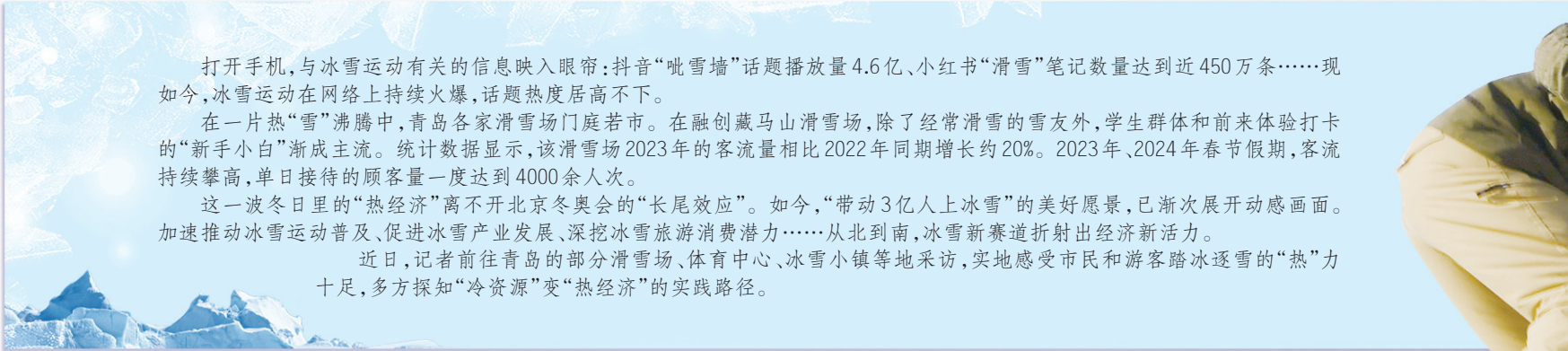


后冬奥时代,冰雪运动加速普及,冰雪产业加快发展,冰雪旅游持续升温

“雪花”变“繁花”,青岛冰雪运动“热”力十足

□青岛日报/观海新闻记者 许诺 实习生 宋沁妍



打开手机,与冰雪运动有关的信息映入眼帘:抖音“吨雪墙”话题播放量4.6亿、小红书“滑雪”笔记数量达到近450万条……现如今,冰雪运动在网络上持续火爆,话题热度居高不下。

在一片热“雪”沸腾中,青岛各家滑雪场门庭若市。在融创藏马山滑雪场,除了经常滑雪的雪友外,学生群体和前来体验打卡的“新手小白”渐成主流。统计数据显示,该滑雪场2023年的客流量相比2022年同期增长约20%。2023年、2024年春节假期,客流持续攀高,单日接待的顾客量一度达到4000余人次。

这一波冬日里的“热经济”离不开北京冬奥会的“长尾效应”。如今,“带动3亿人上冰雪”的美好愿景,已渐次展开动感画面。加速推动冰雪运动普及、促进冰雪产业发展、深挖冰雪旅游消费潜力……从北到南,冰雪新赛道折射出经济新活力。

近日,记者前往青岛的部分滑雪场、体育中心、冰雪小镇等地采访,实地感受市民和游客踏冰逐雪的“热”力十足,多方探知“冷资源”变“热经济”的实践路径。



■月季山滑雪场超宽的雪道,吸引众多滑雪爱好者前来体验。

从“小众”到“大众”,30余万人参与冰雪运动

今年1月28日,胶州市上合之珠冰雪嘉年华启动,200余名参赛队员参加了雪上拔河、雪上投壶等项目。

胶州市上合之珠冰雪嘉年华是“第十届全国大众冰雪季”青岛站暨青岛市第五届冬季全民健身运动会雪上运动会的一个重要板块。张倩雪是市南区代表队的参赛队员之一。“我带着孩子参加了几项比赛,小朋友最期待‘雪上射门’。”张倩雪带着孩子在雪上玩得不亦乐乎,“雪上运动不仅可以锻炼孩子的意志力,也能培养他们的团队协作能力。”

记者从市体育事业发展中心了解到,近年来,青岛的冰雪运动蓬勃发展,截至目前,青岛已有6家室外雪场、3家室内雪场、4家室内冰场。“冬季全民健身运动会已经成功举办了一届,今年是第五届了。能明显感受到市民参与的热情一届胜过一届。”市体育事业发展中心全民健身活动部部长刘昕煜介绍,“第四届冬季全民健身运动会曾带动超过30万市民参与冰雪运动体验活动,并依托广泛的参与基础,选拔了一批群众冰雪运动高手。今年,冬季全民健身运动会在项目设置上做了调整,一批惠民体验项目为市民冬季休闲娱乐提供了更多选择。也希望通过这种方式,鼓励更多人参与到冰雪运动当中。”

冰雪运动正在打破时空限制,从“小众”变“大众”。近两年,市民参与冰雪运动的人数持续增长,其中,以18岁至30岁年龄段人群最为积极。今年,随着多场冬雪光顾颐乐城,冰雪运动愈发火热。春节假期前后,记者在多家室内、室外冰雪运动场所采访时看到,一方小小的冰雪天地满是欢声笑语。无需专业技巧、老少皆宜,冰雪运动正以更“接地气”的方式满足群众的美好生活需求。

在国信滑冰场,春节假期以来,客流量一直居高不下。“国信滑冰场是目前青岛市唯一一块符合国际标准的专业冰场。场地面积有1800平方米,冰的平均厚度为3至5厘米。人工制冰设备和冰面修复机都达到了国际一流水平,可以满足包括冰球、短道速滑、花样滑冰等不同项目比赛的需求。”冰场工作人员辛晓润介绍,“目前,冰场除了要保证多支省市级专业训练队长期驻训外,还开展了花样滑冰、冰球等项目的培训工作。经过两年的发展,俱乐部拥有上百名会员,绝大部分都是青少年选手。国信冰球队是山东省内唯一一支参加北京市冰球联赛的队伍,每两周到北京参加一次比赛。队伍的成绩也不错,基本能够确保进入到季后赛。”

由于青岛市速滑队常年驻训,为了满足花样滑冰、冰球队的日常训练,冰场将每日的停业时间从晚9点推迟到晚10点。“近年来,我们积极组织开展形式多样的校园冰雪季系列活动,通过校园陆地冰球体验、国信滑冰场现场体验等方式,已与多所幼儿园、小学开展‘冰雪运动进校园’合作,服务学生3000余人,有力地推动了冰上项目在青岛的开展。”辛晓润说。

引入冰雪运动重大赛事、不断提升冰雪竞技水平、打造冰雪体育明星……以冰雪赛事,尤其是青少年冰雪赛事举办为契机,青岛市走出了一条“政策引领、产业互联、冠军代言、全民参与”的特色冰雪运动发展之路。如今,在青岛,越来越多的人爱“上冰雪”。

以赛事为支点,撬动冰雪运动大产业

2月17日,第十四届全国冬季运动会(以下简称“十四冬”)在内蒙古自治区开幕。“十四冬”对标米兰冬奥会,是北京冬奥会后首次举办的全国冬季项目大型体育赛事。青岛共有16名运动员入选山东代表团,分别参加雪车、雪橇、滑冰、滑雪登山、滑雪5个项目的比赛。



■在青岛国信冰场,小选手在教练指导下学习冰上动作。



■藏马山滑雪场高级雪道旁边的雪坡成为众多游客展示滑雪技巧的场地。

此次比赛之所以在青岛引起广泛关注,源自北京冬奥会短道速滑男子1000米决赛所带来的“惊喜”。在那场决赛中,青岛小将李文龙获得银牌,为山东夺得冬奥历史上的首枚奖牌,实现了山东冰雪运动项目“零的突破”,也为冰雪运动赢得了更高的民间关注度。

在“十四冬”的比赛中,青岛籍运动员魏鹏与队友搭档在四人雪车项目上取得山东代表团在本届冬运会上的首枚金牌,帮助青岛在全国冬运会上实现了金牌“零的突破”;在滑雪登山公开组混合接力决赛中,青岛运动员纪璐璐搭档队友刘建宾为山东代表团斩获一枚银牌。

作为山东代表团本次冬运会的焦点项目,包括李文龙在内的9名青岛运动员出战短道速滑比赛,总共为山东代表团贡献了1金2银2铜的优异成绩。“青岛市羽毛球游泳运动管理中心在省、市体育局大力支持下,精心谋划、积极培养冰雪项目人才,效果明显,受到国家体育总局领导高度评价,并得到黑龙江、吉林等冰雪运动高水平地区认可。经过多年的努力,青岛逐渐成为‘北冰南展东进西扩’战略中的重要一环,在中国短道速滑项目的发展中占据了一席之地。”青岛市羽毛球游泳运动管理中心刘平介绍,“‘十四冬’成绩的取得,也是青岛体育人多年努力的最好回报。”

赛事的激情也带动越来越多的青少年投身冰雪运动,成为坚实的后备人才,青岛冰雪竞技成绩也节节攀升:青岛国信文体冰球队在2022年北京冬奥会前后成立,U6、U8、U10、U12、U14五支队伍仅在2023年就代表青岛市参加各级各类比赛11项,斩获冠军8个、亚军3个、季军3个;在山东省第七届冬季全民健身运动会花样滑冰比赛中,青岛市代表队取得6金6银6铜的优异成绩……

树高千尺,根深在沃土。青岛冰雪竞赛成绩不断突破的背后,不断完善的冰雪基础设施建设已成为“撬动”冰雪运动发展最有力的支点。

“由于我国冰雪运动起步比较晚,满足民众开展冰雪运动的基础设施有限。这对于从事体育产业的相关企业来说,也是一个很大的机遇。”英派斯董事长刘洪涛表达了自己的看法。

据了解,英派斯早在2015年就开始布局全民冰雪运动板块。作为国内健身器材行业首家主板上市企业,2017年英派斯自主研发出仿真冰场、室内滑雪模拟机等冰雪运动场地设

施,为许多受气候条件、运动场地制约的城市发展冰雪运动提供了解决方案。目前,英派斯滑雪模拟机项目已在上海、济南、兰州等城市落地铺开,不断建成的冰雪场地,让群众上冰上雪不再受地域局限。

除了商业应用,英派斯的仿真冰场还走进校园、走进课堂,在体教融合的过程中让越来越多的学生认识冰雪运动、冬奥文化,拓宽视野、强健体魄。现如今,包括青岛华侨小学、宁夏路小学、基隆路小学、合肥路小学在内,青岛、北京、亳州等地共有数十所学校或体育中心设有英派斯建设的仿真冰场。

“质变”是“量变”的必然结果,冰雪运动的普及必然伴随日益增长的专业性需要。

无独有偶,青岛奥技科也把目光转向了国内冰雪运动市场。

青岛奥技科光学有限公司由世界上最大的滑雪眼镜生产商韩国OGK集团投资建成,主要从事滑雪眼镜、摩托车眼镜等运动防护用品的生产和销售。奥技科公司生产的滑雪眼镜较为专业,而国内滑雪运动起步较晚、专业需求不高,因此之前该公司主要供应国际市场。“随着冰雪运动的火热发展,我们现在更加看好国内的市场前景。日益广泛的参与群体,蕴藏着巨大的市场潜力。”奥技科公司邱毅说。

去哪儿网数据显示,进入2023年11月,平台上关于“滑雪”的相关搜索环比增长3倍,全国滑雪场门票预订量较2019年同期增长147%;携程网数据显示,截至2023年底,滑雪门票订单量周环比增长113%,较上年同期增长近两倍。

2023—2024冰雪季是后冬奥时代的第一个完整冰雪季,在采访中,业内人士有着这样的共识:“冰雪运动专业化需求已成趋势,相信总有一天,冰雪新设施、冰雪新人才会‘点燃’冰雪运动高质量发展的引擎。”

雪场“走红”,带来一个小镇的“荟萃”

2023年12月31日,融创藏马山滑雪场迎来3500人。自去年寒假以来,这里不断出现客流高峰。

《青岛市“十四五”旅游发展规划》提出,建设文旅深度融合发展新高地、旅游消费大都市和国际滨海旅游目的地。作为北方滨海旅游城市的代表,青岛的夏季旅游在全国一直处于第一梯队,但每年国庆黄金周后,旅游业往往后劲不足。

青岛冬季旅游市场何去何从?一个雪场,一个小镇,或许提供了答案。

在冰雪运动发达的欧洲,“滑雪”一词往往与“度假”联系在一起,冰雪运动爱好者在雪场往往一待就是半个月。最近,哈尔滨旅游火出圈,冰雪旅游大热。在持续释放城市冰雪魅力的同时,哈尔滨也让年轻人意识到滑雪不再是一种极限运动,而是旅行的一部分。

发展冰雪旅游,成为进一步深挖冰雪运动消费潜力的必经之路。

《中国冰雪旅游消费大数据报告(2023)》预测,在本地市场消费潜力持续释放和远程冰雪游复苏下,预计“十四五”末期的2024—2025冰雪季,我国冰雪休闲旅游人数有望达到5.2亿人次,冰雪休闲旅游收入将达到7200亿元,冰雪旅游正在成为冬季旅游和冰雪经济的核心引擎。

青岛融创藏马山滑雪场总体规划面积12万平方米,总投资1亿元,是青岛第一家政府授牌的滑雪场,成为目前省内滑雪最热门的去处之一。走出雪场进入藏马大道,步行500余米便到了阿朵花屿小镇。在这里,青砖黛瓦古色古香,身着唐装行走在灯火辉映间,唐风古镇的时代风貌尽显无遗。

如今,青岛融创藏马山滑雪场与阿朵花屿小镇彼此唱此

和,正在共同探寻一种以冰雪运动赋能传统旅游的“冰雪+文旅”新模式。

滑雪场负责人蒲蛟介绍,藏马山滑雪场对周边产业有着明显的带动作用。“冬季是北方传统旅游淡季,但滑雪场弥补了景区淡季旅游的空白。在滑雪场的带动下,周围商圈客流量、酒店民宿入住率、配套餐饮销售额都要比平常高不少。”

借此契机,近年来,每逢春节,藏马山都会举办新春庙会,阿朵花屿小镇也举办上元灯会,春节正月初二到初七成为藏马山滑雪场及周边地区的客流最高峰,阿朵花屿小镇的288间客房以及山上山下民宿一房难求,刚刚过去的龙年春节也不例外。

在冰雪热之下,参与冰雪运动的群体也已经冲破年龄限制。随着冰雪运动走进千万普通家庭,无论男女老少都有了“上冰雪”的需求,因此,不少娱雪场所应运而生。据滑雪场工作人员介绍,由于滑雪是高危型体育运动,前来滑雪场的人群绝大部分是在18岁到45周岁年龄段。为了满足全年龄段客群需求,滑雪场也开辟了趣味雪圈直道、雪影回廊S弯道、雪地陀螺、香蕉船、悠波球、雪地保龄球等一系列娱雪项目,深受市民游客的喜爱。

相较滑雪场,娱雪乐园的选址更加灵活,家庭可以就近体验冰雪活动。每逢周末,娱雪乐园成了许多家庭的亲子游选择:设计更大众化、“门槛”更低、危险系数更小、更加便利……虽然表面上看,娱雪场所对于滑雪场客流量有所分流,但对整个冰雪行业而言,娱雪乐园的建设大大增加了冰雪运动的总体客流量,使“雪花”进一步“飞入寻常百姓家”。

当然,在滑雪市场逐渐由“初级体验”市场过渡到成熟的休闲度假市场的过程中,探索冰雪运动发展路上仍有许多亟待探索的问题——如何进一步打造冰雪旅游服务综合体、塑造冰雪旅游品牌?如何更好发挥冰雪赛事带动作用,提高市民参与冬季健身运动热情?如何在促进冰雪运动的普及与发展的同时,确保生产运营活动的环保性和可持续性?如何加强冰雪旅游度假地监督管理,实现生态保护与经济发展比翼齐飞?这些问题的答案将继续助推青岛冰雪全产业链发展,打造一座“冰雪运动之城”。

冰雪之中,一幅画卷正徐徐展开,卷中俨然描绘着青岛冰雪运动跨越式发展的进程。以冰雪运动为纽带,涵盖全民健身、体育竞赛、教育培训、文化旅游、特色餐饮、主题住宿、休闲娱乐等多业态的冰雪产业链正持续扩大,进一步拉动着冰雪产业的融合发展。在一系列“冰雪+”产品的消费增长中,冰雪资源逐步转化为经济资源、文旅资源,推动“冷”冰雪在后冬奥时代迸发出“热”效应。

一朵朵冰雪之花飞入千家万户,在后冬奥时代迎来由“雪花”到“繁花”的嬗变,向世人展示着冰雪运动魅力之所在。

■今年1月,“奔跑吧·少年”迎冬运青岛市青少年冰雪季在青岛万象城冰纷万象滑冰场启动。



■青岛市第五届冬季全民健身运动会雪上拔河项目比赛现场。

本版摄影 王雷