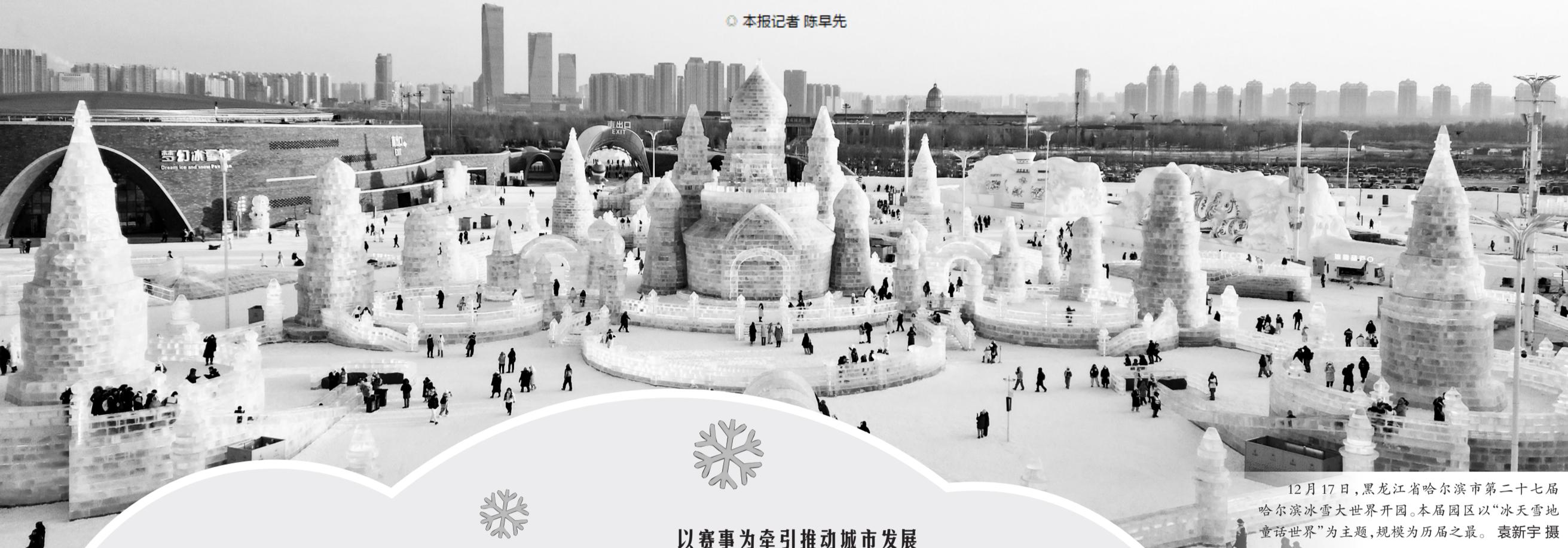


# 从赛场之巅到人间烟火 万亿“冰雪奇缘”今冬“快乐顶流”

◎本报记者 陈早先



年底一到，天气一冷，玩冰戏雪便成了人们心中不约而同的“快乐顶流”。

近日，黑龙江、吉林、新疆等地的孩子们迎来了期待已久的“冰雪假”——学校专门安排一周左右的假期，鼓励学生走进雪场、参与冬令营、体验冰雪研学。滑雪、滑冰、雪地足球不再只是课外兴趣，而成为冬季教育的一部分。部分雪场还推出凭学生证免票或消费折扣的福利，让青少年“趣游冰雪、乐享成长”真正落地。

冰雪，这个曾属于北方冬季、专业赛场与极限挑战的符号，正悄然嵌入中国人的日常生活。它不再只是“远方的风景”，而是周末的朋友相会、南北孩子共享的冬日课堂、乡村增收的新路径。

《中国冰雪产业发展研究报告(2025)》预测，2025年中国冰雪产业规模将突破万亿元，达10053亿元。从2015年的2700亿元到万亿元跨越，十年间，冰雪经济完成了从政策驱动到全民参与、从季节限定到四季常青的深刻转型。

比数字更动人的，是人。是那些第一次站上雪道、颤巍巍却兴奋尖叫的孩子；是那些在雪场当教练、收入比肩大城市的年轻人；是那些在阿尔山扮演冰雪精灵的大学生NPC（非玩家角色）；更是那些不再猫冬而是忙起来、富起来的村民……

## 冰雪运动从小众到日常

一场降雪后，京城商圈愈发热闹起来。

“一场开心的滑冰，冬日氛围感拉满！”周末，市民李女士来到位于王府中环西侧户外广场的乐滑之梦冰雪乐园，发现现场已经排起了队。不同年龄段的市民聚集在冰场中，初学者扶着“小海豹滑冰助手”练习基础滑行，熟练的人穿梭自如，欢声笑语此起彼伏。

曾几何时，冰雪资源是北方的“特供”，滑雪运动更是打着装备昂贵、场地遥远、技术门槛高的小众标签。当产业规模的数字越过万亿美元，“玩冰戏雪”也迎来它的里程碑时刻——它既是一项有专业门槛的极限运动，也是一种可以与亲友共享的一场无门槛的周末旅行，甚至是一种代表健康与时尚的生活方式。

“这件羽绒服防水防风，又轻量保暖，日常通勤穿着也很合适。”在北京一家国产滑雪户外品牌店内，除专业雪具外，还有不少应用了滑雪科技的日常功能性服饰。张先生试穿羽绒服后，当即下单。“几年前滑过一次雪，印象中装备都是外国品牌，设计单一、价格高。没想到现在国产品牌这么出色。”他感慨。

滑雪科技日化模糊了运动与生活的边界。高温造雪、室内恒温、VR模拟等技术也让南国冰雪成为现实。

浙江宁波一座1.75万平方米的滑雪场，每天吸引数百名滑雪爱好者，其中约70%的客流来自长三角地区。

在深圳宝安的前海冰雪世界，亲子娱乐区域与室内专业赛事级雪道同步开放，搭配深港直达穿梭巴士，为大湾区冬季运动消费注入新动力。

“去地域化+去季节化”的双轮驱动，使玩冰戏雪挣脱了地域和季节的桎梏。一位深圳家长说：“我们家孩子在家门口就能滑雪。”

甚至，冰雪还变成了一个集娱乐、社交、餐饮于一体的“生活综合体”——北京五棵松商圈的户外广场冰乐园吸引亲子家庭体验滑冰，不远处的冰上运动中心持续开设花滑、冰球课程，孩子下课后，全家顺道就餐；在成都都江堰室内滑雪场，七条雪道满足不同等级需求，5000平方米冰雪乐园里，有雪地投壶、橄榄球和雪地火锅……

数据显示，全国滑雪场消费金额达786.13亿元，带动周边两公里消费增长27.97%。更值得注意的是人群结构的变化：“亲子家庭”贡献超54%的雪场消费，而代表着未来的“00后”学生群体则以惊人的日均177%的增长，成为最强劲的新生力量。

## 以赛事为牵引推动城市发展

辽宁省以承办第十五届全国冬季运动会（“十五冬”）为契机，让国际雪联单板滑雪障碍追逐世界杯首次落户沈阳；新疆阿勒泰举办中国首个实行打分制的野雪赛事……冰雪重大赛事的价值，远不止于十几天的聚光灯。它如同灯塔，照亮一座城市乃至一个区域的产业升级之路。

河北张家口崇礼云顶滑雪公园是绝佳例证。作为2022年北京冬季奥运会遗产，它在2025—2026雪季初成功承办国际雪联自由式滑雪U型场地世界杯。赛事期间，单日客流峰值突破8000人次。但更深远的影响在于资源的持续利用——奥运级“超级U型池”赛后“秒变”青少年集训基地，吸引韩国、新加坡等国际队伍前来训练。“举办赛事或许略有盈亏，但品牌效应无法估量。”张家口云顶滑雪公园管理集团有限公司总裁束文说。

辽宁借力“十五冬”首次引入国际雪联单板滑雪障碍追逐世界杯，填补了国际顶级冰雪赛事空白。沈阳今冬还将举办18项冰雪赛事，包括全国锦标赛、

冬泳邀请赛、冬捕节，并启动覆盖全城的雪地足球系列活动——赛场从专业雪场延伸至城市广场、社区公园，打破参与壁垒。该活动还将与乡村雪地足球赛联动，通过“主客场”赛制促进城乡文化交流。

通过“国家级赛事引领、自治区级赛事支撑、盟旗两级活动赋能”的多层次冰雪活动模式，内蒙古自治区冰雪赛事正形成“冰雪+”“赛事+”“文旅+”的矩阵。在兴安盟凤凰湖滑冰场，“同心同向 体育北疆”第十二届全国大众冰雪季内蒙古大众速度滑冰联赛吸引按年龄分为六个组别的滑冰爱好者；在乌兰浩特市巴彦查干山滑雪场，初、中、高级三条专业雪道总长820米，配合缆车与魔毯设施可同时满足300余名不同水平滑雪者的需求；在阿尔山市，全国越野滑雪青少年U系列第二站、河北省青少年自由式滑雪空中技巧锦标赛等高端赛事相继落地，“雪战到底”打雪仗大赛等趣味活动也已构建起来。这些赛事正驱动游客“跟着赛事去旅行”，将竞技场的短时热度转化为持久的惠民生暖度。

## 冰雪人才培养职业化

冰雪经济的终极落点，是人的成长与区域共富。在“人类滑雪起源地”新疆阿勒泰，自治区级非物质文化遗产项目毛皮滑雪板制作技艺曾濒临失传。这项用马腿皮包裹松木板的传统工艺，曾帮助先民在深雪中狩猎迁徙。如今，在政府支持下，代表性传承人胡安什别克·斯兰别克家建起体验工坊，开发可携带的迷你雪板，旺季日销50余副。“白雪”真正化作了“白银”——上个雪季，家庭收入比三年前翻了一番，村里十几位乡亲加入工坊。“以前冬天大家都窝在家里等春天，现在一年四季都忙起来。”胡安什别克说。

在就业端，一个河北崇礼雪场就带动3万余人就业，年轻人担任滑雪教练，收入可比肩大城市；在生产端，滑雪装备相关企业从2015年约300家增至2023年900家左右。“一业兴、百业旺”，冰雪正成为一个奇妙的契合点。

更深远的变化发生在人才培养体系。一批批新疆的造雪师、冰雪技师，不仅是冰雪里的劳动者，更是冰雪文化的讲述者与传播者。

黑龙江将加强人力资源开发利用作为促进冰雪经济发展的基础性、战略性支撑。围绕冰雪产业发展的实际需求，实施“冰雪龙匠”定向培养计划，做强冰雪经济“政校企”技能人才培养联盟，为冰雪运动、文化、装备、旅游等产业的协同发展提供坚实支撑。发布冰块存储养护、雪雕装饰、冰块装卸等特色专项职业能力考核规范，积极推动冰雪雕刻师、造雪师、制冰师等“龙江标准”上升为国家职业标准，推动冰雪产业职业化、标准化。

吉林构建“吉冰吉雪工匠”培养体系，制定雪道维护、雪具维修保养、滑雪巡救等专项职业能力考核规范，为行业发展输送造雪师、冰雕师、制冰师、雪具/冰具维修师等。

黑龙江省推出“冰雪龙匠”“冰雪技师”专项培育计划，订单定向培养急需紧缺技术技能人才。开展“技耀冰雪”表彰激励活动，在享受政府特殊津贴人员推荐选拔和“龙江大工匠”“龙江技术能手”评选表彰活动中，面向冰雪经济领域设置专项名额，选拔激励更多优秀青年热爱冰雪、投身技能。

## 文化的深度挖掘让冰雪“活”起来

冰雪经济的真正魅力，在于它能够超越物理体验，创造出独特的文化共鸣与情感连接。正如许多游客所感受到的，最动人的并非只有雪道的陡峭，还有雪国中那份独特的文化温暖与人情味。

内蒙古满洲里第二十二届中俄蒙国际冰雪节，匠人用冰镐精雕258米中式主题雪墙，以“城市起源与发展”为轴，划分六大篇章，串联起边陲驿站到国际口岸的百年变迁。园区深度融合三国建筑、民俗、商贸元素，构建“观赏+互动+消费”三位一体的文化盛宴。

在大兴安岭腹地的小城阿尔山市，以童话为主题打造的冰雪王国中上百名“00后”大学生化身NPC，装扮成冰雪公主、精灵乐手，在街头快闪表演。“这种体验特别新奇，我们和游客一起创造了一个梦。”一名大学生NPC说。整座城市因此变成沉浸式剧场，文化不再是静态展示，而是可参与、可共创的活态传承。

黑龙江哈尔滨今冬首趟“冰雪旅游列车”11月26日通车。从哈尔滨开往漠河的这趟列车将主题

装饰、文化讲解和趣味互动融为一体，让北国风光在旅途中“动”了起来。新疆喀什更是主打“少雪不寒、民俗浓郁”，160多场民俗活动、文化展演，让游客从早嗨到晚。

随着游客越来越多，胡安什别克·斯兰别克家的毛皮滑雪板生意愈发红火。“我将不断钻研、推陈出新，让古老毛皮滑雪板制作技艺薪火相传。”他说。

从北疆雪原到南国室内雪场，从顶尖运动员到乡村新农人，无数个体的热情与奋斗，共同构成中国冰雪经济的生动注脚。当冰雪不再需要“特意奔赴”，而成为日常的一部分；当文化不再只是展示，而能养活一个村庄、点燃一代青年，这场“带动三亿人参与冰雪运动”的宏大叙事真正落到了实处。

## 新闻一点

### 辽宁面向全国征集冰雪文化创意

近日，辽宁省文化和旅游厅发起“冰雪旅游何以大众，大众冰雪何以辽宁”主题冰雪文化创意征集活动，面向全国公开征集冰雪文化创意，打造具有全国影响力的冬季文旅新IP。

本次征集围绕两大核心议题发力：破解冰雪旅游大众化密码，让玩冰嬉雪成为更多人生活方式；挖掘辽宁冰雪独特基因，打造自带辨识度的地域品牌。

据介绍，活动分为“理论阐释”“创意表述”“独特玩法”3个主题方向。理论阐释，解锁“大众化”路径，围绕冰雪文化传承、冰雪旅游政策优化、文旅融合创新机制、大众化参与路径等核心议题，提交具有前瞻性和实践意义的分析报告或政策建议；创意表述，塑造“辽宁味”品牌，聚焦冰雪品牌传播与形象塑造，让地域品牌声量传遍全网；独特玩法，打造“沉浸式”体验，征集辽宁玩冰嬉雪的传统项目升级方案与创新产品，让大众冰雪从“走马观花”变成“独家记忆”。

此次征集是辽宁提出文旅突出文旅体商融合发展背景下，注重从产业逻辑到传播爆点，从传统玩法到创新体验的冰雪多重玩法。也是这个冬天，辽宁用一场冰雪文化创意征集活动寻找答案的有效途径。优胜者将获赠辽宁冰雪文旅“顶流”目的地门票“全家桶”套餐。（中国旅游新闻网 吴越）

## 声音

冰雪经济的核心层是冰雪运动，包括竞技与大众滑雪、滑冰等，以及冰雪旅游，例如景观游览、节庆活动、主题度假等。其支撑层为滑雪器材、造雪设备等冰雪装备制造，以及艺术展览、影视作品、文创产品等冰雪文化创意。衍生层为交通、住宿、餐饮、医疗救援等配套服务，以及教育培训。

——北京市社会科学院副研究员 王鹏

冰雪经济发展潜力巨大，前景广阔。一方面我国冰雪产业规模持续扩容，消费群体从专业爱好者拓展到家庭、银发族等多元群体；另一方面地域限制被打破，北方依托天然资源巩固优势，南方靠室内冰场开拓市场。再加上5G、人工智能等科技赋能，催生出智慧雪场等新业态，进一步降低了参与门槛。

——中央财经大学副教授 刘春生

未来，冰雪经济需要走出一条科技与文化协同发展的新路。冰雪经济不仅是户外运动或旅游活动，还具有更深层次的需求潜力。例如，瑞士将冰雪经济与极限运动、高端医疗结合，形成独特模式。国内调研发现，冰雪经济可与康养、疗愈经济结合，开发新需求。此外，冰雪活动衍生品与文创产品的结合也值得关注。南京的“百工造物”作为首家打入米兰时装周的非遗机构，为冰雪风情与在地文化的衍生升级提供了借鉴。

——中国社科院大学商学院教授、博导 魏翔