冰雪经济滑上『高级道』

开发新项目 开拓新场景

夜幕降临，黑龙江哈尔滨冰雪大世界彩灯亮起，冰城堡、雪雕群流光溢彩，游客们或拍照打卡，或体验项目，冷空气中回荡着笑声与欢呼声。2026年1月1日，哈尔滨市共接待游客140.5万人次，同比增长11.4%。

“尔滨热”映射着我国冰雪经济的蓬勃发展。2025年12月，国家体育总局发布的《中国冰雪经济发展报告（2025）》显示，2016—2024年间，我国冰雪产业规模从3647亿元跃升至9800亿元，年均增幅达到21.09%，预计2025年将突破万亿元大关。我国冰雪旅游人次已连续3个冰雪季超过3亿人次。

当下，冰雪经济有哪些新特点？又在发生哪些变化？记者深入多地进行探访。

国产品牌崛起 产品供给上新

“国产滑板，碳纤维制造，轻巧还好用！”吉林省吉林市，中旅松花湖度假区内，小游客唐闻昊接过希飞品牌工作人员递过来的滑雪板单板说。

小朋友惊叹于轻量化，家长则对比起价格，“同为碳纤维雪板，价格却不到国际品牌的一半，很有吸引力”。

吸引目光的国产滑雪板，来自离滑雪场不远的吉林化纤集团有限责任公司。作为国内碳纤维行业大型企业，吉林化纤集团近年来瞄准冰雪装备市场，发挥产业链优势，研发碳纤维滑雪板。

“‘希飞’是吉林化纤集团的注册商标。我们从2023年开始研发碳纤维滑雪板，品质对标国际一线品牌，价格更亲民。”吉林化纤集团销售中心市场开发处副处长周志有介绍，碳纤维雪板重量轻30%，强度却是普通雪板的3到5倍，能耐受更大冲击力。

滑雪场内，从外国品牌装备居多，到如今国产品牌崛起；滑冰场上，赛场内外均可见锃亮的国产冰刀……越来越多的国产装备受到消费者认可。吉林省加快培育冰雪装备器材产业，支持骨干企业品牌建设，建设冰雪装备产业园，力争到2030年，冰雪装备器材产业产值超过50亿元。

在吉林省冰雪运动重点实验室主任、东北师范大学教授刘俊一看来，冰雪装备市场前景广阔，“目前，不少国产品牌深耕技术，根据运动员习惯等要素打造冰雪装备，像冰刀等部分产品性能已经达到国际一线水平，目前发展难点主要在如何提高市场认可度”。

周志有对此深有同感，“有了技术积淀，今年我们开始在产品设计和销售上发力”。设计上，融入“中国风”，体现年轻化，雪板涂装可见京剧等元素；销售上，积极开拓市场，开设新门店、入驻滑雪场。

长春圣威雅特服装集团有限公司同样看中冰雪装备赛道，在冰雪服装制造上探新路。在滑雪服设计上，融入品牌标识、白山黑水纹样、四季雪花与冰雪赛道图案，打造具有地域特色的视觉语言。“性能满足大部分场景使用需求，眼下最重要的目标是打造品牌。”圣威雅特董事长陆小枚说。

专家表示，我国已经形成15个大类冰雪装备器材产品体系，基本覆盖了从头到脚、从个人到场地、从竞技竞赛到大众运动全产业链的冰雪装备器材。国产装备在新材料和智能技术应用的推动下，正从代工向自主研发和标准制定转型，为整体产业增长提供重要动能。

呈现“北雪南展” 运营模式出新

四川成都，夜间的西岭雪山滑雪场在主灯的照耀下十分明亮，滑道旁安放的彩灯像星星一样，极具氛围感。来自粤港澳大湾区的游客李吉祥正玩得不亦乐乎，“夜里灯光铺满雪道，滑行时仿佛在星空穿梭，体验很新鲜。”

李吉祥是滑雪爱好者，经常去各地雪场打卡，他说：“攀登雪山、在专业雪道滑行，我都体验过，很期待看到雪场的新变化。”

不久前，西岭雪山滑雪场开放夜间滑雪，打造了西南地区首个“白昼多元体验+夜间沉浸滑雪”运营新模式，吸引不少游客。

专家表示，中国冰雪经济的区域发展呈现出“北雪南展”的特点，打破了气候与地域的传统束缚。在南方，通过建设人工“城雪”等基础设施，广州、成都、深圳等地的大型室内雪场常年运营，成为都市休闲与专业训练的热门目的地，其中近半客源来自温暖的粤港澳大湾区；全国新增室内滑雪场大多布局在长江以南。

相比冰雪资源丰富的北方城市，南方城市又如何形成自己的竞争优势？答案就是：创新巧思、错位竞争，开发新项目、开拓新场景。

“放低脚跟，向正前方踢腿，挥镐支撑……”走进位于四川成都未来科技城的室内攀冰馆ICE PANDA，冰镐敲击冰面的清脆声响此起彼伏，身着冲锋衣的攀冰爱好者们正在教练的指导下享受着攀登冰峰的乐趣。

“攀冰是一项融合了力量、技巧与勇气的极限运动，既考验体能，又具有观赏性。”场馆总经理李昶郴介绍，作为全国首条地铁直达的室内攀冰馆，馆内设有约12.5米高的专业级冰壁，涵盖从60度冰坡到90度垂直冰壁等多种坡度挑战区域，新老玩家都能在这儿找到合适的场地。

攀冰馆的开业是冰雪细分赛道的生动例证。“相比户外攀冰动辄数万元的装备投入和差旅成本，城市场馆大大降低了体验门槛。”攀冰爱好者蒋寿坦言，“成都周边雪山众多，攀冰是攀登雪山过程中的重要一环，先在室内练好技术再奔赴户外雪山，这种‘室内+户外’的衔接模式格外便捷。”

在成都，随着技术迭代升级，冰雪产业正突破地域与季节的双重限制，成为新潮的城市生活方式。新都区尖锋旱雪四季滑雪场，依托我国自主知识产权的“金针菇旱雪”技术实现冰雪运动户外四季常态化开展；在彭州全民健身中心，成都版“阿尔卑斯山滑雪场”即将亮相，中心配备有西南地区最长的旱雪滑道、网球场等多种体育设施，“屋顶滑雪驰骋、楼下挥拍运动”将成为当地群众的日常体验。

截至目前，成都已有冰场、雪场18个，各类冬季项目场馆60多处，参与冰雪运动人数超200万人次。

业态布局丰富 消费体验刷新

往远看，雪山绵绵；往上看，天空湛蓝。傍晚“蓝调时刻”，一群身着特制防寒防水服的游客，惬意地漂浮在冰封湖面上，浸润于静谧的蓝色之中。游客们摆出创意姿势，无人机升空，记录下这一刻的浪漫。

这是新雪季以来，新疆阿勒泰在全国率先引进的冰雪体验项目——冰浮。阿勒泰市极地冰浮旅游信息工作室负责人程厚介绍，这个旅游项目主打融入自然、放松身心，通过在封闭的冰湖上凿出切口，游客可以漂浮在湖面上，享受冬日独特的诗情画意，“营业以来预约非常火爆，深受年轻人的喜爱，预计整个冬天能接待游客1万人次。”

这些年新疆冰雪经济蓬勃发展，但也存在一些短板——冰雪旅游业态单一、同质化严重，“家底”很厚，但挖掘不够。如何用好资源优势，提升冰雪经济发展质量？

近年来，新疆持续加大冬季旅游政策支持力度，不断丰富冰雪产品业态，着力打造冰雪旅游品牌。以阿勒泰地区为例，除了冰浮，还新增冰钓、冰雪主题乐园、骑马踏雪等项目，滑雪场引入热气球、滑翔伞、雪地摩托等项目，“滑雪+”不断扩容，冰雪旅游产品供给持续丰富。

夕阳隐匿地平线之下，天边泛起粉红，阿勒泰将军山国际滑雪度假区的山顶，一场“夕阳派对”火热开场。将军山国际滑雪度假区市场营销经理张琪介绍，如今的滑雪场早已不是只有滑雪一个项目，游客还可以登上热气球等低空看雪，乘坐缆车到山顶“蹦迪”。不断“上新”的业态助推滑雪场接待游客数量实现快速增长。新雪季以来，截至2025年底，将军山国际滑雪度假区累计接待游客46万人次，同比增长52%。

视线从新疆最北部的阿勒泰地区转到最南部的和田地区，茫茫塔克拉玛干沙漠边缘，一座座依托沙丘缓坡地势修建的滑雪场拔地而起，沙漠与冰雪的反差碰撞，给游客增添了新奇体验。

这个雪季，新疆推出500余场特色文旅活动，发放4.5万张冰雪旅游消费券。2026年元旦假期，新疆共接待游客168.38万人次，游客总花费15.32亿元。

据2026年1月21日《人民日报》