

旅 业视点

《中国冰雪旅游发展报告(2022)》发布

我国冰雪旅游收入将达3233亿元

本报记者 刘圆圆

距离北京冬奥会开幕不足一个月,冰雪旅游市场早已抢先一步走红升温。

1月5日,中国旅游研究院发布《中国冰雪旅游发展报告(2022)》(以下简称《报告》)。报告指出,尽管有疫情影响,但是在北京冬奥会、冰雪出境旅游回流、旅游消费升级及冰雪设施全国布局等供需两方面刺激下,全国冰雪休闲旅游人数从2016-2017冰雪季的1.7亿人次增加到2020-2021冰雪季的2.54亿人次,预计2021-2022冰雪季,我国冰雪休闲旅游人数将达到3.05亿人次,我国冰雪休闲旅游收入有望达到3233亿元。

小区域、高频次冰雪游常态化

中国旅游研究院冰雪旅游专项调查显示,被调查者中,有90.1%的百姓曾经以不同形式体验过冰雪旅游,每年有63.3%的人体验过1-2次冰雪旅游,有24.8%的人体验过3-4次,这说明我国正在从冰雪旅游体验阶段进入冰雪旅游刚性需求阶段。2022年北京冬奥会的举办将极大激发百姓冰雪旅游热情,调查显示,71.7%的游客会在北京冬奥会激励下改变或者增加冰雪旅游消费,68.4%的游客确定受北京冬奥会影响增加冰雪旅游的频次。

这组数字反映出,冰雪旅游消费市场正在出现结构性调整。《报告》指出,高频次冰雪游消费正成为一种常态,我国正在从冰雪旅游体验阶段,进入到冰雪旅游刚性需求阶段,“小区域、低消费、高频次、旅游本地生活化、服务自助化、冰雪观光和滑雪休闲度假并重”成为新特征、新趋势。

在冰雪旅游目的地选择上,42.3%的消费者倾向于选择近距离冰雪景区,36%的人偏好远距离,另有17.8%表示远近都会体验。

在疫情笼罩、周边游流行的行业大势下,服务自助化成为重要倾向,冰雪旅游观光及休闲度假并重均衡发展。《报告》内容显示,65.2%的游客希望自助办理、非接触式服务完成冰雪旅游项目;42.5%的游客倾向于冰雪观光游览,45.1%会选择滑雪休闲度假。

各地冰雪建设如火如荼

携程平台数据显示,去年12月以来,全国滑雪场门票元旦假期预订量同比增长188%,其中,华北、东北地区用户在周边景区时,平均5人中就有1人会选择滑雪场。

飞猪方面表示,近元旦一周内,其平台上冰雪旅游类商品预订量环比上周增长188%,松花湖滑、北大壶滑、北京南山滑、北京万科石京龙滑等,成为旅客预订的热门雪场。

同程旅行大数据显示,元旦期间,冰雪游相关酒店、景区热度均有所上升。其中,滑雪场周边酒店预订量环比增长140%,滑雪场门票预订量环比增长110%,冰雪世界景区门票预订量环比增长220%;“冰雪世界”和“滑雪”双双进入元旦假期出游主题TOP5。

与消费市场热度相对,是投入一端,万亿资金正引领全国冰雪游重资产投资热潮。据旅游研究院数据,在重大项目领域,2018-2021四年间,建成较大投资规模的重资产类冰雪建设项目157个,重资产项目接近1万亿。南北区域趋向平衡,三北(东

北、华北、西北)地区吸纳的投资金额占比47.9%,其余四区(西南、华南、华中、华东)占比达52.1%。交通基础设施投资专项方面,2016年以来建成冰雪旅游交通项目共计128个,涵盖铁路、公路、交通枢纽等,投资总额达2.47万亿元。

多层次冰雪经济体系形成

据统计,新疆、西藏、四川、贵州、河南、吉林、黑龙江、内蒙古、辽宁、北京等多省市,均结合境内自有的雾凇松涛、林海雪原风光,推出了具有当地特色的冰雪度假项目、旅游线路,同时推出减免优惠、景区让利等举措。

以身处雪域的新疆为例,2021年11月,新疆文旅部发布了25条冬季自驾线路、10条冰雪旅游线路等冬季旅游精品线路。在2021-2022雪季(2021年11月至2022年4月)期间,将在区域内推出1500余项冰雪活动;优惠力度也很大,全疆各地已推出景区免门票、旅行社奖励、旅游直通车等74项优惠措施。

《报告》尤其看好东北、京津冀、新疆三个区域的冰雪旅游潜力。其中,东北地区有望在2025年“十四五”末

期实现3亿冰雪旅游人次、5000亿元收入,京津冀地区有望实现1亿冰雪旅游人次,2500亿元收入,新疆地区有望实现1亿冰雪旅游人次、2000亿元收入。

另外,西藏、青海为代表的青藏高原冰雪观光旅游带和以川贵鄂为代表的中西部冰雪休闲旅游带,均蕴含着“十四五”末期实现5000万冰雪旅游人次、1000亿元收入的巨大市场潜力。

中国旅游研究院院长戴斌在2022年中国冰雪旅游发展论坛上表示,尽管元旦假期出游人次和消费活跃度均有5%-6%的下降,但以冰雪为主要活动背景和消费场景的本地游、周边游持续升温,长白山等传统冰雪旅游度假区、北京延庆、张家口崇礼等冬奥会项目所在地热度明显升高,南山、北大湖、松花湖、渔阳、石京龙等滑雪场亦同时出现量价齐升的良好局面。

“在迎接冬奥会的这个冰雪季,城乡居民对冰雪休闲的向往已经转换为旅游消费的市场基础。文化和旅游部不久前公布了第一批国家级冰雪旅游度假区,一个体育文化旅游融合发展、科技资本创意共同推动、类型多元、层次多样的冰雪经济体系已经成型。”戴斌说。

冬 奥时间

当冬奥遇上春节

冬奥特许商品年货节开启

本报记者 刘圆圆

春节将至,年味渐浓。1月12日上午,在位于东城区王府井工美大厦一层的2022官方特许商品旗舰店内,“冬奥闹新春”——北京冬奥会特许商品年货节盛大启幕。

“点燃冬奥”倒计时系列徽章收官

“点燃冬奥”倒计时系列徽章自北京冬奥会开幕倒计时1000天起推出,每隔一段时间推出一枚。最后一枚开幕式徽章在年货节正式推出,这枚徽章内容丰富,不仅标注了徽章主题,还有“2022.02.04”“正月初四”“立春”等字样,并将开幕式场馆鸟巢、吉祥物“冰墩墩”中英文口号融合在一起。至此,全部16枚徽章共同组成了一串火红的鞭炮形状,通过这个精妙设计讲述了百余年来中国与奥林匹克的不解之缘,也包含着对热爱生活、喜爱奥林匹克的人们的新春祝福。

新春新气象 冬奥送吉祥

红红火火的北京冬奥会吉祥物宫灯首次在年货节上亮相,以六方双层宫灯为灵感,将冬奥吉祥物与宫灯相结合,辅以中国传统吉祥纹饰和中国结,春节之际悬挂于家中,节日的喜庆气息及红火氛围扑面而来;“北京冬奥会迎春祈福吉祥礼盒”则包含福字、红包、灯笼、吉祥物挂件等;“北京的春节”系列徽章,从置办年货到穿新衣,八枚徽章重现了北京多样的春节活动;“老北京的冰上时光”系列徽章,则讲述了明代以来老北京参与冰上运动的15个故事,表现北京这座城市的冰雪文化底蕴。

除了喜庆的春节元素特许商品,人气火爆的、以冬奥会吉祥物为主要元素的特许商品,如可爱的吉祥物笔袋、活泼的吉祥物毛绒玩具套装等也在本次年货节上齐聚亮相。

当传统非遗遇上春节

除众多具有实用性的特许商品外,很多体现非遗技艺的工艺品也在本次年货节上集中推出,特别是具有收藏意义的冬奥特许商品。北京冬奥徽宝系列产品、冬奥官帽茶盏、冰雪玉如意、冬奥冰瓷瓷尊、冬奥五环珐琅尊等工艺品成为旗舰店又一亮点,另有陶瓷制品、紫砂壶等产品也集中亮相,为消费者提供了更多选择。

据介绍,本次冬奥年货节从1月12日开始,持续到2月底,横跨春节、元宵节两大传统节日。为配合本次年货节的举办,旗舰店内也策划了丰富多彩的活动。北京冬奥会赛前的每个星期六和冬奥赛事期间,店内都将组织奥运徽章交换活动,顾客还可以通过店内奥林匹克历史上第一台个性化徽章制作机,制作一枚属于自己的专属冬奥徽章。同时,冬奥年货节期间,旗舰店内还将送出万张“福”字,祝大家万福吉祥。顾客也可以在旗舰店内的“冬奥许愿树”下,亲手为北京冬奥会送上新春祝福,并通过店内的云货架定制个性化服装和帆布包。

普及冰雪运动 路在脚下

人民政协网记者 秦云 鲁雅静

“带动三亿人参与冰雪运动”是北京携手张家口申办2022年冬奥会时,中国向国际社会许下的郑重承诺。开展冰雪运动需要具备哪些条件?冬奥会结束后,如何持续提升大众冰雪运动热情?清华大学副教授、亚运会艺术体操个人全能冠军周小菁对此进行了了解。

“以往我们觉得冬奥会是件很遥远的事情,但是当冬奥会真正走到身边,就会让更多的人主动了解冬奥会项目,并积极参与到冰雪运动中。”周小菁说。

整体上看,冬季奥运会的项目对场所要求较高,对天气要求也比较高,这些项目没有特定的场所和体育馆是很难普及推广的。“目前,在北京市海淀区有适合开展冰雪运动的国际化标准场所,但是这样的场所不是每个地方都有,而且投入很大,维护费用也很高,所以冰雪运动推广起来确实会有一定的困难。”

因此,周小菁认为冰雪运动的普及推广一定要先从校园开始。一方面,在校园开展冰雪运动,学生们比较容易接受,另一方面,尽管不一定是在冰上或者雪地里练习冰雪运动项目,但学生们能体会冰雪运动大概是什么样子的。“清华大学在同相关部门的合作下,在紫荆操场里铺设了一块小型场地,可以打冰球、冰壶等等,从目前看,让学生近距离真实地体验冰雪运动,对激发学生的冰雪热情很有效。”

至于如何在冬奥会结束之后,持续提升大众冰雪运动热情?周小菁则表示,想让冰雪运动长久地发展下去,一方面需要通过科技手段创造开展冰雪运动的条件,同时也要有一些必要的措施促进冰雪运动发展,比如倡导“以赛代练”。“比赛是一个展示的平台,通过比赛,可以看到练习的成效,带来成就感,这样也可以和其他冰雪运动爱好者交流、切磋,共同提高。”

“我一直认为学习和运动并不矛盾,还是相辅相成的,运动对学习有促进作用。”周小菁说,人在学习或做科研的时候大脑处于紧张状态,但当进入运动状态时,整个人的心情就会很愉悦,也会有更饱满的精神投入到学习和科研中。

此外,孩子们在学习体育运动项目的时候,一定要有优秀的老师给予指导,因此建议国家加强体育运动方面的师资力量,特别是冰雪运动的师资。

信 息速览

房山张坊创建冰雪运动小镇

本报讯 1月12日,2022年创建全国文明城区张坊冰雪运动小镇——“相约冬奥 一起向未来”活动在北京房山云居滑雪场举办。此次活动旨在响应“带动三亿人参与冰雪运动”的号召,紧紧抓住房山区创建全国文明城区的契机,结合张坊镇文旅融合大发展的规划,将旅游、休闲、美丽乡村、冰雪世界几大主题融合,释放冰雪旅游产业蓬勃活力,加快推进张坊冰雪运动小镇经济高质量发展。

房山区政府副区长靳璐表示,房山区将冰雪运动作为冬季旅游主导产业之一,以张坊冰雪运动小镇为中心,激发了张坊旅游产业绿色发展的新“燃点”。

张坊镇党委书记王文路介绍,张坊镇重点围绕培育以冬季冰雪运动为核心的四季产业链,将云居滑雪场纳入美丽乡村建设规划中,打造云居滑雪场、乐谷银滩等“冰雪+体育”“冰雪+休闲”的京南特色冰雪旅游世界,持续助力乡村振兴。

据悉,本次活动由北京市房山区委宣传部、区体育局、区文化和旅游局、张坊镇人民政府主办,北京悠波润宏旅游开发有限公司(云居滑雪场)承办。

(马健)

休 闲时代

青少年,绘出炫彩冬奥

——“我为冬奥加油”青少年迷你冬奥绘画作品展掠影

本报记者 徐金玉 实习生 李婷



我也想看滑雪!”另一个小女孩笑着说。

……
“在孩子们参观的作品,均出自他们的同龄人之手。绘画者是青少年,参观的主体也是青少年,不知不觉间,一场冬奥之约正在他们的画里、话外展开。”

1月8日,“我为冬奥加油”青少年迷你冬奥绘画作品展,在中国宋庆龄青少年科技文化交流中心举行。在以蓝天、白雪元素为背景布置的展区,共有100余幅首都青少年的冬奥主题作品展出,吸引了不少到访中心的青少年、家长驻足观看。

“我第一次看时也不敢相信,这些竟都是孩子们所作,他们观察冬奥的视角很开阔,画得非常好!”作为主办方,北京市关工委下一代工作委员会(以下简称北京市关工委)副秘书长、办公室主任韩清峰深感欣慰。

韩清峰介绍,为进一步激发青少年参与冬奥的热情,落实“以运动员为中心”的理念,北京市关工委和北京冬奥组委新闻宣传部等有关单位,从2021年9月1日开始,面向全国中小學生开展了此次活动。3个月的时间,全国31个省市区以及香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区的作品纷至沓来,共征集了

4.3万余幅,其中部分优秀作品还将作为特殊的新年礼物赠予冬奥运动员。

“在孩子们的眼中,你会看到一个充满趣味、多姿多彩的冬奥。”韩清峰忍不住向记者推介道,“你看这幅,这个学生用色很大胆,想象力也很丰富,把灯笼、龙、舞狮等具有鲜明中国特色的元素和冬奥融合在了一起;这一幅,又把国旗、长城、天坛与冰雪运动场景进行结合,体现了浓浓的爱国情怀。在这次展览里,不仅有油画、中国画,还有剪纸,形式多样、内容多元,他们以北京2022年冬奥会和冬残奥会相关知识、运动项目为内容,表达了对冬奥、冰雪运动的期待,对健康体魄、乐观精神的赞美,对美好生活的热爱和对参赛运动员的新年祝福。”

作品中有一幅格外让他惊艳。“这位小作者很有心,他将1968年到2022年所有冬奥会的吉祥物都画了出来,这些吉祥物绕地球一圈,与空中盘旋的和平鸽相映成趣。在这幅画里,你能感受到奥林匹克的核心价值观——‘卓越、尊重、友谊’,能感受到世界和平、团结的主题,而且不同国家、不同时间的奥运吉祥物在一起其乐融融,不正体现了人类命运共同体吗?”韩清峰赞许地说。

而这一幅幅作品也正好实现了他们举办活动的初衷。“关工委是以离退休老同志为主体的群众性工作组织,主要从事服务青少年成长成才的事业。我们希望借助这样的活动,搭建学习知识、参与运动的平台,带动更多的青少年积极参与到冰雪运动中来,鼓励他们了解冬奥、热爱体育、亲近自然,亲身体会冰雪运动的魅力,共同为北京2022年冬奥会和冬残奥会加油、助力。”韩清峰说。

除线下展览外,他们组织的线上冬奥知识小游戏也很火爆。“临近冬奥,北京市关工委还将借此契机,通过‘首都关心下一代大讲堂’‘冬奥知识竞赛’等线上形式,面向更多中小學生开展奥林匹克运动科普活动,营造我为冬奥加油、一起向未来的良好社会氛围。”韩清峰说。

采访临近结束,记者在展厅一侧看到了一幅大面积的“黑色”画作,走近一瞧才发现,上面密密麻麻地写满了青少年观众的留言。其中,写得最多的是两句话——“中国加油”“冬奥加油”!笔迹虽然稚嫩,但他们对北京2022年冬奥会和冬残奥会的美好祝愿和期待,却如此赤诚。