



银,电视机前的人们也燃起了奔赴冰 雪之旅的热情。"工欲善其事,必先利 其器",最先火起来的相关产业就是冰

-件"谷爱凌同款"卫衣。在安踏天猫 官方旗舰店的首面 这件2022年冬晚 会特许商品国旗款3D 立裁卫衣销售 火爆。她的男友说,抢不到"冰墩墩", 那就先买一件国旗服感受冬奥气氛。

无论是搜索"谷爱凌",还是"滑 ", 电商平台上出现在首页的几乎都 日,阿里巴巴发布的《虎年春节消费趋 势报告》提到,北京冬奥会开幕当晚, '冬奥开幕式中国队服装"就登上淘宝 点搜,安踏天猫官方旗舰店的羽绒服、 卫衣销量环比上周大幅提升。此外, 从除夕到正月初四,天猫滑雪装备同 比增长超180%,冰上运动品类商品同

京东平台春节期间消费数据则显 示,滑雪运动类商品整体成交额同比 增长322%,其中滑雪面罩成交额同比 板、滑雪服、滑雪鞋等也都取得了较高 增长:冰上运动类商品整体成交额总 比增长达430%,其中花样滑冰鞋、速 幅分别达553%、420%、368%。

在线下,冰雪装备的销售也十分 火爆。昨天下午,记者在迪卡侬五角 场店看到,摆放着手套、帽子、雪镜、头 盔、雪鞋等滑雪小件装备的区域围着 不少消费者,其中不乏为孩子洗购商 品的家长。"我女儿天天看冬

冰。"市民钱先生告诉记者, 在商场里的滑冰场小试牛厂 后,女儿提出想拥有一双自己 內滑冰鞋,所以带她来选购。

"春节期间,迪卡侬上海的 水雪运动销售增长超100%。上 海人对滑雪的热情非常高。从成 滑雪消费全部进入全国前五。"迪 卡依中国冬季运动发展总监杨仲骁 兑,目前,滑雪头盔、雪镜、雪服、手

滑雪鞋等硬件装备增长最为显著。 他告诉记者,上海消费者倾向干 验,除了滑雪基础刚需的雪服,越来越 冰。从2019年在TX淮海开出全国首 多人冼择购买属于自己的雪板、雪镜、 店开始、SNOW51城市滑雪一站式空间 护具等全套装备。"年轻的消费者更倾 已在上海开出16家门店,颠覆了人们 对冰雪运动的刻板印象,让更多人在 品,尤其青少年市场消费需求巨大。" 都市商圈中学会了滑雪。

本报记者 陈梦泽 摄

雪装备,到排队进场的冰上中心,再到冰雪赛

纷站上北京冬奥会领奖台,他们用实

力证明,你永远可以相信年轻人。与

此同时,城市里的年轻人用实际行动

证明,南方人的滑雪热情绝不亚于北

方人,并开始将滑冰踏雪作为"社交货

币"。从室内滑雪场到室外直冰场、上

海市中心商圈的"冰雪天地"逐渐打破

了"白色运动"的时空局限,一个潜力

SNOW51的年卡会员,昨天中午,她在

App上预定了SNOW51 兴业太吉汇店

的一节滑雪课,下午2点半就站在门店

的滑雪机上了。她的目标是脚踩单板

站上真雪场的高级赛道,漂亮且安全

高山滑雪模拟训练台, 里雪道, 健

"夫滑雪吗? 走!" 90 后的 Ivon 是

巨大的冰雪消费市场开始形成。

"从3岁小孩到70岁奶奶,都是我 们的会员。"SNOW51兴业太古汇店的 店长张朋是"天生"会滑雪的黑龙江 人。他告诉记者,这家1月28日刚刚 试营业的新店,借冬奥会的"东风"开 业即火,春节小长假期间的课程都报 满了。"冬奥会开幕以来,我们各家门 店的到店人次、体验人次和签单转化 为会员的数量都有惊人的提升,相比 去年同期翻了一番。"SNOW51副总裁 朱骥告诉记者,从上海起步,SNOW51 已经在北京、深圳和宁波开出门店,并 计划借助冬奥热度加速拓展,以上海 为重心,到今年年底突破50家门店。

市广场,一片约600平方米的户外冰场 吸引了很多市民游客。"教练,请拿两 双31码滑冰鞋""滑冰助手在哪里领 取?"昨天下午,家住浦东新区浦三路上 的欧阳女士陪着双胞胎女儿走上冰场, 玩得不亦乐平。"周末、天晴的日子,体

> 验者需要排队等候。"滑冰场 工作人员翁杰介绍说,这是上 海户外最大的滑冰场,吸引 了不少亲子家庭、白领青 年,还有一些选购"东方明 珠电视塔观光+滑冰体 验"套票的游客。

去年年底,外滩金融 中心也在北区喷泉广场 打造了一片约200平方 米的真冰冰场,记者在 即场看到,在冰场上, 有推着用来帮助平衡 的塑料企鹅慢慢滑 行的儿童,有灵动雀

跃的青少年,还有用

相关负责人介绍说,每个周末,冰场还 会上演幻影灯光表演,吸引更多市民 游客走上冰场一试身手。

宿等联动消费,足够的想象力加上较强的"落

国家统计局相关数据显示,截至 2021年10月,全国冰雪运动参与人数 达到 3.46 亿人,居民参与率达到 24.56%。逾四成参与者近一年内参与 过冰雪运动,近四成参与者表示每年开 展1到2次冰雪运动,近三分之二的受 访群众表示愿意参与冰雪运动。同时, 参与讨冰雪运动的受访群众中,选择 "娱乐休闲"的比重最高,达到70.35%, 其次为"强身健体"和兴趣爱好。

"冬旅"升温 说走就走

2月7日,上海"摘星"跨省团队游 重启,近百名滑雪爱好者飞赴吉林长 白山,体验冰雪运动乐趣。记者从沪 上多家旅行社获悉,北京冬奥会成功 举办掀起了冰雪旅游热,上海已经成 为我国冰雪旅游主要客源地。

和很多滑雪爱好者一样, 上海市 民徐佳蕾一直在筹划一场"说走就走" 的滑雪主题游。出生成长在南方的 她,2014年初冬去亚布力自由行,购买 一份当地深度游套票,包含一张4个小 时的滑雪体验券。"第一次体验滑双 板,4个小时,我不停地摔跤。"徐佳蕾 可想起第一次进滑雪场的情景,忍不 住笑出声。体验时间结束,不服输的 她又购买了一张4个小时滑雪券,直到 雪场关门,也没学会如何保持身体平 衡。此次旅行结束时,她便下定决心: 一定要学会滑雪。

后来.她走进崇礼滑雪场。"那段 时间,我每天练习滑雪超过8个小时, 不仅学会了滑雪技巧,还可以独自从 雪山上滑下来。"徐佳蕾回忆道,此后, 每年滑雪季,她会去雪场享受自由"飞 翔"的乐趣,也因为自己掌握新姿势、 技能而快乐。"滑雪是一项容易让人上 瘾的运动。"徐佳蕾说道,这项运动教 折,收获不期而遇的惊喜。

■ 坐落在商场里的闵行世纪星冰场

本报记者 李铭珅 摄

吸引了不少市民前来体验滑冰

春节至今,上海游客预订滑雪的 订单量与去年同期相比增长56%;以 东北三省为目的地的机票预订,同比 增长超5成。携程门票大数据显示,滑 雪游客越来越年轻化,90 后用户成为 绝对主力,占比超4成;周边滑雪人均 花费略高去年15%,越来越多的游客 愿意尝试教练服务、愿意购买"滑雪+ 洒店""滑雪+温泉"套餐:同时,越来越 多的游客愿意购买滑雪时长更高的深

从去年12月下旬至今,今冬上海 游客最喜爱冰雪游的目的地有安吉、 吉林、杭州、无锡、成都等,松花湖滑雪 场、云上草原滑雪场、大明山万松岭滑 雪场、无锡融创雪世界、西岭雪山等雪 场受到上海游客的追捧。"节后长白山 '机票+酒店'同款产品,与游客自行预 降。"春秋旅游副总经理周卫红介绍, 2月24日,春秋旅游将干长白山将举办 首届"长白山冰雪嘉年华"主题活动 预计将有超过400人参与其中。

不管是去滑雪场滑雪, 体验速度与 激情: 还是常冰灯、冰雕, 在冰雪乐园嬉 雪……冰雪旅游下衍生出越来越多的 北大湖等集滑雪、度假为一体的滑雪 场地订单量爆发式增长。中国旅游研 究院发布的《中国冰雪旅游消费大数 据报告(2022)》显示,在北京冬奥会 激下,全国冰雪休闲旅游人数从 2016-2017 冰雪季的 1.7 亿人次增加 到 2020-2021 冰雪季的 2.54 亿人次, 预计2021-2022冰雪季我国冰雪休闲 雪休闲旅游收入有望达到3233亿元。

职业教练、参与项目和场地不断增加

支出不菲 专业培训仍受青睐

东进"战略的实施,加之北京申办冬奥会 成功的推动,冰雪项目魅力"出圈",在上 海的青少年群体中逐渐火热起来,同时

通过政府投入、社会力量的共同助 力,上海冰雪场地的版图不断扩大。 截至目前,上海共有冰场14块、室内 8条,各类冰雪运动分布干13个区、4 所高校。一批北方退役冰雪运动员来 上海发展,一批有代表性的冰雪俱乐 军和全明星等,基本是以社会化发展 为主。与此同时,全市开展的冰雪运 动项目也逐渐丰富,包括短道速滑、花 样滑冰、冰球、速度滑冰、冰壶、雪车、

满的。最忙的时候,她甚至要在冰场上 待到晚上10点多,才能宣布下课。多年 前,马晓军从中国女子冰球队退役,成为 上海市男女冰球队主教练,见证这一冷 门、小众的运动逐渐为人所知。

"北京申办冬奥会成功后,上海的冰 雪运动氛围就起来了。"她告诉记者,随 后,他们对冰球、冰壶、花样滑冰、短道速 滑等冰雪运动的喜爱和认知更加深刻。 六十支队伍,可以打各个年龄组别的联

备几乎是最贵的,从冰球鞋、冰球刀、护 具到冰球杆等,全部配齐差不多要万把 块,其中不少还是消耗品。此外,还有课 程费用。"冰球的课程费用和网球、击剑 差不多,如果训练频次比较高,每周上五 到七次课,则每月可能需要8000元到 10000元。如果训练频次少,每月也要 花费三四千元。"记者了解到,为和国际 接轨,大部分孩子都会同时接受大课和

还有打比赛。寒暑假加上法定节 假日,孩子们要到处打比赛,在疫情发生 之前,出国参加国际比赛的机会也不少, 一大一小甚至两大一小的差旅费动辄几 万元。尽管支出不菲,但为了出成绩,很 多孩子都不会缺席大赛。

"上海的冰球运动没有走入体制,孩 子们从小在俱乐部打球。有些人想走职 业冰球道路,就会申请去北美国家上高 中,参加青年联赛。还有一些孩子则以 此为'敲门砖',升入了海外名校。"马晓 军表示,中国冰球要想推广普及、提升实 力,加强国际交流是有效手段。这些从 小学习冰球的孩子们在上海打下了坚实 的基础,经过海外学校体教结合的训练, 再回国效力的例子也不少。即便没有走 上职业道路,他们对冰球的热爱也能转 工作,甚至可以自己做赛事、做俱乐部。 相信经过几代人的努力。上海冰球的氨 围会越来越好,冰雪运动的群众基础也

北京冬奥会成功举办为冰 雪运动繁荣发展带来了重大机 遇,对中国与冰雪相关的多个 产业发展产生极大推动作用。 上海财经大学商学院文旅研究 中心主任、教授何建民表示,冰 雪运动将释放出强大的经济热 效应,值得期待。

看着运动健儿们在冬奥会 的赛场上争金夺银,很多人纷 纷走进冰雪场馆,体验逐冰戏 雪的乐趣,体验新的休闲运动 方式,有望填补并丰富全季运 动产业链。"冰雪运动推广普 及,有利于满足人们不断增长 的美好生活需要,促进消费提 质升级。"何建民表示,2021年 我国人均 GDP 为 8 万元人民 币,结合去年全年人民币和美 元的平均汇率,我国人均GDP 折合1.25万美元。这也意味着 中国人的消费力量获得了巨大 增长,为冰雪运动发展奠定了 坚实的群众基础。

《上海市体育发展"十四 五"规划》提出到2025年,全市 冰雪运动俱乐部达到30家,年 参加冰雪运动人次达到200 万。上海市冰雪运动协会会长 严家栋介绍道,随着可选择的 场地、项目越来越多,冰雪运动近 年来正走进更多上海市民的生活 中,这五年内上海参与冰雪运动人

次快速增长。 "参与冰雪运动人次

快速增长,也得益于科技进 步。"严家栋表示,近五年,上海 模拟滑雪机数量增长了5倍 3. 冬奥会场馆采用从工业房 气中收集的二氧化碳来冷却等 技术降低能耗和运行成本,有 望进一步推动冰雪运动普及

市民参与冰雪运动热情 高,也将有望推动冰雪场馆建 设、竞赛表演、运动培训、场馆 服务、体育旅游等业态协同发 展。目前,全球最大室内滑雪 场——上海"冰雪之星"正在 临港加快推进建设,将成为-个集体育、娱乐、休闲为一体 的滑雪胜地,今年年底有望建

近年来,冰雪产业集群效 应逐步显现,投向基础设施建 设领域的资金不断增多。相 据中国旅游研究院课题组的 不完全统计,2018年以来建成 的较大投资规模重资产类冰 雪建设项目达157个:2018年 至2020年3年间,冰雪旅游重 资产项目总投资规模近9000亿 元:2021年新增重资产项目投资

总额约900亿元。

■ 在 snow51 兴业太古汇店,市民通过模拟机体验滑雪

不少人有留学背景,自己也亲身参与各 类冰雪运动。"仅以冰球为例,最开始上 海只有三四支队伍,现在已经发展到五

不过,相较于篮球、乒乓、游泳等常