



冰雪经济

点燃冬天的“一把火”

提品质 重体验
冰雪文旅旺起来

■ 本报记者 张兆瑞 刘宇 摄影 吴迪 赵建伟

随着冬季到来,新一年的冰雪季拉开帷幕。去雪场,脚踏雪板飞驰;上冰场,感受滑行畅快,全国各地处处“雪”沸腾。如今,冰雪不仅仅是“速度与激情”的代名词,也预示着文旅消费的兴旺,蕴藏着无尽的商业潜力。天津作为北方重要港口城市和旅游目的地,拥有适宜的气候环境、独特的地理位置和广阔的客源市场,具备发展冰雪经济的良好基础。我市如何拥抱冰雪机遇,将“冷资源”转化为经济发展“热动力”?记者对此进行了采访。

扮演的角色)互动表演,以及烟花秀、大巡游、篝火、电音等主题演艺,丰富游客的游玩体验,也符合时下游客们喜欢拍照、拍短视频的社交娱乐需求。

冰雪主题的加入,不仅给主题乐园带来了客流量,还带来了经营时间等方面的“增量”。美团旅行数据显示,“夜场”“夜滑”使得主题乐园周边的“温泉”“雪服租赁”“农家乐”“24小时便利店/超市”“洗浴足疗”等夜间消费在2024年12月迎来显著增长,部分雪场商圈的夜间本地生活服务消费订单量环比上月增长近14倍。

赛事多 有补贴 冰雪运动躁起来

1月4日早上7时28分,北京北站1站台,G7831次列车满载着500多名乘客开往太子城、崇礼方向。冬季的周末和节假日,往返北京、崇礼的“滑雪列车”几乎趟趟爆满。

作为2022年冬奥会雪上项目举办地之一,张家口崇礼区现已成为国内最热门的滑雪目的地之一。自2024年11月7日起,崇礼区各大雪场陆续开板。据铁路部门统计,2024年11月7日至12月31日,太子城站客流量4.69万人次,崇礼站客流量5.51万人次,合计10.2万人次,客流量总数比去年同期增加8.86%,其中太子城站客流量同比增加31.37%。

“冰雪运动是冰雪经济的核心驱动力,而冰雪赛事则能增强冰雪运动的供给多样性。”蓟州区文旅局宣传科科长刘雄介绍,上个月,京津冀雪上运动会在蓟州区举行。来自北京市平谷区、天津市蓟州区和河北省兴隆县的6支运动员代

表队围绕雪圈保龄球、雪地竞速搬运、雪地足球射门、雪地拔河等比赛项目展开激烈角逐。“接下来,天津市第二十届冰雪运动大会、第十一届全国大众冰雪季(天津分会场)启动仪式都将在蓟州举行。我们将通过‘赛事引领旅游’,带动区域内冰雪经济热起来。”他说。

借着冰雪运动的“东风”,我市不少大型体育场馆也纷纷变身冰雪乐园,推出一系列妙趣横生的游玩项目。位于我市河北区的火车头体育场,搭建了一座拥有11000平方米宽阔冰面的超大型室外陆上人工滑冰场,从高处看下去,宛如一块晶莹剔透的巨大镜面。在这里,初学者可以放心大胆地迈出第一步,慢慢摸索、练习;专业选手也可以放开手脚,尽情展现高难度动作。

记者从天津市体育局获悉,目前我市共建有滑冰、滑雪场地39处,面积超100万平方米。近些年,我市每年冬季还临建天然冰场、人工制冷冰场近20处,满足市民冰雪运动健身需求。为进一步激发天津市民冰雪运动热情,相关部门正筹备发放冰雪运动消费券,共补贴1万个名额,每张消费券最高可获得60元补贴,暂定今年春节前后正式发放。

新场景 新消费 冰雪就业火起来

冰雪经济一连串文旅、体育,增强人们的幸福感和获得感;一头连着消费,创造了许多就业新机会。

10年前,蓟州区下营镇团山子村村民吕楠楠利用自家旧四合院开起了农家院。但一开始,每到冬天,随着周边景区“封山”,他们就进入“猫冬”状态。这几

年,随着吉姆冒险世界开业,冬天带孩子来下营镇玩雪的人多了,吕楠楠的农家院生意越来越好。

“别小看这个乐园,我家就因为离吉姆近,冬季预订量比别人至少高40%。”吕楠楠告诉记者,2023年,她先后投入400多万元,不仅将自家四合院升级为民宿,又改装了一家新民宿。“我现在有两家民宿,一共29间房。今年春节的订房量已经接近五成。”这是她对“冰天雪地也是金山银山”直观而质朴的感受。

这几年,随着滑雪新手玩家纷纷入场,滑雪教练成为应季热门职业。1月5日早上7时30分,滑雪教练高海云早早来到吉姆冒险世界滑雪场,平整场地、整理雪具、倒好热水……“寒假马上就到,我们也要忙起来了。”她笑着介绍,自己原来是一名化验员,因为喜欢运动,2年前转型为滑雪教练。

“滑雪可是一门技术活儿,我还特意到哈尔滨考了教练证。”高海云解释,服务对象主要是零基础“小白”。“10人一组,每组培训10分钟至15分钟,然后就是上道体验。旺季的时候,我自己一天就得教几百人。”她说。另据了解,如果选择雪场里的高阶滑雪教练“一对一”,单小时教学费用为300元至500元。

随着滑雪逐渐成为一项社交技能,不少雪友都喜欢把自己穿越雪场的影像发到朋友圈,也带火了滑雪领域的“随拍”。这几年,“滑呗”App在雪友间流行开来。类似于景区的跟拍,“滑呗”摄影师一般都在雪道的某个转弯处“蹲点”,捕捉滑雪者的精彩瞬间。雪友们只需登录“滑呗”App,找到属于自己的照片,付费购买即可。

不过,随着冰雪消费供给增加,竞争也激烈了。“我们主要是在市内做戏雪广场,在不考虑造雪机投入的情况下,每个场地硬件投入大约35万元。”某冰雪企业负责人章先生介绍,“按一位客人150元计算,单日客流量在300人左右能盈亏平衡。”

据不完全统计,天津市内大大小小戏雪广场由2019年的4家增加到去年的50余家。“面对这种情况,我们除了增加服务,客单价也从150元降到100元。”章先生表示,最令他头痛的还有气温。“天津每年雪季就90多天,但今年气温整体偏高,降温晚,升温估计也早。那么雪季就少半个月,客单价再降,挣钱就有压力了。”他说。

滑雪达人

一套装备3万多元 冰雪上“飞驰人生”

■ 本报记者 岳珊

“看老王这跳跃动作多丝滑,转自由式了!”在雪山之巅开启新年首滑,天津滑雪达人王东津兴奋不已。同伴的夸奖令他回忆起自己从新手到高手的滑雪运动经历。

对王东津而言,滑雪不仅仅是一项运动,更是一种生活态度。“我这套滑雪板、滑雪服、头盔和护目镜……总共花了3万多元。”每年的冰雪季开始前,他都习惯对自己的滑雪装备进行一次全面的审视和升级。

“我最爱的滑雪开启新年,格外有意义。一开始我会选择周边比较平缓的练习场,热身的同时,也为新赛季的技术提升打基础,逐渐向难度更高的雪道进发。我喜欢一步步突破自我的感觉!”他说。

过去几年,为了滑雪,他从天津跑到新疆,除去雪具的支出,还有雪票、房租等成本。“上个雪季,我几乎把阿勒泰四大雪场滑了个遍,熟练换刃后,再升级去大雪场,更能体验在大自然中畅滑的乐趣。”作为雪场的常客,他做了对比攻略:将军山滑雪场食宿行都方便,从市区到雪场只需要10分钟;但要论雪道的丰富程度,禾木吉克普林国际滑雪场是心头好,雪道丝滑,就是开车比较久;可可托海滑雪场可玩性高,夕阳美,但住宿主要都在山下,开到山上要近1小时,盘山公路冰多易打滑。

“今年我准备去心仪已久的张家口,争取一早就去!”说起京津冀及周边区域滑雪度假,王东津认为崇礼区值得体验,高铁、自驾都方便,“和往常一样,我准备继续住滑雪酒店,到当地选择租车。雪友告诉我,张家口云顶大酒店是真正的滑进滑出酒店,雪场的缆车和吊椅都是加热的,这可不是每个雪场都有的配置。”

对于假期不太充裕的雪友来说,如果周末临时兴起想去滑雪怎么办?他算了一笔账,玉龙滑雪场的雪票以及住宿成本核算下来,也颇具性价比。“周五下班从天津市区就可以直奔蓟州区,度过一个滑雪小周末。雪场周边住宿方便,民宿种类也很多。”正如王东津所说,如今不断优化的餐饮住宿、温泉康养、户外休闲等业态场景,让滑雪爱好者们在家门口也能度过欢乐的冰雪旅程。

通过全方位的规划,他不仅享受着滑雪带来的“速度与激情”,更在冰雪经济的大潮中,找到了属于自己的那份纯粹与快乐。“滑雪既提升了我的生活品质,也丰富了我的精神世界!我喜欢这样的‘飞驰人生’。”王东津兴奋地说。

专家观点

冰天雪地 也是金山银山

南开大学旅游与服务学院院长 徐虹

国家体育总局数据显示,自北京冬奥会成功举办以来至2024年4月,全国居民冰雪运动参与人数达到3.13亿人。“三亿人参与冰雪运动”的目标已从愿景变为现实,冰雪产业也从“冷资源”转为经济“热动力”,成为推动地方经济转型发展的重要引擎。

近年来,天津在冰雪经济上持续发力,不断提升场地服务品质、组织冰雪运动赛事、打造精品冰雪活动。未来,我市应进一步聚焦“四力”,持续推动天津冰雪经济高质量发展,让“冰天雪地变成金山银山”。

一是强化冰雪产品“吸引力”。天津属于温带季风气候,雪季相对较短,一定程度上限制了冰雪项目的开展。未来可进一步尝试利用现代科技手段,加大建设室内滑雪场、冰雪主题乐园等,打破季节限制,实现全年冰雪体验。

二是扩大冰雪品牌“影响力”。天津虽然拥有一定的冰雪资源,但在华北地区乃至全国范围内,其冰雪品牌的辨识度相对较低,缺乏具有标志性的冰雪品牌产品。未来,天津可以打造差别于东北地区与华北地区的城市型冰雪旅游品牌,将地域文化元素融入品牌塑造中,巧妙结合天津的非遗、美食、购物等其他旅游资源,设计具有天津特色的冰雪“泥人张”、冰雪“木版画”等,增强品牌的独特性和吸引力。

三是刺激冰雪旅游“消费力”。目前天津的冰雪旅游产品主要集中在传统的滑雪、滑冰等体育活动中,缺乏多元化的冰雪娱乐和文化体验项目,对游客缺乏足够的消费吸引力。未来,可以构建多元化消费体验场景,增强冰雪运动赛事活动的多样性和供给力度,推动冰雪项目竞赛表演产业的繁荣发展。

四是提升冰雪项目“服务力”。由于天津并非传统的冰雪旅游目的地,在大力发展冰雪经济产业过程中,服务人才、服务设施、服务标准化等方面仍存在较大的发展短板。未来,应加强对滑雪教练、冰雪装备维护人员等关键岗位冰雪项目服务人员的专业培训力度与资质审核认证,提升其专业技能和意识。同时,在全市范围内,建立健全冰雪旅游服务的统一标准和监管机制,推动服务标准化建设。

滑雪俱乐部

从“尝鲜”到“专业” 让“小白”少走弯路

■ 本报记者 张兆瑞

近两年,随着参与冰雪运动的人越来越多,滑雪俱乐部作为冰雪经济产业链的一环,正在冰天雪地中崛起。

2019年成立的SNOWWAY(雪之道)俱乐部,在我市南开区、河东区、武清区和宝坻区有4家门店,主要聚焦京津冀客群,面向青少年和成人提供滑雪教学与服务,至今已吸引数万人次参与冰雪运动。

“我们的模式是平日用室内模拟机训练,然后冬季上雪。”俱乐部创始人李贵民介绍,零基础起步的雪友,一般室内学习20课时至30课时就能上雪了。

记者在采访中发现,滑雪俱乐部的业务范围不仅涉及雪场、装备,还涵盖了

住宿、餐饮和电子产品等领域。

“仅对滑雪而言,选择旅行社不如选择俱乐部。交通、住宿我们都能自己解决。我们拿到的雪票价格也更低。”说话间,李贵民指着前台陈列的一排运动相机说,“像大疆这样的品牌,也主动找到我们合作。”

“我的第一套滑雪装备就是从俱乐部买的。”我市和平区消费者刘伟告诉记者,市内专业的滑雪装备商家一只手数不过来,因为这类商品单价高、销量低,消费群体太小众,“索性就让俱乐部教练推荐一套‘入门级’的,以后自己再慢慢升级。”

不过,李贵民表示,他们现阶段不太希望俱乐部过于商业化。“因为天津



滑雪俱乐部的业务范围不仅涉及雪场、装备,还涵盖了住宿、餐饮和电子产品等领域。

市场目前依然处于冰雪运动普及期,零基础的会员较多。”据他介绍,现在青少年参与冰雪运动热情很高,SNOWWAY青少年滑雪队在2023年只有不到10

人,去年已经发展到60人了,今年有望达到120人以上。他希望通过自己的努力,让更多的滑雪“小白”,不论是买装备、学滑雪还是选雪场,都能少走弯路。