

把“冷资源”变成“热经济” 这个新业态模式火了



▲哈尔滨冰雪大世界 陈晨/摄

欣赏冰雪风光、参与冰雪运动、体验冰雪民俗、观赏冰雪赛事……丰富的冰雪活动不仅极大丰富了群众的冬日生活,更成为驱动经济增长的新动力。一时间,各地积极行动,结合本地特色,因地制宜创新“冰雪+”新业态模式,冰雪“冷资源”正成为激活“热经济”的强劲引擎,以蓬勃的活力书写经济发展的新篇章。

1月5日,中国旅游研究院发布《中国冰雪旅游发展报告(2025)》。《报告》显示,我国冰雪旅游市场进入提质增效

的繁荣新阶段。我国冰雪旅游市场展现前所未有活力,强大的政策支持、超大规模的市场需求和高品质的产品供给推动我国冰雪旅游加快向大众化、品质化、数字化转型,体验冰雪旅游成为越来越多老百姓的生活方式。2023-2024冰雪季是“后冬奥”时期首个完整的冰雪旅游季,单个冰雪季我国冰雪休闲旅游人数实现了新突破,2023-2024冰雪季我国冰雪休闲旅游人数为4.3亿人次,我国冰雪休闲旅游收入为5247亿元。

消费旺盛 市场扩大

《报告》显示,新冰雪季我国冰雪旅游消费热情高涨,冰雪旅游人数和收入呈现持续扩大趋势。全国浓厚的冰雪文化氛围、高品质产品供给、良好的消费环境,助推2024-2025冰雪季全国冰雪旅游消费需求旺盛。中国旅游研究院冰雪旅游专项调查显示,有“四个最高”,一是有71.2%的游客希望在2024-2025冰雪季体验冰雪休闲旅游活动;二是45.5%的游客希望能够进行远距离的冰雪旅游;三是29.7%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;四是64.2%的游客会在这个冰雪季增加或维持往年支出水平去开展冰雪休闲旅游活动。这四项的比例在历年游客调查中都是最高的。此

发展趋势 值得关注

《报告》显示,冰雪旅游消费呈现几个特点:冰雪旅游消费结构持续优化,冰雪消费社交功能突出,新媒体传播力强,更多“头回客”成为“回头客”,冲动消费特征显著,冰雪观光休闲为主、兼顾冰雪度假的趋势稳定等。冰雪旅游中社交属性受到越来越多人的关注,中国旅游研究院冰雪旅游专项调查显示,2024-2025冰雪季,与朋友一起开展冰雪旅游的比例最高,占到了38.4%。同时,随着冰雪旅游的普及,越来越多家庭不惧严寒,乐意带着孩子去体验冰雪旅游的激情和美好,与家庭中儿童出游的比例占到19.1%,与家庭中其他成员出游的比例占到16.5%,与家人出游成为冰雪旅游的重要方式。

2024-2025冰雪季,游客获得冰雪

外,还有53.4%的游客会增加冰雪休闲旅游的频次,这说明,“冰天雪地”的远距离冰雪旅游目的地将迎来客流和收入持续扩大,近距离的区域性冰雪休闲将维持稳定增长态势,全国冰雪旅游市场进入持续繁荣状态。

不仅冰雪旅游市场热度不断攀升,冰雪旅游消费的综合带动能力同样突出,2023-2024冰雪季,我国冰雪休闲旅游的人均消费为1220元,是2023年全国国内旅游人均消费1002元的1.22倍。整体来看,在政策红利、需求释放和供给创新等因素激励下,预计2024-2025冰雪季我国冰雪休闲旅游人数有望达到5.2亿人次,我国冰雪休闲旅游收入有望超过6300亿元。

休闲旅游信息的途径,最主要的是短视频平台,第二是亲朋好友和同事推荐。根据中国旅游研究院和美团联合课题组研究,说走就走、临时预订的冲动消费仍然占据主导,64%的游客当天预订、21%的游客提前一天预订的消费特征显著。越来越多冰雪旅游者正从体验者变为发烧友,冰雪旅游人均频次显著提升,“头回客”成为“回头客”。游客体验冰雪产品的频次从2019-2020冰雪季的人均1.19次增加到2024-2025冰雪季的人均1.95次。从冰雪旅游类型来看,2024-2025冰雪季我国仍然以冰雪观光休闲为主,冰雪观光休闲的游客占比为63.6%,冰雪度假比例保持稳定,占到了36.4%,冰雪旅游目的地要兼顾观光休闲和度假类产品的开发。

冰雪投资 活力充足

《报告》显示,冰雪旅游投资从注重规模向注重效率转变,从注重投资硬件为主到兼顾软硬件转变。2024年,冰雪旅游领域展现出强劲的投资活力,重点投资在基础设施、设备更新、运营优化、科技研发等领域。冰雪旅游投资重点从新建项目过渡到对现有项目的扩建、升级和焕新。随着冰雪运动的大众化,冰雪装备的技术研发、科技投入和装备制造受投资者青睐。

在冰雪旅游服务方面,投资聚焦于提升精细化和个性化程度。2024年,我国冰雪旅游领域行业整体投资总额达到1076.91亿元,其中,重大项目投资事项达到87个,累计投资857.21亿元(占80%),企业针对自身产品和服务研发的投资为219.7亿元(占20%)。2018-2024年我国冰雪旅游领域重资产项目投资累计达到13157亿元。

文旅融合 展现魅力

《报告》显示,冰雪文化从注重“引进”走向“原创”,文化引领我国冰雪旅游焕发新活力,东方美学、在地文化赋予冰雪产品新魅力。特色冰雪文化丰富了我国冰雪旅游的内涵,冰雪文化和冰雪旅游深度融合持续推进。我国形成了优秀传统冰雪文化和现代冰雪文化交相辉映的局面,毛皮板滑雪、冰嬉、冰灯、冰雕、冰爬犁、滚冰灯、冬捕等传统冰雪文化通过现代化开发展现新的活力,雪雕艺术、高山滑雪、冰雪康养、雪国列车、冰雪音乐会等现代冰雪文化产品深受游客喜爱。以文

化为引领的我国冰雪旅游产品创新更注重场景营造、情绪价值满足和科技赋能。



▲游客在河北崇礼富龙滑雪场滑雪
曹雪文/摄

科技助力 活力迸发

《报告》显示,科技助力冰雪旅游的产业变革和企业组织重构,冰雪新质生产力的市场效应不断释放。科技助力游客美好冰雪体验,冰雪旅游的新质生产力加速冰雪产业变革和组织重构,企

业竞争力显著增强。数字技术、智能冰雪装备、冰雪无人机、冰雪虚拟现实体验、冰雪新材料等科技应用正在改变传统冰雪产业、创造冰雪新业态,科技让游客更好体验冰雪旅游。

破解瓶颈 奔向未来



▲游客在吉林雾凇岛游玩 陈晨/摄

《报告》认为,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:许多地区发展理念落后,对现代冰雪产业规律把握不准,对于大众冰雪观光旅游重视度不高,这样很难形成范围经济和规模经济;冰雪产业链发展不充分,核心企业的全球竞争力有待提升;高质量冰雪旅游产品供给不足,时代感、“国际范儿”和艺术性强的冰雪产品品牌相对较少;冰雪文化发展缺乏顶层设计,现代冰雪文化产业缺乏主体支撑;冰雪旅游做大做强要素保障不充分,基础设施和公共服务能力需要加快提升;冰雪旅游国际化的商业接待体系有待完善。

《报告》建议,未来,要夯实大众冰雪旅游发展基础,激发冰雪消费市场活力,优化冰雪旅游消费环境,提升交通便利性、消费普惠性,持续推动冰雪旅游大众化;构建覆盖全国的冰雪产业空

间承载体系,形成全国覆盖、重点区域引领、多点开花的空间体系,壮大冰雪旅游市场主体,发展冰雪新质生产力,提升“冰雪+”融合能力,加强优质冰雪旅游产品供给;坚持品牌引领,推动冰雪全产业链协同发展,重视传统和现代冰雪文化,提升冰雪文化战略地位,坚持面向世界和未来构建现代冰雪旅游产业体系;完善基础设施和公共服务体系,构建现代旅游治理体系。

为了补短板、强弱项,各地已在积极行动。比如,北京推出行动方案,从持续扩大冰雪运动与冰雪消费人口、推进冰雪场地设施建设等方面提出了24条具体措施。黑龙江省把发展冰雪经济作为全省产业振兴四大新引擎之一,专项出台多项政策措施,系统推进冰雪旅游高质量发展。

2024年11月,国务院办公厅印发《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》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。

2024年中央经济工作会议也特别提出:“积极发展首发经济、冰雪经济、银发经济。”从顶层设计层面为冰雪经济带来诸多利好,也让冰雪经济前景更加宽广。(央视新闻、中国旅游报)