

冰雪经济：如何成为新的经济增长点

文_王裕雄 周腾军

2022 年北京冬奥会的举办成功实现了 3 亿人参与冰雪运动的目标，推动我国冰雪经济在较短时间内实现了跨越式发展，截至 2024 年末，我国冰雪经济总规模已经接近 1 万亿元。冰雪经济的发展有效释放了消费潜力，为稳增长作出了重要贡献。当前，我国经济运行面临内需不足的挑战，保持冰雪经济的良好发展势头是提振消费、扩大内需的重要战略选择。

促进经济发展的多重效应

经济增长效应

冰雪经济的发展扩大了消费需求，根据相关部门发布的数据，从 2022 年北京冬奥会举办到 2023~2024 年冰雪季结束，全国居民冰雪运动参与人数达到了 3.13 亿人，参与率超过了 22%，2023~2024 年冰雪季，各类冰雪运动消费规模超过了 1500 亿元。近年来随着冰雪运动“南展西扩东进”战略的实施，南方地区客源在我国冰雪消费市场中的比例快速攀升。美团平台数据显示，2023 年下半年，上海、深圳、广州、杭州等城市已经跻身当季十大冰雪旅游客源地城市。冰雪运动的开展引致了冰雪装备器材消费的快速增长，2016~2022 年冰雪装备器材消费总规模由 67.8 亿元增长至 153.5 亿元。冰雪消费需求的增长同时也带动了冰雪设施的有效投资，截至 2023 年底，全国冰雪运动场地已经达到了 2847 个，其中滑冰场地 1912 个，滑雪场地 935 个。除此之外，冰雪经济还有很强的正外部性和显著的乘数效应，除了直接带动增长之外，各

类冰雪赛事、冰雪设施对经济增长还产生了显著的间接带动作用。

转型升级效应

冰雪经济的转型升级效应体现在两个层面，一是新型冰雪经济形态相对于传统冰雪经济形态的转型升级。传统初级形态的冰雪产品如冰雕、雪雕、冰雪景观欣赏以满足消费者的观赏性需求为主，往往缺乏足够的创新性和吸引力，能覆盖的市场半径有限，产品附加值较低。冰雪运动的发展推动了冰雪经济形态的转型升级，以冰雪运动为“内核”，通过冰雪运动与文化、旅游、商业的融合，丰富了冰雪消费产品供给和消费场景，提升了冰雪消费体验，增加了冰雪产业的附加值，实现了冰雪经济的内涵式发展。二是冰雪经济作为绿色产业，通过冰雪经济的发展将冰雪资源转化为生产要素，实现了冰雪资源的生态价值。

区域发展效应

随着冰雪运动的发展，通过充分利用东北、华北及西北地区的丰富冰雪资源，成功打造特色冰雪经济品牌，吸引了大量外部投资，推动了相关产业的发展，促进了当地就业，有效缓解了区域发展不平衡问题。例如，在东北地区，借助冰雪资源大力发展冰雪经济，成功培育了新的支柱产业，实现了经济结构的优化升级，缩小了与全国其他地区的发展差距，大力发展冰雪经济已经成为东北振兴的重要着力点；在华北地区，冰雪经济在促进“环京津贫困带”的精准脱贫和乡村振兴中发挥了独特作用，为促进京津冀协同发展提供了重要抓手；在新疆阿勒泰，大力发展滑雪产业和冰雪旅游让禾木这样的

偏远村庄一跃成为全国乃至全球雪友心中的滑雪圣地，冰雪经济为富民兴疆作出了重要贡献。

发展机遇与挑战

我国冰雪经济的发展机遇

一是人们生活方式和消费结构的变化。随着我国经济社会的发展和居民可支配收入水平的不断提高，人们的生活方式发生了显著变化，对包括健身、娱乐等在内的各种休闲活动的需求从量到质都在提升。2024年10月国家统计局发布的第三次全国时间利用调查公报显示，我国运动健身活动参与率达到了49.6%；文化休闲娱乐活动参与率达到了95.3%。除此之外，休闲方式也在发生变化，以旅游为例，人们的偏好正在快速从观光型旅游向体验型、参与型旅游转型。从消费结构来看，进入新阶段以来，人民群众对于包括体育、旅游、文化在内的各种改善型消费需求快速增长。包括冰雪运动在内的冰雪消费兼具健身、娱乐休闲和社交属性，很好满足了人们由于生活方式变化而产生的新的消费

需求，属于典型的新型消费和改善型消费，具有巨大的增长潜力。

二是我国冰雪运动产业所处的生命周期阶段。由于人口结构变迁、人们偏好的变化以及新兴运动项目的出现等各种原因，很多运动项目会经历从繁荣到衰退的历程。我国冰雪运动产业尚处在快速爆发的初期阶段，是典型的“朝阳产业”，已经进入高速增长期，并且具备了在较长一段时期内继续保持高速增长的潜力。

三是国家战略所带来的发展机遇。2014年10月，国务院印发《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》，将全民健身上升为国家战略；2015年10月召开的十八届五中全会将“健康中国”上升为国家战略。随后，我国陆续出台了系列政策，2019年国务院办公厅发布《体育强国建设纲要》，提出到2035年体育产业成为国民经济支柱性产业的目标；2024年10月国务院办公厅发布了《关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的若干意见》，提出到2030年冰雪经济总规模达到1.5万亿元目标。这为冰雪经济特别是冰雪运动产业的发展创造了良好的政策环境，提供了设施、人才、体制机制等方面的基础条件，动员了大量资源进入冰雪经济领域。

四是供给侧改革和新兴技术革命的红利。

“十四五”以来，我国加快构建新发展格局，我国冰雪产业尤其是冰雪装备制造业在稳供应链过程中得到来自原材料、电子信息、软件等相关行业的更多支撑。特别是在北京冬奥会期间，相关部门组织协同攻关，攻克了一批关键核心技术，这些技术的商业化应用对于促进冰雪装备制造业的转型升级具有重要意义。与此同时，新兴数字技术、物联网技术、虚拟现实技术在冰雪经济领域具有广阔的应用空间，将重塑冰雪经济的商业模型和发展模式。

我国冰雪经济发展面临的困难与挑战

一是来自消费需求端的挑战。冰雪产业的发展离不开坚实的需求基础，目前我国冰雪消费渗透率还不是太高，人均冰雪消费支出水平还比较低，冰雪经济业态呈现如下特征：投资周期长，运营成本



高，经营压力大，尚处在不断探索商业模式的初期阶段，长期以来是在负债运营。除此之外，人们的消费需求也在不断变化，对于文体商旅融合性消费需求在快速增长，因此如何更好地满足消费者新的需求，也是冰雪产业市场主体面临的一大挑战。

二是基础设施供给不足。近年来，包括室内外滑雪场在内的各类冰雪经济设施快速增长，但现有的设施类型、区域分布无论数量还是结构都存在不足，同时，冰雪经济的配套基础设施尚不完善，需要加强投入和建设。

三是要素支撑亟需加强。目前融资难是很多冰雪企业尤其是滑雪场反映最为集中的问题之一，融资难度大、成本高，难以满足雪场的资金需求。此外，冰雪产业人才供给难以满足快速增长的需求。

发力点在哪里？

进一步夯实需求基础

从“广化”和“深化”两个方面发力夯实需求基础。所谓“广化”就是进一步提高冰雪消费渗透率，“深化”则是不断提升冰雪消费人群的技能等级和参与深度。要进一步巩固北京冬奥会的成果，继续普及冰雪文化和冰雪运动，一方面要大力开展群众性冰雪运动赛事活动，引导群众参与冰雪运动；另一方面要依托包括冬奥遗产、亚冬会遗产在内的设施优势，引进和举办高水平的冰雪赛事，提供更多更精彩的观赏性冰雪竞赛表演产品，充分发挥冰雪运动明星的影响力和号召力。

加快推动高质量发展

进一步完善公共设施建设和公共服务供给，加大对冰雪基础设施投资力度，不断优化交通网络布局，同时提升住宿、餐饮等配套服务的整体水平，为冰雪经济发展创造更优的发展环境，奠定更坚实的发展基础。建立冰雪消费标准体系，提升服务冰雪消费者的能力和水平。深入挖掘文化内涵，将冰雪元素与地域文化、民族文化等相结合，发展冰雪品牌经济。建设一批运行良好、具有国际影响力的高质量冰雪消费目的地，形成一批冰雪运动产业的

骨干力量，将其塑造为我国冰雪产业辐射国际市场、吸引全球游客的“名片”。

支持鼓励各类创新

引导和支持各类市场主体加强冰雪消费场景、产品和模式创新，积极探索冰雪产业与其他产业新的融合发展模式，持续推动冰雪运动与旅游、文化、商业等产业的深度融合，打造具有消费吸引力的融合性场景和产品，在融合中创新商业模式。推动新材料、虚拟现实、人工智能等各种新兴技术在冰雪制造和服务业中的创新应用，一方面通过创新实现供给创造需求，另一方面通过创新不断提升冰雪产业的盈利能力和可持续发展能力。通过创新推动冰雪产业链的延伸和拓展，形成更加丰富多元的冰雪经济体系，进一步推动冰雪产业高质量发展。

强化要素保障

首先要依法依规保障冰雪产业项目用地，通过鼓励集体经营性建设用地入市和优化供地等方式更好满足冰雪经济用地需求。加强冰雪产业人才培养，支持相关院校开设冰雪运动和冰雪经济等专业培养人才，不断完善冰雪产业人才教育体系；为退役冰雪项目运动员继续从事冰雪运动教练工作创造更优越的条件；积极吸引高端国际冰雪产业人才。加强金融创新，着力破解冰雪市场主体和项目融资难题，通过强化和优化信贷融资服务、支持冰雪企业上市和再融资、支持冰雪企业资产证券化融资以及加强融资过程中的财政政策支持等多措并举，有效纾解冰雪产业发展过程中的融资难问题。此外，还应通过政策引导，鼓励社会资本积极参与冰雪产业，形成政府引导、市场主导、社会广泛参与的冰雪经济发展格局，为冰雪经济的持续、健康、快速发展注入强劲动力。❶

作者简介：

王裕雄，中央财经大学体育经济研究中心主任、教授；周腾军，西南财经大学体育与经济管理研究中心讲师。

（责任编辑：贾其容）