

当冰雪游成为“国潮”，中国冰雪旅游发展还有多少空间

为了贯彻落实“冰天雪地也是金山银山”发展理念，“把发展冰雪经济作为新增长点，推动冰雪运动、冰雪文化、冰雪装备、冰雪旅游全产业链发展”，实现新时期我国冰雪旅游高质量发展，由中国旅游研究院、哈尔滨市人民政府主办，哈尔滨市文化广电和旅游局承办的“2024中国冰雪旅游发展论坛”近日在哈尔滨市成功举办，论坛以“共享冰雪欢乐，共迎亚冬盛会”为主题。

在论坛现场，中国旅游研究院韩元军博士代表课题组发布了《中国冰雪旅游发展报告(2024)》。

报告全面总结了当前我国冰雪旅游发展的新成就、新特征和新趋势，分析了我国冰雪旅游发展面临的突出问题，并提出了后冬奥时代我国冰雪旅游高质量发展的建议，核心观点如下：

01 冰雪游渐成新国潮，我国冰雪旅游市场进入了品质和创新驱动的新阶段

我国冰雪旅游的大众化、现代化持续推进，冰雪旅游与冰雪文化、冰雪装备、冰雪运动深度融合形成的中国特色的冰雪国潮正在深度融入老百姓的日常生活中，冰雪游渐成新国潮。作为北京冬奥会后首个冰雪季，2022—2023冰雪季全国冰雪休闲旅游市场实现了开门红，根据中国旅游研究院冰雪旅游课题组综合测算，2022—2023冰雪季我国

冰雪休闲旅游人数为3.12亿人次，我国冰雪休闲旅游收入为3490亿元，连续两个冰雪季实现了超过3亿人次的市场规模。

随着大众冰雪旅游进程加快，我国冰雪旅游正在从土地、资本等基础要素驱动向创新、创意、科技和文化等高级要素驱动转变，品质和创新是未来我国冰雪旅游的主要动力。

02 冰雪旅游的诗和远方强势复苏，老百姓冰雪旅游热情高涨

中国旅游研究院冰雪旅游专项调查显示，在被调查者中，有66.2%的游客希望在2023—2024冰雪季体验冰雪休闲旅游活动，其中，42%的游客希望能够进行远距离的冰雪旅游，24%的游客希望同时开展近距离和远距离的冰雪休闲、冰雪旅游，54.1%的游客会在这个冰雪季增加或者维持往年支出水平去开展冰雪休闲旅游活动，64.8%的游客会增加冰雪休闲旅游的频次，这说明远距离冰雪旅游和近距离冰雪休闲的消费信心和出游意愿强烈。我国冰雪旅游的消费带动能力依然突出，2022—2023冰雪季我国冰雪休

闲旅游的人均消费为1119元，是2022年全国国内旅游人均消费806.32元的1.39倍。

随着消费者冰雪旅游体验经历不断丰富，越来越多消费者对于高品质和创新性产品的需求越发强烈，未来在冰雪旅游中赢得竞争的企业和目的地一定是创新型单元的集聚区。在政策红利、需求释放和产品创新等因素激励下，全国冰雪旅游市场将迎来大幅度反弹，预计2023—2024冰雪季我国冰雪休闲旅游人数有望首次超过4亿人次，我国冰雪休闲旅游收入有望达到5500亿元。

03 冰雪旅游市场需求结构持续优化，自由行增长迅猛、团队游小团化和碎片化、近悦远来、南客北上、冰雪观光休闲为主、冰雪度假崛起成为重要趋势

据中国旅游研究院与携程联合课题组研究显示，2023年11月1日—12月中旬我国冰雪旅游自由行与2019年同期相比，增长了46.37%，团队游与2019年同期相比降低了0.14%，表明目前我国冰雪跟团旅游较2019年基本恢复的同时，自由行模式成为冰雪旅游的热门方式。在团队游规模上，私家团预订的增长更快，整体团队游呈现小团化、短距离碎片化趋势。本地休闲市场和重要客源地市场同样重要，不能只顾招揽外地游客，忘了本地居民冰雪休闲市场开发，所谓近悦远来，只有坚持主客共享，才能打造真正繁荣的冰雪休闲旅游市场。

携程预订数据显示，2023年11月1

日—2023年12月31日，我国冰雪旅游客源地的前十位城市是北京、上海、哈尔滨、沈阳、长春、大连、天津、石家庄、成都、深圳，其中，北京、哈尔滨、沈阳、长春等既是目的地也是客源地，此外，上海、成都、深圳等南方城市向北找冰雪的趋势明显，随着新冰雪季发展，“南客北上”现象将更趋明显。我国冰雪观光休闲为主、冰雪度假崛起趋势显著，中国旅游研究院冰雪旅游专项调查显示，2023—2024冰雪季我国仍然以冰雪观光休闲为主，游客占比为62.1%，冰雪度假比例显著增大，占到了37.9%，冰雪旅游目的地要更加重视度假类产品和服务的开发。

04 万家企业支撑起冰雪旅游产业新生态，企业迭代升级步伐加快

截至2023年底，全国从事与冰雪旅游相关的企业数量达到1.2万余家，其中成立于3年以内的企业数量占比35.6%。2023年全国新增从事冰雪旅游相关业务的企业2089家，较去年增长23.9%，其增速创下2018年以来新高。2020—2023年我国冰雪旅游行业共退

出企业数量为1936家，2020年成立的企业中目前有不足一半(42.1%)处于存续状态。冰雪企业集中区域为华北和东北，数量最多省份为粤、冀、黑。从境内企业的注册所在地来看，冰雪旅游企业最集中的板块是华北和东北。

05 冰雪旅游投资在注重量的合理增长基础上，更注重投资效率

冰雪旅游投资更加理性，处于精耕细作和产业更新期。2023年我国新增核心重资产冰雪旅游项目55个，总投资约1220亿元，较2022年增长10.9%，冰雪旅游投资稳定增长。2018—2023年六年间冰雪旅游领域吸纳的核心重资产总投资规模达到12320亿元。华北地区投资项目进入深耕细作当地市场的转型升级阶段，东北地区正在为新一轮投资热潮积蓄能量，核心重资产版

图正向西北、华东寻求拓展。

2023年我国各类冰雪旅游基建项目投资发生总额约为6022亿元，2016—2023年我国各类冰雪旅游基建项目投资总额累计约为34802亿元。东北和西南地区引领冰雪旅游基础设施建设新高潮，2023年西南地区与东北地区在冰雪旅游基建项目投资总额上分别占比约39.7%、28.1%，两大区域合计占比约7成。



06 新时期我国冰雪旅游高质量发展的建议

在看到成绩的同时，我国冰雪旅游存在着一些亟待解决的问题：大众冰雪旅游市场基础还不稳固，可持续发展能力待加强；冰雪企业做大做强的体制机制障碍不少，现代冰雪产业体系与巨大的市场需求存在着不匹配、不协调；冰雪场馆设施存在着显著的空间不平衡，冰雪设施利用效能不充分在一些地方较普遍；国内冰雪旅游品牌建设与国际知名品牌存在差距，自主创新能力亟需加强；对国际冰雪旅游市场开发重视程度不够，入境冰雪旅游体系建设落后。

未来，要保护和传承好北京冬奥会最大的遗产“三亿人参与冰雪运动”，进一步浓厚发展冰雪休闲、冰雪旅游的社会氛围，持续扩大冰雪旅游的大众消费市场；加快冰雪旅游深度融合，推动冰雪产业全链条发展；大力发展冰上休闲娱乐活动、产品和品牌，推动冰上竞技赛事市场化、产业化；要强化冰雪旅游的品牌建设，构建面向未来和面向世界的现代竞争能力；要抓住国内和国际两个市场，促进国内外冰雪旅游市场双循环良性互动。

来源：中国旅游研究院(文化和旅游部数据中心)