

# “十四五”期间,冰雪产业产值要突破300亿元 四川驶入冰雪运动“黄金赛道”



大型系列报道

冰雪之上,四川火热。

5位选手亮相北京冬奥会,两名选手闯入决赛,不到3年时间,四川冰雪运动完成了从无到有、从零开始筹备到参与冬奥会并闯入决赛的“三级跳”。谷爱凌、苏翊鸣等冰雪健儿不约而同选择在四川训练,也将四川冰雪运动中的“黑科技”推至大众眼前。

在奥运赛场上,冰雪运动也正在走入更多寻常百姓家。以2019年启动的四川“全民健身冰雪季”为例,在不断增加的活动形式和内容下,至2021年第三届结束,已实现当年线下服务600万人次、线上互动3000万人次的规模。眼下,该活动正向着每年线下服务800万人次的目标稳步迈进。

事实上,四川体育“十四五”发展规划明确,要建立“组织、保障、联动、竞赛、交流、产业、宣传、考核”8个体系,实施“冰雪运动跨越发展成为西部第一、夺取冬季奥运会1枚金牌、每年群众参与冰雪运动1000万以上、冰雪产业产值突破300亿元”的冰雪运动“18113”发展战略。

作为全球低纬度冰雪观光旅游资源最富集、中国南方最适宜冰雪运动旅游的地区,在四川,从提高冰雪运动的竞技水平,到冰雪运动普及度大幅提高,得天独厚的冰雪资源中正延伸出一条条产业链,不断加持的科技力量正丰富着冰雪运动的发展载体,加上“北冰南展、西扩东进”等国家整体战略加持,毫无疑问,四川已驶入冰雪运动“黄金赛道”。

## 新·IP

### 进击的四川冰雪运动

2月8日,国家体育总局局长苟仲文致电,感谢四川和成都对谷爱凌成功夺得北京冬奥会自由式滑雪女子大跳台金牌作出的重要贡献,并专门指出谷爱凌最后制胜的一跳是在成都训练的成果,是四川省、成都市精心保障的成果。

以此延展,冰雪之上,四川正在绘就更大的蓝图。

此前发布的《四川省冰雪运动发展规划(2016—2025年)》明确,要全面推进冰雪运动发展战略,以2022年北京冬奥会为契机,以成都、绵阳、广元、巴中、阿坝、凉山等为引领,深入挖掘川西、秦巴山区冰雪资源,带动其他有条件的地区协同发展,形成引领带动、多点扩充的发展格局。

目标的设定,是从过去延展至未来。

清华大学体育产业发展研究中心主任王雪莉曾指出,中国冰雪产业发展正经历从“1”到“N”、从基础设施完善到产品服务升级、从增加消费者数量到提升消费水平和消费体验、从产业链完善到产业价值链实现的积极向好的发展过程。

纵观四川冰雪运动发展,也正经历着从以“发展普及”为导向的“1.0”时代,到以“释放产业效应”为导向的“2.0”时代,再到以“反哺城市能级跃升”为导向的“3.0”时代。在我国冰雪运动“南展西扩东进”的战略下,四川正肩负着让该领域的竞技水平“西部崛起”、群众基础更加坚实、产业体系多点扩充的使命。

而四川也总是能带来别样的惊喜。



▲位于阿坝州的双桥沟,每年冬季都会吸引众多攀冰爱好者前来学习、培训和体验。

◀游客在广元曾家山滑雪场玩雪。图据四川省文旅厅官微

在竞技项目上,5位选手亮相北京冬奥会,两名选手闯入决赛,四川冰雪运动已实现3年内“三级跳”。在此之前,在第14届全国冬运会上,四川代表团取得了4金、12银、9铜的良好成绩。

显然,体育赛事已成为四川冰雪运动联结世界的新IP,与之相对应的“群众基础”也正在叠加,一组数据可以给出“流量”佐证。

据《2020中国滑雪产业白皮书(暨2020—2021雪季财年报告)》显示,2020/2021雪季财年,四川共有99万人次参与滑雪运动,参与人数位居全国第六位、南方省份首位。而在前一年,四川参与滑雪运动的人次仅52万,一年之内,几乎翻了一倍。

除了参与滑雪运动的人数近乎翻倍,在携程公布的“全国冰雪爱好者城市狂热度排名”中,成都跻身第三位,并在“冰雪目的地搜索热度及增幅”中排名第二。

从专业到大众,从室内到室外,从科技到人才,毫无疑问,在新的发展格局下,四川冰雪运动正一路进击,肩负起更大的目标与使命。

## 新·载体

### 人造与自然雪场“两开花”

四川发展冰雪运动的载体是什么?有气候、高原、冰川和雪山这些得天独厚的先天条件,也有室内雪场、科技加持下的丰富多样。因载体的丰富多元,冰雪运动在四川正焕发出不同的时代魅力。

首当其冲的便是打破季节和空间限制,一年四季都有雪可滑的室内雪场正在崛起。整体来看,2015年,北京申办2022年冬奥会成功后,南方冰雪场馆建设进入高速发展阶段,以秦岭淮河为南北分界线,南方滑雪场主要集中在浙江、江苏、重庆、湖北、四川,同时自然雪场也“墙外开花”,成为新的冰雪旅游目的地。

数据显示,目前,四川已形成47个冰雪观光旅游区、16个滑雪场以及100多处

温泉旅游景点。

在室内滑雪场中,按雪区面积大小排名,全球排名前十位的室内滑雪场中,中国已占据了半数。其中,雪区面积排名前三的室内滑雪场全部在中国,分别在哈尔滨、广州和成都,成都融创雪世界是全球最大的室内滑雪场之一。

在室外滑雪场中,四川幅员辽阔,区域跨度大,有丰富的冰雪资源,如西岭雪山、海螺沟、达古冰川、四姑娘山等。这些地方降雪量大、雪期长,开展冰雪运动有得天独厚的条件。例如,被誉为“雪山下的公园城市”的成都,拥有我国南方规模最大的高山滑雪场之一——西岭雪山滑雪场,这是首批12个国家级滑雪旅游度假区中的南方“独苗”。这些地方的温度和海拔相对适宜,更容易让游客接受,这些都为冰雪项目的开展提供了硬件设施。

有场地,还有科技。赛前吸引谷爱凌、苏翊鸣等冰雪健儿前来训练的,是位于成都新都的先锋早雪四季滑雪场,这里有着簇簇整齐排列的芽状“雪”,由特殊塑料制成。据悉,其触感、声音和滑行体验能达到90%的真雪模仿度。如今,这种早雪毯已出口到美国、日本、奥地利等10余个国家和地区,并在中国南京、佛山等多个四季滑雪场投用。

值得注意的是,四川早已布局冰雪运动后备人才培养体系。《四川省冰雪运动发展规划(2016—2025年)》明确,以备战2022年冬奥会和全国冬运会为契机,建立校园冰雪与社会培训机构相互贯通的人才培养体系,打通冰雪运动项目和夏季运动项目后备人才的培养渠道,鼓励人才共享。2018年起,成都、绵阳、广元、巴中、阿坝、凉山等市州开展冰雪运动项目人才培训试点工作。

眼下,四川大约有20所全国青少年校园冰雪特色运动学校、10余所北京2022年冬奥会和冬残奥会奥林匹克教育示范学校。场地、科技、人才的保障下,极大推动了冰雪运动的普及。

## 新·业态

### 打造冰雪运动消费新场景

随着冰雪运动的普及,一张滑雪票的背后有着一个消费市场,一套冰球装备中蕴藏一条产业链条,一个冰雪小镇更映照一种发展模式。

公开数据显示,自2015年北京申办冬奥会成功以来,中国已初步形成以冰雪场地设施建设运营为基础,冰雪大众休闲健身和竞赛表演为核心,以冰雪体育旅游为带动,冰雪装备制造为支撑的冰雪产业体系。截至2021年10月,中国冰雪运动参与人数为3.46亿人,居民参与率达24.56%。到2025年,国内冰雪产业总规模预计将达1万亿元。

其中,南方城市正成为“拼图”中的重要一块。

去哪儿网1月份发布的《冰雪游经济报告》显示,在冰雪旅游客源城市前十名中,有5个是南方城市,包括杭州、广州、重庆、上海、成都。一次包括机票、食宿、雪票、教练费用的“从南到北”滑雪之旅平均花费近7000元。可见,“南方人滑起雪来,比北方人更舍得花钱”的说法并非玩笑。

落到四川,长久以来,四川人向来敢想、会玩,乐观包容,对文化的需求一再升级,对业态就有了更多塑造。在成都,滑雪过年成为新风尚,今年春节期间,成都周边用户预订滑雪的比例达到85%。对此,成都市体育局相关负责人表示,成都世界赛事名城建设提供了更多冰雪运动空间,越来越多的成都人有机会接触到这类运动,这是冰雪运动热的重要原因。

下一步,成都还将继续开展多种形式的冰雪活动和冰雪比赛,打造冰雪运动消费新场景,鼓励投建冰雪运动场馆、培育冰雪竞赛表演市场,引进培育更多冰雪项目……将冰雪运动打造成为成都旅游的新热点。

类似的还有阿坝州。早在2019年,阿坝州就明确提出,要以2022年北京冬奥会为契机,大力发展冰雪运动,破题“让淡季不淡”。具体包括,每年力争开展大众冰雪赛事活动10次以上,有条件县(市)要依托当地自然、民俗和人文资源,发展形式多样、富有地域特色的冰雪健身项目,条件较好的茂县、理县、黑水、小金要努力培育2—4个在国内外具有影响力的特色品牌活动。

从现在到未来,四川冰雪运动的蓝图正在舒展铺开。当“冰雪运动”真正深入到市民生活的神经末梢,会自发适应不同的生活方式,催生新的生活时尚。冰雪之上,仍是烟火人间,却已然迸发出别样的绚烂。

华西都市报-封面新闻记者 杜江茜