人。

（五）冰雪运动消费规模测算

根据对我国居民参与冰雪运动各方面消费情况的综合测算，2023-2024 冰雪季，我国在冰雪运动项目、民俗冰雪活动、冰雪观赏体验、陆地冰雪运动等各类冰雪运动消费规模超 1500 亿元。不同冰雪运动类型消费占比见（图 3-4）所示。

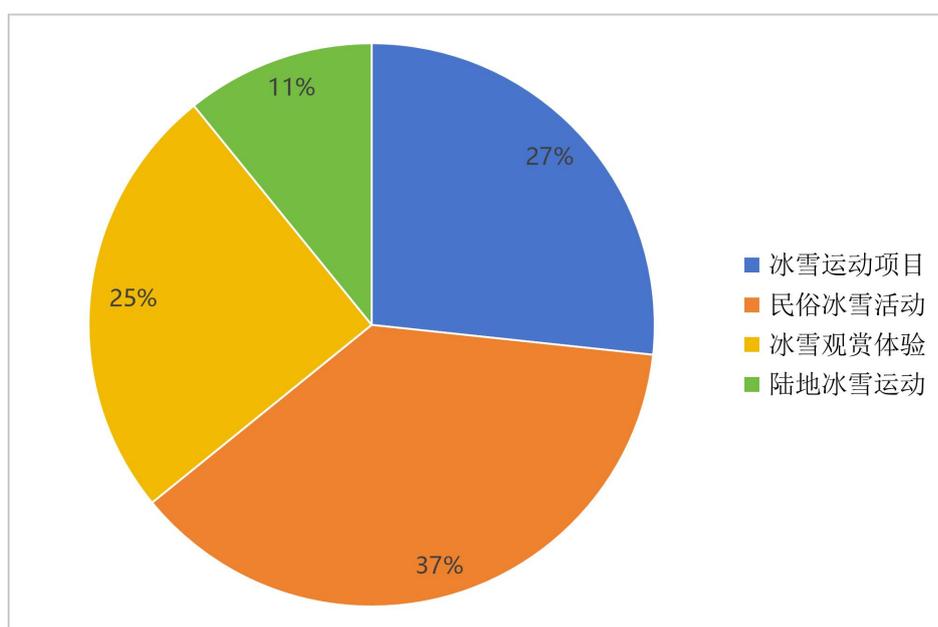


图 3-4 不同冰雪运动的消费占比情况

四、全国冰雪运动消费特征分析

（一）品牌活动带动参与人次增长

1. “全国大众冰雪季”参与人次持续增长

由国家体育总局推出的“全国大众冰雪季”“世界雪日”“全国大众欢乐冰雪周”等品牌活动，精准聚焦人民群众多样化运动需求，组织动员全国各地因地制宜开展丰富多样的冰雪赛事活动，对各地的人们参与各类冰雪运动有着巨大的带动效应。以全国大众冰雪季为例，据统计，自 2014 年首

届大众冰雪季开始约 1000 万人次参与至 2024 年第十届大众冰雪季期间超过 1.8 亿人次参与，我国冰雪运动十年来实现持续高增长。历届大众冰雪季参与人次情况见（图 4-1）所示。

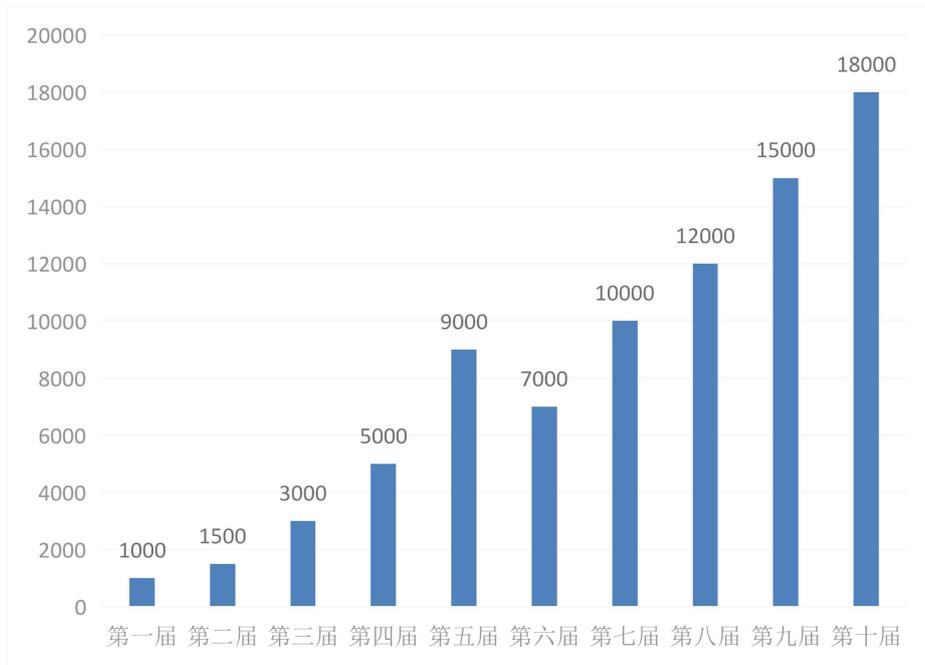


图 4-1 历届大众冰雪季参与人次（单位：万人次）

2. 参与冰雪季活动省区市范围不断扩大

我国从第一届大众冰雪季全国只有 10 个省区市参与到第十届大众冰雪季覆盖全国，冰雪运动“南展西扩东进”的战略也从蓝图变为了现实。历届参与省区市数量见（图 4-2）所示。

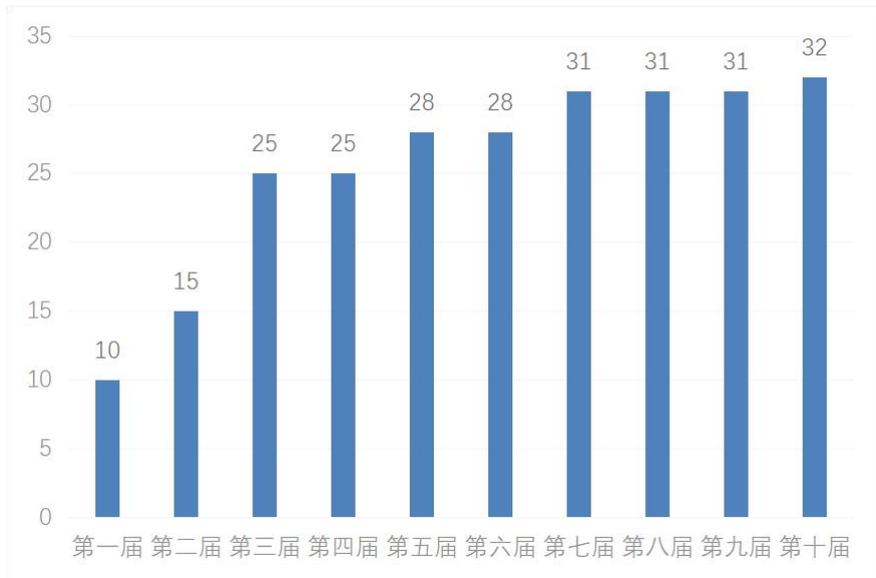


图 4-2 历届大众冰雪季参与省市自治区数量

3. 首次在南方多个省市设立分会场

第十届全国大众冰雪季自 2014 年创办以来首次在浙江、四川等南方省市设立分会场，实现冰雪南北大联动。与往届相比，本届全国大众冰雪季力求实现更大范围、更广泛人群覆盖，根据不同地域、人群特点组织了不同类型活动，有效带动冰雪体育产业发展。比如，四川省在第十届全国大众冰雪季期间，参与总量突破了 1200 万人次，创历届之最。

(二) 全国滑雪集聚区和精品线路带动收入增长

1. 国家级滑雪旅游度假地收入大涨

国家级滑雪旅游度假地是由文化和旅游部、国家体育总局认定的具有良好的滑雪场地资源，满足滑雪场所开发条件，能够满足游客以滑雪运动为主，兼具户外运动、康养度假、休闲娱乐等旅游需求的度假设施和服务功能集聚区。从 2022 年 1 月至 2024 年 2 月共认定三批合计 26 个国家级滑雪旅游度假地。

在 2024 年春节期间，26 个国家级滑雪旅游度假地接待

游客达 282.61 万人次，实现体育及相关消费 25.61 亿元，部分雪场收入涨幅超过 346%。在 2023—2024 年冰雪季，26 家国家级滑雪旅游度假地接待总人次 2608.50 万人次，比上一雪季增长 91.77%；实现文体旅综合收入 193.49 亿元，比上一雪季增长 139.95%（表 4-1）。

表 4-1 26 家国家级滑雪旅游度假地增长情况

接待人次	实现收入
2608.50 万人次	193.49 亿元
人次增长	收入增长
91.77%	139.95%

2. 冰雪精品线路释放冰雪消费潜力

2024 年 2 月，国家体育总局会同文化和旅游部推出了河北崇礼滑雪体育旅游线路、辽宁阜新黄家沟温泉滑雪之旅、吉林省吉林市雪乡魅力冰雪游、黑龙江鸡西冰雪速度激情运动游线路、新疆阿勒泰将军山冰雪体育旅游线路等 5 条冰雪主题春节假期体育旅游精品线路，接待了大量游客，产生了显著的冰雪体育旅游收入。5 条线路春节期间共接待游客 97.38 万人次，体育旅游收入 6.91 亿元，冰雪运动与冰雪旅游产业得到了很好地融合发展，同时也释放了冰雪消费潜力。

（三）重点滑雪区域消费创新高

1. 阿勒泰三大滑雪度假区接待人数突破百万

2023-2024 雪季，阿勒泰地区将进一步推动冰雪旅游、冰雪运动、冰雪文化等多产业领域深度融合，持续提升“冰天雪地”的产值，兑现“金山银山”的价值。截至 2024 年 3 月 26 日，新疆阿勒泰地区的将军山、可可托海、吉克普林三大国际滑雪度假区累计滑雪人数突破 100 万人¹⁹。

表 4-2 2024 年 1-3 月三大雪场接待游客人次情况

雪场名称	接待情况
将军山滑雪度假区	71.22 万人次
吉克普林国际滑雪度假区	24.68 万人次
可可托海国际滑雪度假区	32.41 万人次

截至 2024 年 4 月 6 日，2023—2024 雪季，阿勒泰市累计接待游客 488.83 万人次，实现旅游总收入 51.03 亿元²⁰。该雪季，“阿勒泰滑雪”的搜索量同比增长超 12 倍²¹。

2. 崇礼滑雪收入实现翻倍

2023—2024 冰雪季，河北省张家口市崇礼区包括万龙滑雪场、太舞滑雪场、云顶滑雪场、富龙滑雪场等在内的雪场，在 5 个多月的时间里共接待游客 443.61 万人次，其中滑雪场进场数据超 396 万人次，占比达到九成（图 4-3），实现旅游综合收入 52.69 亿元²²。

¹⁹ 新疆阿尔泰旅游发展集团

²⁰ 阿勒泰市文化体育广播电视和旅游局发布

²¹ 美团、大众点评发布

²² 崇礼区文化广电和旅游局发布

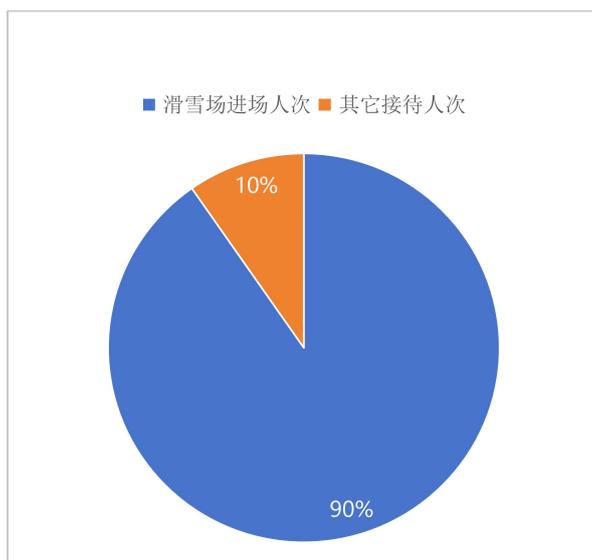


图 4-3 滑雪场进场占总接待游客比例

据统计，自 2015—2016 冰雪季以来，崇礼区滑雪游客量平均保持 20% 以上的增幅。在 2022—2023 冰雪季，该区共接待游客 222.68 万人次，实现旅游综合收入 26.22 亿元。在 2023—2024 冰雪季，该区接待游客 443.61 万人次，游客总量增幅超 99%，收入增幅超 100%（图 4-4）。

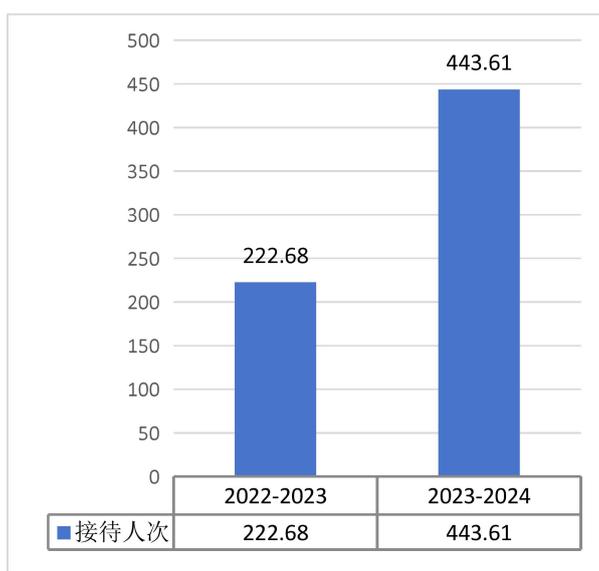


图 4-4 崇礼滑雪旅游度假区接待人次增长情况（单位：万人次）

3. 亚布力滑雪度假区接待量创历史新高

作为国际知名的冰雪品牌，亚布力是中国竞技滑雪运动的摇篮和大众旅游滑雪的肇兴之地。随着哈尔滨成功申办2025年第九届亚洲冬季运动会，亚布力滑雪旅游度假区借助亚冬赛事契机，促进基础设施提档升级，重点推进雪场、雪道、场馆、交通改造等项目，先后举办了一系列大众冰雪娱乐活动，深度融合趣味性和专业性，吸引更多滑雪者参与。截至2024年2月27日，亚布力滑雪旅游度假区接待人次达101.6万，相比2018-2019冰雪季接待滑雪游客47.4万人次，接待量实现翻倍；相比2022-2023冰雪季接待游客总数20.2万人次，同比接待量增长400%，创历史新高。

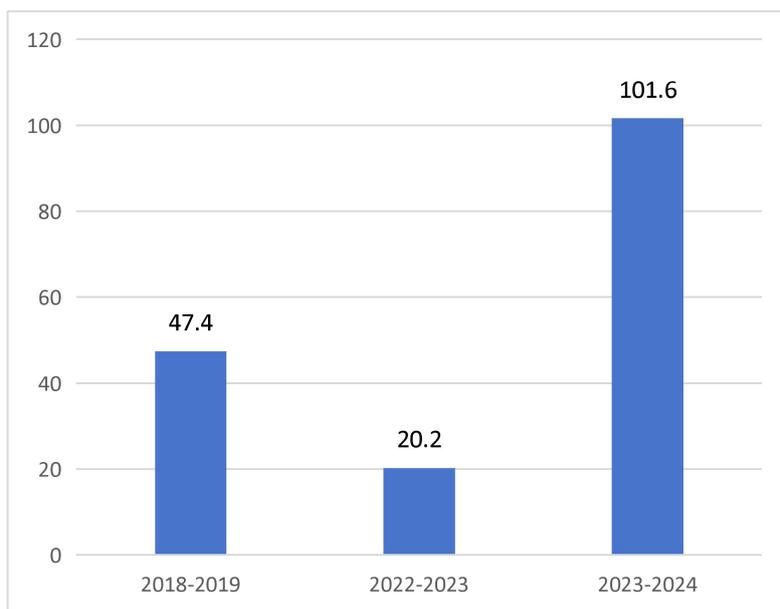


图 4-5 亚布力滑雪旅游度假区接待情况（单位：万人次）

4. 吉林长白山脉滑雪度假集群雪场悉数高速增长

吉林省冰雪资源丰富、冬季户外景色壮丽，以长白山脉为核心，形成了一个世界知名的滑雪度假产品的集群。以吉

林北大湖、万科松花湖、长白山万达、长白山华美胜地（鲁能胜地）等为代表的滑雪度假区依托自身资源、山形地貌、气候生态等优势，形成冬季滑雪运动、夏季避暑休闲相结合的四季冰雪休闲度假聚集区。

在长白山脉滑雪度假集群内，北大湖滑雪场、万科松花湖滑雪场地处北纬 43 度世界滑雪黄金纬度，与北美落基山脉、欧洲阿尔卑斯山脉一并称为世界三大粉雪基地，是国家重点滑雪训练基地和滑雪旅游度假目的地。2023-2024 冰雪季，北大湖滑雪度假区雪道总数由上个雪季的 47 条增至 64 条，雪道长度由 61 公里增至 72 公里，夜场开放雪道数量增至 4 条，运营缆车 11 条、魔毯 7 条，成为亚洲最大单体滑雪度假区。万科松花湖滑雪度假区七年蝉联世界滑雪大奖，在雪季进行了全新的升级改造，新增 V-PARK 公园地形雪道 20 万平方米，床位总数达到 6000 余张。两大滑雪度假区春节期间接待游客总量及单日接待量均创历史新高，在整个冰雪季表现亮眼（表 4-3）。

表 4-3 2023-2024 冰雪季接待游客和收入情况

吉林北大湖滑雪度假区			
接待人次	84.6 万人次	实现收入	4.37 亿元
人次增长	38.9%	收入增长	36.6%
万科松花湖滑雪度假区			
接待人次	76.2 万人次	实现收入	4.25 亿元
人次增长	41%	收入增长	45%

在 2023—2024 冰雪季，长白山万达国际度假区、长白山华美胜地（鲁能胜地）度假区连续两年实现正增长，雪季日均接待游客 8000 余人次，同比增长 182%。在两大滑雪度假区的带动下，其所在的白山市抚松县冰雪旅游接待游客达 120 万余人次，实现旅游收入 8.5 亿余元。

5. 内蒙古借势“十四冬”带动全域冰雪消费上涨

内蒙古拥有四个国家级滑雪度假区，分别是马鬃山滑雪旅游度假地、扎兰屯金龙山滑雪旅游度假地、牙克石滑雪旅游度假地、美林谷滑雪度假地，主要分布在呼伦贝尔、赤峰和呼和浩特。2024 年春节前，国家体育总局会同商务部组织开展了“全国冰雪消费季活动”，鼓励各地结合“十四冬”组织开展冰雪消费活动，丰富冰雪消费场景。内蒙古作为“十四冬”举办地，开展“冬运惠民”系列赛事活动近 300 场次，辐射带动健身爱好者 500 余万人次。2024 年春节期间，“十四冬”4 个赛区共接待游客 1314.97 万人次，实现文体旅收入 101.17 亿元（表 4-4）。

表 4-4 “十四冬”带动四大赛区文体旅收入增长

城市	接待人次	实现收入
呼伦贝尔	166.63 万	11.44 亿元
呼和浩特	407.82 万	43.63 亿元
乌兰察布	409.52 万	23.3 亿元
赤峰	331 万	22.8 亿元
合计	1314.97 万	101.17 亿元

“十四冬”对市场消费的带动，不只限于举办地。数据显示，春节假期，内蒙古各地接待国内游客 3140.55 万人次，实现旅游收入 221.22 亿元，分别是去年同期的 5.76 倍和 7.63 倍²³。

五、冰雪场馆主要收入特征分析

从消费群体来看，青少年和年轻人是主要的消费群体，当前滑雪场与滑冰场的消费者呈现出多元化的特点，他们热衷于体验冰雪运动的刺激与乐趣。不同之处在于，滑雪场面向消费群体更加广泛，滑冰场的消费人群则集中在青少年群体。其次，从消费时间来看，滑雪场在雪季开板后，消费高峰期主要集中在节假日和周末；滑冰场尤其是室内滑冰场消费则不受时间和节气限制，同样消费高峰也是集中在周末和节假日。在收入来源方面，滑雪场收入多元，除雪票收入外，尤其是一些旅游度假目的地型滑雪场带动餐饮、住宿、培训等多方面消费；滑冰场收入则相对比较单一，主要集中在培训业务，少部分收入来自冰时门票收入。

（一）滑雪场主要收入来源

滑雪场主要收入包括雪票、餐饮、住宿等业务板块。雪票销售是滑雪场主要收入来源之一，尤其是部分位于城市之中或城市周边、未配套建设住宿设施的雪场。另外有部分雪场的雪具租赁成本打包在雪票中，所以该部分雪场的雪具租赁仅作为配套提供。根据对部分具有代表性雪场的调查分析，雪场主要业务收入和各板块占总收入之比的上下区间见

²³ 内蒙古自治区文旅厅发布数据

(表 5-1) 所示。

表 5-1 雪场主要收入板块占比区间

主要业务	收入占比区间	备注
雪票收入	35%—75%	雪场主要业务收入
雪具租赁	0-25%	部分雪场作为配套免费提供
餐饮消费	3%—10%	可提供餐饮消费的雪场居多
住宿消费	0-30%	大型滑雪旅游目的地占比较高
滑雪培训	10%—25%	雪场稳定收入业务板块
其他收入	1%—10%	举办赛事活动等其他收入

(二) 滑冰场主要收入来源

相比滑雪场业务,滑冰场收入较为单一,主要包括门票、冰时租赁和培训等业务。由(表 5-2)可以看出,培训业务是滑冰场最为倚重的收入来源,甚至占到部分冰场收入的九成以上。

表 5-2 冰场主要收入板块占比区间

主要业务	收入占比区间	备注
冰时收入	5%—20%	室内真冰场较稳定业务收入
门票收入	0-10%	完全依赖门票收入的冰上娱乐场所除外
培训收入	50%—90%	室内标准真冰场占比较高
其他收入	5%—10%	赛事活动、餐饮消费等其他收入

六、冰雪竞赛表演活动特征分析

后冬奥时代，国家体育总局继续深入实施冰雪运动“南展西扩东进”战略，认真贯彻落实《冰雪运动发展规划（2016-2025）》，不断加大高质量冰雪赛事供给，把持续巩固扩大“带动三亿人参与冰雪运动”成果与后备人才“选育精英”结合起来，进一步夯实项目发展基础。积极引导不同区域因地制宜、各有侧重开展群众性冰雪运动，宜冰则冰、宜雪则雪，室内室外同步发展，促进冰雪运动区域互动合作，形成优势互补、良性互动的发展格局。

（一）高水平竞技赛事全面恢复

2023-2024 赛季，全国冰雪赛事供给丰富，国际赛事资源全面恢复，办赛数量和项目分布均超疫情前水平。

1. 冰雪季期间赛事举办密集

2023-2024 赛季，冰雪项目赛期从 2023 年 7 月开启，一直延续到 2024 年 5 月共 11 个月；赛事密集举办期为 2023 年 11 月、12 月和 2024 年 1 月、3 月，每月均超过 20 项赛事，2024 年 2 月为“十四冬”正赛。

整个赛季共举办全国性以及在华国际赛事、活动共 134 项次，涉及 18 个省区直辖市，分别是北京、天津、上海、河北、黑龙江、吉林、江苏、山东、湖北、湖南、广东、云南、四川、重庆、陕西、青海、新疆、内蒙古。从承办比赛地方数量来看（除“十四冬”赛事），河北 23 项、黑龙江 18 项、北京 17 项、吉林 14 项、内蒙古 10 项，占据前 5 名

(图 6-1)。北京、河北充分利用北京冬奥会场地遗产，发挥场地优势，主动积极承办比赛，28 项比赛在冬奥场地举办。

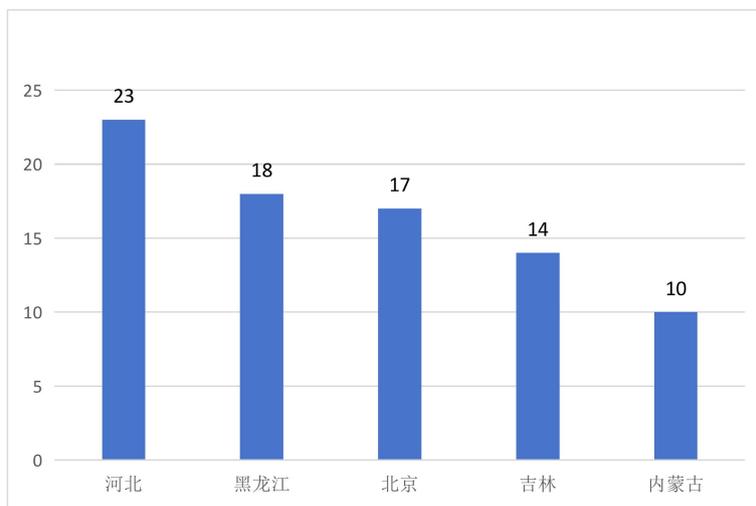


图 6-1 地方承办赛事数量情况 (单位: 项)

2. 各类赛事活动全面恢复

2023-2024 赛季，共举办在华国际赛事活动 21 项，7 项冰上赛事 14 项雪上赛事，涉及 6 个省区直辖市的 8 个地市 14 个场地，冬奥场地举办赛事活动数 10 项，A 级赛事 12 项，洲际赛事 8 项。

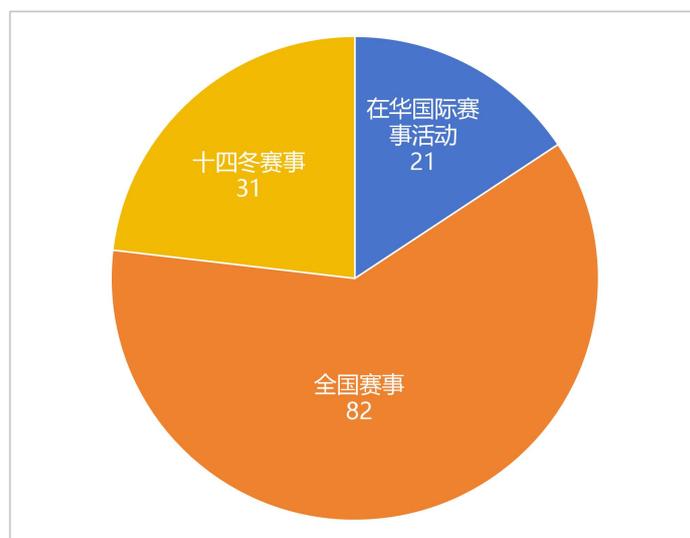


图 6-2 各类赛事情况 (单位: 项)

全国赛事 82 项次中，冰上赛事 46 项，雪上赛事 36 项（图 6-3），涉及 16 个省区直辖市的 32 地市 48 个场地；各类资源充分结合，冬奥场地举办赛事 12 项，纯商业场地举办赛事数为 31 项，由社会机构独立承办的赛事 13 项。

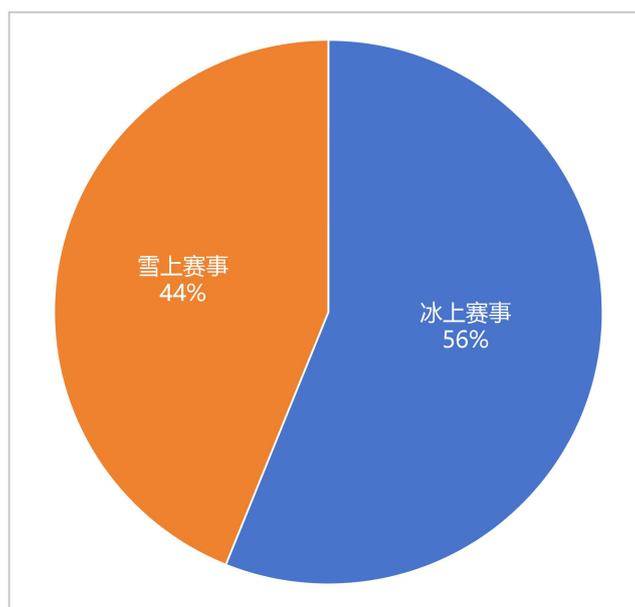


图 6-3 冰雪赛事数量对比

“十四冬”赛事 31 项次，涉及内蒙古、北京、河北三地 7 地市 9 个场地，其中在 3 个冬奥场地举办了 6 项十四冬比赛。

（二）赛事承办地域持续拓宽

在不断巩固黑龙江、吉林两省作为冬季项目办赛的重要依托地位的同时，冰雪季赛事积极开拓新的办赛地域，例如新疆、内蒙古利用举办全国冬运会的综合效益，快速推进冬季项目在区域内的发展；北京、河北、天津作为 2022 年冬奥会的承办地和京津冀协同发展区域，不断掀起冰雪项目的办赛热潮。

除传统的北方冰雪赛事举办地外，在 2023-2024 冰雪季，西部、南部省份的办赛机会均有所增加。南方城市四川、重庆、上海、深圳等兼容并蓄、推陈出新，积极探索创新赛事；如成都、重庆、武汉、长沙、深圳等地承办了花样滑冰、短道速滑、冰壶、冰球等赛事；西部地区青海、甘肃等以国家队训练基地为依托，打造固定、可持续的城市赛事名片，加快了冰雪运动全民普及的步伐。

（三）高水平赛事带动地区冰雪消费

高水平赛事的举办不仅满足了群众的观赛需求，而且扩大了冰雪运动和冰雪赛事的影响力。

1. 北京高水平冰雪赛事实现票房口碑双丰收

2023 年，北京市全年组织各级各类群众性冰雪赛事活动近 3000 场次、超千万人次参与。2023 年底举办的国际滑联世界花样滑冰大奖赛总决赛等 5 项国际顶级冰雪赛事，场馆上座率均在 90%以上。其中，2023 年 12 月 8 日至 10 日在首都体育馆举行的国际滑联短道速滑世界杯北京站观赛票上线后被抢购一空，票务收入达 1013 万元。2023 年 4 月在首都体育馆举办的全国短道速滑冠军赛，每天 5000 张门票上线即热销，网上观赛总人次高达 1300 万，有关赛事和运动员话题阅读及讨论量累计超 1.8 亿次。

2. 张家口冰雪赛事活动带动文体旅收入增长

作为北京冬奥会举办地之一，张家口赛区已经成为高水平赛事的聚集地和全国知名的冰雪旅游打卡地。2023 年，张家口冬奥场馆及其周边地区共举办各类赛事活动 303 项，其

中国国际级赛事 6 项、国家级 51 项、省级 115 项；承接中日韩等国运动队共 59 支队伍 3.2 万人次驻训。赛事活动直接为张家口冬奥场馆引流 326.06 万人次，带动经济收入 20.72 亿元，并带动张家口市崇礼区游客大幅增长。该区 2023 年旅游人次达到 724.51 万人次，实现旅游综合收入 86.97 亿元。

（四）青少年冰雪赛事全面开花

1. 青少年冰雪赛事在“十四冬”唱主角

内蒙古自治区体育局从 2023 年 8 月至 2024 年 3 月在全区举办青少年冰雪赛事活动、大众冰雪系列活动、传统体育赛事活动、冰雪品牌赛事活动、冰雪健身指导培训推广活动等 5 个单元 100 场“冰雪惠民”系列活动，其中自治区级活动 34 场次、各盟市活动 66 场次，直接参与人数 30 余万人次，辐射带动健身群众 500 万人次，进一步巩固和扩大“带动三亿人参与冰雪运动”成果，持续推动冰雪运动高质量发展。

2. 赛事助力北京冰球“金名片”越擦越亮

近 20 年来，北京冰球逐步形成了以青少年冰球赛事为主体，政府支持、市场主导、各方社会力量和冰球家庭积极参与的市场化运作模式，探索出了一条全新的冰球发展之路，注册运动员从 2012 年协会成立之初的 300 余人发展到 4169 人（数据截至 2024 年 3 月 25 日）²⁴。北京冰球取得现

²⁴ 北京市冰球运动协会发布

在的成绩是一个长期积累的过程，“北京冰球模式”走出了“北京模式”，走出了一条跟国际接轨的发展道路。

3. 黑龙江“百万青少年”带动“全民上冰雪”

具有46年历史的“百万青少年上冰雪”活动，是黑龙江省推动群众冰雪运动广泛普及，让几代龙江人终生喜爱并参与冰雪运动的重要牵引。到2023年，全省已有2824所学校开设冰雪体育课程，占学校总数的84.6%，参加学生人数达221万多人，占在校学生的82.7%；创建省级冰雪特色学校524所、全国冰雪运动特色学校250所，位居全国前列²⁵。

七、后冬奥时代场馆利用情况

后冬奥时代，北京冬奥场馆资源得到了综合利用和持久利用，这些场馆不仅在赛事期间发挥了重要作用，而且在赛后向公众开放，满足了公众对高品质冰雪场地设施的需求，并成为推动区域经济发展、促进冰雪运动文化交流和社会融合的重要平台。

（一）北京赛区

1. 填补重大国际冰雪赛事缺口

2023-2024冰雪季，北京利用冬奥场馆资源，推出多项赛事，举办了国际滑冰联盟世界花样滑冰大奖赛总决赛等5项冰雪国际赛事，会同延庆区申办举办了“十四冬”项目比赛（见下表7-1），有效填补了北京冬季冰雪项目的重大国际赛事缺口。

²⁵ 黑龙江省体育局发布

表 7-1 北京举办国际赛事情况

赛事类别	赛事名称
国际冰雪 赛事	国际滑冰联盟世界花样滑冰大奖赛总决赛
	国际滑冰联盟短道速滑世界杯
	国际滑冰联盟速度滑冰世界杯
	国际滑雪联合会单板及自由式滑雪大跳台世界杯
	国际雪车联合会雪车和钢架雪车世界杯
“十四冬” 项目比赛	全国雪车锦标赛
	全国钢架雪车锦标赛
	全国雪橇冠军赛
	全国短道速滑冠军赛

2. 冰雪赛事更加丰富

2023-2024 冰雪季，北京冬奥场馆和全市各冰场雪场等冰雪资源全面对外开放，“鸟巢”“冰立方”“雪飞燕”“雪飞天”等场馆场地冰雪活动面积超过 100 万平方米。2024 年第一季度，北京市级层面举办的重点赛事达到 43 项，区级重点赛事上千项。发动本市 126 家体育社团、1.3 万个健身组织积极办赛，为群众参与健身运动提供更多选择。北京冬季冰雪赛事的丰富程度已不逊于春、夏、秋三季。

3. 冬奥场馆利用效益最大化

在圆满完成北京冬奥会服务保障任务后，北京冬奥会闭幕后两个月首都体育馆便对大众开放，并举办一系列文体活

动。截至 2023 年底，首钢园滑雪大跳台累计接待市民游客 2 万余人次，接待团建、政务参观等 2000 余批次，区域打卡市民达上百万人次。国家体育场、国家游泳中心、国家速滑馆三大冬奥场馆在冬奥会后迅速转入赛后运营模式，全力打造场馆成为集体育赛事、群众健身、文化休闲、展览展示、社会公益于一体的综合性场馆，实现冬奥遗产利用效益最大化。截至 2024 年 2 月，国家体育场、国家游泳中心、国家速滑馆三大场馆累计接待 700 余万人次²⁶，举办上百场大型活动，加速融入百姓生活，向世人展现了冬奥场馆赛后运营新标杆（表 7-2）。

表 7-2 冬奥场馆部分赛事活动举办情况

场馆名称	运营情况
首都体育馆	<ol style="list-style-type: none"> 1. 举办一系列青少年培训、演唱会等文体活动。 2. 举办全国短道速滑冠军赛、短道速滑世界杯等重量级赛事，赛事精彩“一票难求”。 3. 承接 CBA 北汽男篮部分主场赛事等赛事活动。
首钢大跳台 (“雪飞天”)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 举办 2023—2024 赛季国际雪联单板及自由式滑雪大跳台世界杯。 2. 承办爱心慈善跑、斯巴达飓风赛、FIBA Open 3X3 篮球公开赛等赛事项目。 3. 持续举办“首钢园冰雪汇”活动，吸引市民参加戏雪娱乐。
国家体育场 (“鸟巢”)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 持续推出自主冰雪品牌活动“鸟巢欢乐冰雪季”，成为北京冬季冰雪项目一张靓丽名片。 2. 举办北京国际马术大师赛。

²⁶ 北京国资公司统计数据

	3. 推出超大型演唱会。
国家游泳中心 (“水立方/冰立方”)	在“冰立方”冰上运动中心设立“世界冰壶学院培训中心”。 推出“冰立方”冰迷欢享季 PLUS、“冰立方”杯冰壶邀请赛。 举办国际泳联短池游泳世界杯系列赛等赛事。
国家速滑馆 (“冰丝带”)	1. 举办国际滑联速度滑冰世界杯(北京站)等赛事; 举办国际滑冰训练营; 推出冰雪狂欢季、市民速度滑冰系列赛、“冰轮之星·滑起来”等系列品牌赛事活动。 2. 推动“国际滑联卓越中心”落户“冰丝带”。 3. 承担速度滑冰国家队和区县专业队的训练服务保障, 冬奥会后累计接待 3.6 万人次训练。
国家体育馆 (“冰之帆”)	1. 举办国际滑联世界花样滑冰大奖赛总决赛。 2. 举办第九届大众冰雪北京公开赛暨第二届成人冰球赛。 3. 承担北京市第二届冬季运动会开幕式。
国家雪车雪橇中心 (“雪游龙”)	1. 举行新赛季国际雪车联合会首站钢架雪车世界杯。 2. 承担第十四届全国冬季运动会雪车雪橇赛事。 3. 举行国际雪联高山滑雪远东杯、承办全国高山滑雪锦标赛等。

(二) 张家口赛区

北京冬奥会后, 河北省积极推动张家口冬奥场馆进行适应性改造, 统筹省内赛事活动资源全面向张家口倾斜, 同时引入文化旅游、会议会展等活动, 后冬奥综合经济效益显现。

1. 赛训活动带动当地经济增长

2023年，河北省在张家口冬奥场馆举办各类赛事活动303项，与12个省份签订了利用张家口冬奥场馆进行赛训的合作协议，先后承接国内外59支队伍的专业训练，详见（表7-3）内容。

表 7-3 张家口赛区

赛事活动	举办情况
赛事活动	举办各类赛事活动303项，其中国际级赛事6项、国家级51项、省级115项。
赛训承接	承接韩国、日本等国外运动队和国内运动队共59支队伍3.2万人次驻训。其中韩国、日本运动队2支1200人次；中国国家队15支6895人次；10个兄弟省份运动队31支12210人次；河北省运动队11支12161人次。
体育培训	举办114场青少年体育培训，参加者共2万人次；举办各类文旅活动99场、会议会展68场、研学活动92场。

各类赛训活动的举办，直接为张家口冬奥场馆引流326.06万人次，带动经济收入20.72亿元²⁷。2023-2024雪季，张家口冬奥场馆均已实现常态化运营，基本实现收支平衡，成为高水平赛事的聚集地、会议会展的汇聚地和全国知名的冰雪旅游打卡地。

2. 冬奥场馆实现“四季运营”

北京冬奥会结束后，张家口市不断丰富拓展场馆业态，实施改造提升，初步实现张家口赛区冬奥场馆冬夏结合、四

²⁷ 2024年河北省体育工作会议发布数据

季运营。例如国家冬季两项中心保留了基本赛事功能，同时做了适应性改建，以承接部分本地赛事和团建活动；云顶滑雪公园不断创新升级冬奥场馆利用，盘活活动赛事、会议会展、旅游度假等冰雪产业全业态，把奥运效应转化为新的经济增长极。在 2023-2024 冰雪季，河北省持续推进张家口冬奥场馆后续利用，对国家跳台滑雪中心“雪如意”等冬奥场馆进行改造提升，加强赛事组织人才、裁判员的培训，持续举办国际级、国家级、省级等冰雪赛事活动（表 7-4）。

表 7-4 冬奥场馆部分赛事活动举办情况

场馆名称	运营情况
<p>国家跳台滑雪中心 (“雪如意”)</p>	<p>1. 举办 2023-2024 赛季全国跳台滑雪冠军赛、“十四冬”跳台滑雪和北欧两项比赛等滑雪赛事。</p> <p>2. 推出足球竞技、音乐节、露营会等多业态，举办青少年足球选拔赛、校园足球联赛等赛事活动；顶峰如意中心引入休闲餐饮并布设冬奥主题文化展等项目内容。</p>
<p>国家冬季两项中心 国家越野滑雪中心</p>	<p>1. 举办“十四冬”北欧两项比赛、河北省冰雪联赛越野滑雪比赛等滑雪赛事。</p> <p>2. 对国家冬季两项中心和国家越野滑雪中心实施合并运营。打造集射击、轮滑、自行车、露营、山地车等项目为一体的户外运动集结地和竞速场。</p>
<p>云顶滑雪公园</p>	<p>1. 承办国际雪联单板滑雪 U 型场地世界杯、自由式滑雪 U 型场地世界杯，雪耀中国·高山滑雪积分赛等国际和国内知名赛事。</p> <p>2. 吸引国内外专业队驻训，同时通过全面升级，</p>

	进一步优化游客赛道体验。
张家口冬奥村	<p>1. 冬奥村经过整体改造后在 2023-2024 雪季全部投入市场运营；在新雪季开放了住宿功能，并推出了长租、短租等多种类型产品，整体入住率达到 75%以上。</p> <p>2. 作为国家、省市运动员的赛训保障基地，冬奥村保障了 40 余支冬季、夏季赛训队伍食宿，同时积极发展旅居康养和研学两个板块，弥补崇礼暑期游客不足问题。</p>

近百项国际级、国家级、省级赛事及活动，贯穿了张家的整个冰雪季，并向四季运营延伸，持续引流发力，使得冬奥场馆更加有效利用，助力当地冰雪运动普及。

八、冰雪运动产业市场主体发展情况

近年来，我国冰雪运动传统地区更加火热，新兴地区活力不断，我国居民在冰雪运动方面消费支出显著提升，冰雪旅游、冰雪运动热度不断增强，全国性冰雪运动大市场已初步形成。冰雪运动产业也已成为许多地方新的经济增长点，冰雪运动企业注册实现稳步增长。

（一）冰雪运动企业新增注册逐年攀升

截至 2024 年 1 月 15 日，通过对企业名称、品牌产品、经营范围含冰雪产业、冰雪运动、冰雪体育、滑雪设备、冰雪设备、冰雪装备、雪场、滑雪、冰雪大世界、冰雪乐园的企业进行统计，我国存有冰雪运动相关企业 1.15 万家。近十年，我国冰雪运动相关企业注册量整体呈显著增长态势。

2020年、2021年、2022年、2023年，全国冰雪运动相关企业新增注册分别达到1231家、1644家、1753家和2347家²⁸。

（二）河北、黑龙江、北京企业数量位居前列

从区域来看，河北存有1225家冰雪运动相关企业，位居第一。黑龙江、北京分别为988家和919家冰雪运动相关企业，位居第二、第三，此后是广东、吉林、山东、辽宁等地（图8-1）。

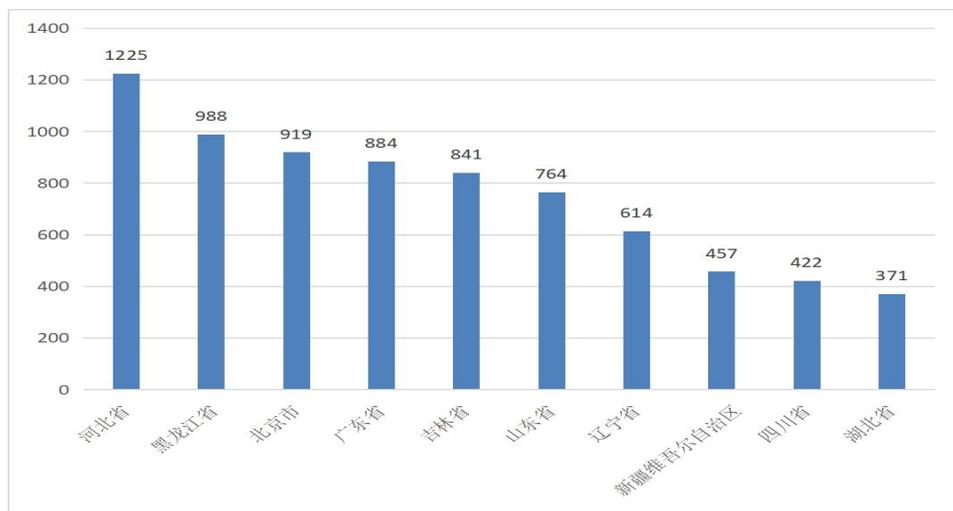


图8-1 我国冰雪运动相关企业区域分布TOP10

从城市来看，北京现存919家冰雪运动相关企业，位居第一。哈尔滨、张家口分别现存676家、428家冰雪运动相关企业，位居第二、第三。此后是广州、深圳、吉林等地（图8-2）。值得注意的是，哈尔滨凭借丰富的冰雪资源及哈尔滨本地市民的热情，冬季文旅持续火热，2023年哈尔滨新增82家冰雪运动相关企业，同比增长74.47%²⁹。

²⁸ 企查查数据统计

²⁹ 企查查数据统计

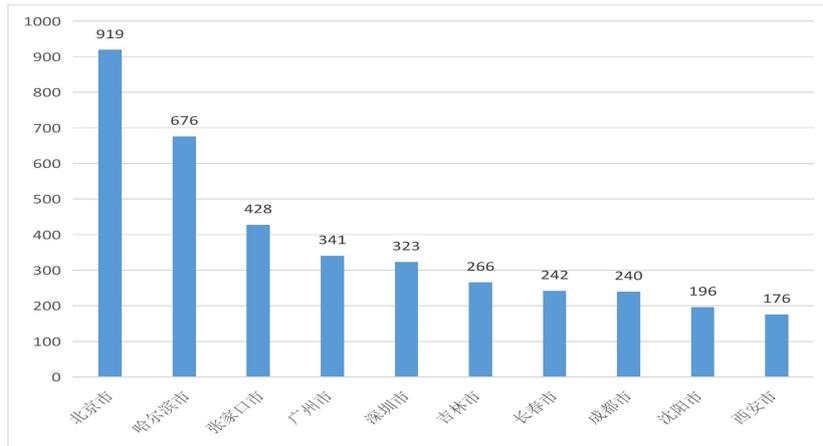


图 8-2 我国冰雪运动相关企业城市分布 TOP10

据统计，2024 年 1 至 4 月，体育投资同比增长 12.7%，快于全社会投资增速 8.5 个百分点，是社会力量投资的热点。新注册体育企业不断增多，仅 2023 年上半年新增体育及相关企业就超过数万家，其中从事冰雪相关企业数量增长 23.9%³⁰。冰雪运动相关企业新增注册在 2024 年继续保持快速增长。

（三）以新质生产力赋能冰雪产业发展

发展新质生产力是推动冰雪运动产业高质量发展的内在要求和重要着力点。以创新引领，加速转型升级，提供更好满足群众需求的新产品、新服务。

以北京市为例，结合新质生产力的资源和布局，北京在后冬奥时期已经进入以新质生产力赋能北京冰雪的新局面，并将发展重点聚焦三个方面：

1. 加快集聚冰雪装备智能研发要素。以北京市高校、中关村科技园等为支撑，重点吸引冰雪智能研发的人才、企业、

³⁰ 国家统计局发布数据

机构入驻，鼓励相关智能产品研发。

2. 加速数字技术在冰雪场馆应用。不断鼓励推进冰雪场馆智慧化升级改造，例如建设雪场智能安监系统，与中国移动、中国联通等建立冰雪运动人群采集系统等。

3. 大力扶持虚拟冰雪体育发展。借助人工智能、虚拟装备等打造非雪季冰雪消费场景，鼓励更多人以不同形式参与冰雪运动。

当前，新质生产力依托大数据、互联网、人工智能，实现了资源信息的有效整合，冰雪产业链企业借助新质生产力对传统冰雪（包括但不限于群众冰雪、竞技冰雪、冰雪产业等）进行数字化、智慧化升级，不断创新冰雪运动新业态和新形式，助力冰雪运动产业实现新变革，不仅为人们带来更好的体验，也是实现冰雪运动高质量发展的必经之路。

九、主要冰雪运动目的地消费特征分析

随着冰雪运动的普及和人们健康意识的提高，越来越多的游客选择冰雪运动目的地作为休闲度假的方式，旅游、交通、住宿、餐饮、娱乐等综合消费持续增长。

（一）黑龙江创造冰雪省份好成绩

作为冰雪运动资源大省，第十届全国大众冰雪季黑龙江省分会场暨 2023-2024 年度黑龙江赏冰乐雪系列活动，推出了各级各类冰雪体育赛事活动 400 项次，并通过举办赛事活动促进文体旅消费，助力推动龙江冰雪经济全产业链发展。

据统计³¹，2023—2024 冰雪季相较于 2019 年创造了在线旅游（OTA）人次 145.59% 的增长，在线旅游（OTA）收入也创造了 168.29% 的增长，市场增速全国领先。同时，冰雪季期间，黑龙江在冰雪主题线路、冰雪主题景区、冰雪相关热搜词等多个方面都成为全国第一，得益于此，人均停留时长、人均消费等也成了冰雪旅游省份的第一。2023—2024 冰雪季期间，黑龙江省 OTA 旅游人次达 4302.1 万人、OTA 旅游收入 109.44 亿元，创造了自 2019—2020 年冰雪季以来的最佳成绩。

（二）新疆雪季收入大幅增长

在 2023-2024 冰雪季，新疆“滑雪”相关关键词搜索量同比增长 285%，其中“阿勒泰滑雪”的搜索量同比增长超 12 倍³²。与成为搜索热点相对应的是，截至 2024 年 2 月底，新疆共计接待国内外游客 7822.56 万人次，同比增长 208.75%；实现旅游收入 907.14 亿元，同比增长 372.35%。其中，阿勒泰地区作为新疆主要的滑雪区，截至 2024 年 4 月 6 日，阿勒泰市累计接待游客 488.83 万人次，实现旅游总收入 51.03 亿元。区内滑雪场接待人次和收入均实现大幅增长。此外，在 2023 年 11 月—2024 年 3 月期间，新疆主要冰雪目的地的到港航班机票预订量同比增长近 50%，酒店预订量同比增长近 70%，其中以 2023 年 11 月和 12 月增幅最大，这也意味着，到新疆滑雪从冰雪季之初便被消费者关注并成

³¹ 携程“在线旅游场景数据挖掘与智能设计文旅部重点实验室”发布报告

³² 美团、大众点评统计数据

为冰雪出行首选之一。

（三）吉林冰雪接待和收入水平创新高

2023—2024 年雪季，吉林全省接待国内游客 1.25 亿人次，同比增长 121%，实现国内旅游收入 2419 亿元，同比增长 140%，两项指标均创历史新高；全省重点监测的 9 家滑雪度假区接待滑雪游客 405 万人次，同比增长 47.9%，实现滑雪接待收入 16.47 亿元，同比增长 37.1%；全省雪场单日最大接待规模 15 万人次，同比增长 25%；冰雪乐园营业数量达 158 家，较上个雪季增长 68%³³。吉林冰雪品牌的影响力、关注度、美誉度持续提升，吉林省冰雪文体旅产业发展势头强劲。

十、国际经验借鉴——瑞士促进冰雪消费相关举措

瑞士作为大力发展冰雪运动和冰雪旅游的国家，拥有丰富的冰雪资源和独特的产业发展经验。在瑞士，山区约占国土面积的 60%，境内众多雪峰既是天然滑雪场，又是旅游胜地。独特的自然环境和地理条件造就了瑞士丰富的冰雪产业资源。如何吸引更多的国外游客到瑞士消费成为管理部门的重要工作内容。

在冰雪运动国际领域合作方面，瑞士已经着手与中国冰雪运动爱好者进行社群合作，开展冬季路演，介绍瑞士的冰雪旅游和冰雪运动资源，并通过提供多样化的冰雪运动体验，如夜间冰川巡回赛等，吸引了更多的中国游客和运动爱好者参与。这些活动不仅丰富了冰雪运动的内容，也为瑞士

³³ 吉林省文化和旅游厅发布

冰雪产业带来了新的发展机遇。中国和瑞士两国近年来进一步加强了冰雪运动和冰雪旅游领域的合作，上百万人次的国内居民前往瑞士旅游滑雪，为瑞士发展冰雪运动产业提供了庞大的客源。中瑞双方也在交流合作中，开启了高质量发展的步伐。2023年，大中华区游客在瑞士停留达到81.67万间夜，回到亚太市场首位。2024年第一季度，大中华区游客在瑞士停留15.37万夜次，比上年同期增长92.2%³⁴。

瑞士国内极其重视冰雪场地设施的配置建设。基本上每个滑雪场都有餐饮、住宿、租借器材、购物和休闲等服务，而且雪道都配置有缆车和牵引索道来方便乘客参与。完备的配套设施也为瑞士开展各类冰雪运动提供了基础条件，高山滑雪、远距离滑雪、单板滑雪、极限滑雪、雪橇运动、雪地自行车、雪地马拉松、雪地远足和雪地赛马等已成为瑞士滑雪旅游目的地的常态化项目。此外，在雪场数字化建设方面，瑞士雪场的票务预订等网络服务便捷化、网络基础设施配套不断完善，更加方便冰雪爱好者的使用。

在服务保障方面，瑞士拥有领先的保障服务理念，包括滑雪场的运营管理、防灾救援、冰雪运动培训和安全防护等。在发展冰雪运动的同时，也比较注重环境保护和可持续发展。例如，面对全球气候变暖带来的降雪量不足和积雪过早融化的问题，瑞士积极采取措施，采用技术手段保护冰雪资源，以及尝试利用人工造雪保护冰川等。

瑞士不仅拥有丰富的冰雪资源，更重要的是拥有冰雪人

³⁴ 瑞士国家旅游局发布

才的培养。这包括专业的滑雪教练、技术人员和服务人员，他们的专业素质和服务质量是瑞士冰雪运动发展的重要保障。冰雪消费观念从小就开始养成，很多儿童从小就接触滑雪等冬季运动。

瑞士通过充分利用自然资源、建设完善的基础设施、注重环保和可持续发展、培养专业人才、开展国际合作和创新冰雪运动体验等措施，成功地发展了其冰雪运动产业，并成为全球冰雪产业的引领者之一。