

全省有400家以上滑雪相关企业——

广东因地制宜发展冰雪产业

本报记者 张建军

冰与火之歌

从雪坡上飞驰而下，在雪道上感受滑雪的快乐；在雪地里乘坐冰上碰碰车，体验娱乐的乐趣……伴随着冬奥会的举行，在终年无雪的广东，滑雪运动成为了市民的新风尚，广东正在兴起一股冰雪运动热潮。

地处岭南，广东似乎与冰雪项目离得很远。但实际上，根据天眼查数据，广东有400家以上的滑雪相关企业，仅次于河北和黑龙江，位居吉林和辽宁之前。近年来，从开办室内滑雪场、滑冰场，到开展陆地冰壶、轮滑冰球等相对较易普及的冰雪运动，终年见不到雪花的广东，开始因地制宜发展冰雪运动。

室内滑雪很火爆

来到华南最大的室内滑雪主题乐园广州融创雪世界，记者站在雪世界入口处便看到，成群的冰雪爱好者、体验者穿着时髦的滑雪服，拖着装着雪具的行李箱，兴奋地走进滑雪场。“我们的统计数据显示，今年的总客流量已经突破200万人次。越来越多的人接触和喜欢上了滑雪运动。”广州融创雪世界负责人杨德明说。

杨德明表示，正因为冰雪资源的稀缺，南方群众的冰雪旅游和冰雪运动的参与热情反而较高。“冰雪运动在广东的发展有着巨大的市场，这也是我们打造这座5万多平方米室内滑雪场的底气。”他说。

2016年至2021年，广东每年都会举办群众性冰雪活动，全省均有分会场，包括

“大众冰雪季”“群众冰雪运动嘉年华”等，同时以冰球比赛、花样滑冰比赛、冰上运动展示与体验等方式多渠道向群众推广普及冰雪运动，传播冰雪运动知识。5年来举办冰雪比赛与活动达37场次，参与群众及各项运动爱好者达200多万人次。

为迎接北京冬奥会，进一步普及大众冰雪运动，1月4日，“南国花城迎冬奥·首届湾区冰雪文化节”在广州融创文旅城正式启动，活动将持续3个多月，通过粤港澳大湾区滑雪精英挑战赛、青少年滑雪竞技赛、雪合战、雪地派对等活动，掀起广州市民参与冰雪运动的热潮。

在国家倡导的“三亿人参与冰雪运动”的号召下，在广东，更多的人加入到了冰雪运动中来。“这是我第一次体验滑雪，没想到温暖的广州也有了自己的滑雪场。”在广州融创雪世界雪场内，前来体验滑雪的市民刘霜对记者说，她是因为冬奥会才开始对冰雪运动感兴趣。“观看滑雪比赛多了，就想来亲身体验一次。”她说，经过教练的指导和几小时的学习，她已经对滑雪上瘾了，下次想挑战难度更高一些的单板。

冰雪消费热情高

伴随冰雪文化逐步在广东生根发芽，参与冰雪运动人群不断壮大，广东的滑雪产业发展驶入快车道，也带动了运动服装、用品、器械为载体的实体消费持续增加，并有效拉动周边酒店住宿、餐饮、购物等消费。记者在广州融创雪世界所在的商场，就看到了6家做滑雪生意的商铺，此外还有多家商

铺分布在商场外的横街上。

虽然广东迎来了冰雪热，但杨德明表示，在南方做冰雪生意并不是没有困难。他坦言：“虽然冰雪旅游人群处于稳步增长状态，同时拥有一定的客群基数，但大部分为尝鲜者，消费黏性较低。”在他看来，未来南方冰雪旅游市场还需要在冰雪旅游营销宣传、冰雪运动培训、冰雪产品创新等方面持续发力，特别是针对下一代青少年客群，不断激发冰雪消费市场活力、提升消费黏性。

当前，广州正在积极推动冰雪运动进校园。2021年11月，广州融创雪世界携手花都区政府及教育、体育部门与广东省冰雪运动协会举办“广州市花都区冰雪运动进校园暨校队组建启动仪式”，确立为花都区18所中小学校建设青少年滑雪竞技校队，通过政企联动方式，奠定冰雪进校园项目基础，构建广东校园冰雪运动的新格局。

构建湾区新高地

广州市花都区委书记邢翔表示，近年来，花都区以推动“三亿人上冰雪”为契机，结合国家冰雪运动“南展西扩东进”战略，以冰雪旅游、冰雪体育、冰雪文化为核心，着力打造“冰雪花都”，让“冷资源”成为“热产业”，构建覆盖我国南方地区、辐射东南亚的粤港澳大湾区冰雪运动新高地。

“未来我们也会结合粤港澳大湾区滑雪精英挑战赛举办校际联赛，让学生在赛事活动中获得进阶成长。希望通过冰雪教育和冰雪赛事的结合，为广东滑雪专业人才的储备和培养提供有效的路径，为湾区冰雪运动发展作出贡献。”杨德明表示。

除了广州融创雪世界，2021年7月，广东肇庆的万达国家度假区滑雪场也正式动工。未来，滑雪场将打造成包含滑雪乐园、滑冰乐园，满足国际级专业赛事要求的雪道和滑冰场的湾区冰雪运动中心，为开展冰雪运动创造一流办赛条件，为粤港澳大湾区的冰雪运动爱好者提供专业的滑雪培训，加快推进广东省乃至整个华南地区冰雪运动的普及性。

广州融创雪世界，孩子们在室内滑雪场学习滑雪。

本报记者 张建军摄

共享冰雪运动

李万祥

北京冬奥会各项赛事正在火热进行中。冰雪之上，各国运动员们超越极限、超越梦想激烈角逐，充分展示着冰雪运动的魅力。赛场之外，冬奥会给全国冰雪运动添了一把火，激发出全民热情，推动冰雪运动成为全民性运动。

北京申办2022年冬奥会时，中国作出郑重承诺——“带动三亿人参与冰雪运动”。如今这一目标已从愿景走向现实。当前中国参与冰雪运动的人数已达3.46亿，“冷冰雪”带来的“热经济”效应逐步显现，特别是在这个虎年新春持续释放，“年味”里增添了浓浓的“冬奥味”。

以前要去滑雪，可能全国也就那么几家雪场。由于选择余地少，很多滑雪爱好者都选择出国滑雪。缺雪、缺冰，供给不足，成为制约我国冰雪运动健康发展的明显短板。

这些年，国家大力推动全面提升中华民族健康素质，实现人民健康与经济社会协调发展，国内冰雪运动逐渐升温。

从供给侧来看，雪场、冰场等基础设施日益丰富多元，形成一大批优质产品，不仅满足了冰雪运动爱好者的需求，而且也带动了冰雪产业、冰雪旅游的蓬勃发展。

2021年2月，文化和旅游部、国家发展改革委、国家体育总局三部门联合印发《冰雪旅游发展行动计划（2021—2023年）》。在文化

和旅游部此前发布的全国10条冰雪旅游精品线路中，“冰雪京张·冬奥之城”就是一条完整的冬奥线路，涵盖了国家速滑馆、首钢滑雪大跳台、石京龙滑雪场、八达岭滑雪场、云顶滑雪场、崇礼赛区国家跳台滑雪中心、崇礼国家级旅游度假区、冰雪文化博物馆等。冬奥结束后，这些场馆将向公众开放，满足游客一站式冬奥体验。

围绕冰雪深耕市场，大到雪场、冰场、造雪制冰设备，小到运动器具、防护装备等，国内冰雪产业分工日益细化。随着冬奥会的成功申办，冰雪运动更是加速普及。据统计，在中国从北到南一共有654块标准冰场和803块滑雪场。这个数据比2015年中国中奥之初分别增长了317%和41%。

如今，冰雪运动从小众潮流向南北全地域、客群全年龄段延伸。乘着冬奥会的东风，冰雪运动将进一步飞入寻常百姓家，竞技体育的魅力将为大众冰雪推广注入强大能量，推动冰雪运动普及化、大众化，实现全民参与、全民共享。



广州融创雪世界一角。本报记者 张建军摄

日本优质天然滑雪场众多——

冰雪旅游成招牌

本报记者 苏海河

海外冰雪

几年前的冬季，记者一行来到有着“日本屋脊”之称的长野县滑雪。高手们直接乘坐缆车去住高级道，初学者则在缓坡区域，先跟着教练学习运动基本要领与防护知识。一小时后，大部分学员就能滑得像模像样了。值得一提的是，当地很流行滑雪后泡个温泉，然后就地入住酒店，次日继续享受冰雪运动的乐趣。

日本属于海洋气候，雨雪较多，国土面积的80%属于山地。其中，北海道及本州岛大部分地区冬季积雪，长野县、福井县等冬季积雪可达2米至3米厚，以至于汽车在雪墙中通过成为一道风景线。这样优厚的自然条件，自然造就出众多优质天然滑雪场。

上世纪七八十年代，日本经济高速增长，国民娱乐运动需求旺盛，带动了冰雪运动与冰雪经济发展。很多地方打出冰雪旅游、雪国露天温泉等旅游路线。数据显示，上世纪80年代中

期，日本居民家庭月平均消费支出中，旅游消费支出占休闲支出的30%以上。

随着国际旅游日益繁荣，冰雪旅游成为日本旅游业的一大招牌。札幌冰雕节、网走市鄂霍次克海浮冰节、十和田湖冬季物语冰雪节、长野冰雪节等，已成为重要国际旅游活动。据日本旅游业协会统计，冰雪旅游营业额占日本旅游总收入的两成以上。

日本曾两次举办冬奥会，有力带动了日本冬季运动水平的提升，以及群众性冰雪运动的普及。特别是在1998年举办的长野冬奥会上，日本队取得了五金一银一铜的历史最好成绩。跳台滑雪、花样滑冰、冰壶等项目成为日本队的传统优势项目。

目前，日本约有550家滑雪场，一些经济发达地区甚至建立起全年运行的室内滑雪场；每年滑雪人次在3000万左右，其中外国游客约占10%。

为推动日本冰雪经济发展，当地政府与相关企业作出了一系列努力。

一是政府规划并制定优先发展滑雪产业的优惠政策，鼓励旅行社、交通企业、房地产公司及地方企业投资经营滑雪产业，参与市场开发，带动市场对冰雪基础设施投入和产业投资保持旺盛。二是重视国际标准和规范化经营。许多滑雪场在建设参照国际标准，吸引了外国运动员来此集训，不仅提高了知名度，在申办国际比赛时也占据有利条件。比如札幌市在举办2017年第八届亚冬会中，全部沿用1972年冬奥会场馆等现有设施，有效降低了办会成本。三是重视配套服务。多数滑雪场有教练、安全管理员，旅馆、度假村、温泉、美食也成为标配，一条龙服务不仅提升了游客舒适度，也带动了地方经济发展。四是国家制定相关法律和行政政策，严格执行生态环境保护标准，避免商业开发对环境的破坏。

近两年，受新冠肺炎疫情影响，日本冰雪产业活跃度降低，多地冰雪节被迫取消。不过，日本政府及观光业协会加大了在世界各地的推介活动，期待着疫情后冰雪运动的大发展。



图为日本群马县万座温泉。本报记者 苏海河摄