

特别关注

消费火热人气旺

——写在2023—2024雪季收官之际

增多就可看出。春节期间我们雪场共接待游客6万多人次，培训了15000人次滑雪爱好者，总的收入相比去年略有增长。”北京密云南山滑雪场总经理胡卫介绍，上周末两天南山滑雪场客流约达1.3万人次。截至目前，2023—2024雪季整体客流量实现明显增长，同比涨幅为5%至10%。

手持雪杖，脚踏滑雪板，在雪道上自由滑行……2023—2024雪季是“后冬奥时代”的第一个完整雪季，春节假期，国内迎来旅游高峰，滑雪游成为今年热门主题。不少市民走进滑雪场，用运动点燃节日生活，感受别样趣味。

马蜂窝数据显示，今年春节假期滑雪热度飙升，环比搜索增长207%，热门省份前十名分别为吉林、河北、黑龙江、北京、浙江、新疆、四川、辽宁、湖北和陕西。

今年春节假期，张家口市崇礼区共接待游客47.38万人次，实现旅游综合收入5.21亿元。“春节假期，初五滑雪人数最多，达到5930人，酒店平均出租率65%，主要客流来自北京及河北，春节期间共接待3.5万人次，滑雪培训1600多人次。”云顶滑雪公园相关负责人介绍，3月2日，云顶滑雪公园本雪季接待滑雪游客量突破了40万人次。春节期间，云顶滑雪公园举办了一系列的民俗活动：舞龙表演、变脸表演、糖画、非遗剪纸，同时举办了“冰与火的澎湃”奥林匹克徽章展，深受广大游客的喜爱。

“春节期间，新疆阿勒泰将军山冰雪体育旅游线路精心策划并开展了丰富多彩的文体旅相关活动及赛事。其中的滑雪里程积分赛最受游客喜爱，该活动符合滑雪者的需求及滑雪习惯，还有丰厚奖品，受到游客最多关注。”新疆

阿尔泰山冰雪旅游有限责任公司相关负责人介绍，从除夕到正月初八，将军山国际滑雪度假区共接待游客近10万人次，其中正月初五接待人数最多，达到1.5万人次，假期收入达到1457万元。

中国旅游研究院最新发布的《中国冰雪旅游发展报告》显示，2023—2024冰雪季，我国冰雪休闲旅游人数有望实现25%至30%的增长率，将有超过4亿人次体验冰雪休闲，冰雪休闲旅游收入有望达到5500亿元。



2023—2024雪季滑雪运动热度飙升。

本报记者 王辉文/图

“上周末，我们一家三口去北京密云南山滑雪，购买滑雪票只花了348元，比平时便宜了700多元，真是太实惠了！”家住北京丰台区的侯毅告诉记者，每到雪季收官阶段，他都会携家人一起去滑雪。

进入3月，北京密云南山滑雪场的售票销售折扣力度加大——平日210元的全天雪票通过网上提前预订只需80元，周末350元的全天雪票预订只需116元，相当于打了四折和三折。本雪季该滑雪场运营时间截止到3月8日晚上十点。

据了解，在今年春节假期，密云南山滑雪场共开放了26条滑雪道、两条娱雪道，其中的单、双板滑雪教学区、初级雪道最受欢迎。“正月初四这一天客流最多，达到了近8000人，虽然主要客流还是以北京地区为主，但今年春节假期北京以外的游客也明显增加，从接待中心寄存行李箱数量

体育赛事带动文旅消费增长

本报记者 赵萌

近年来，体育消费作为与旅游、文化、健康、养老、教育培训并驾齐驱的“六大消费领域”之一备受关注。在今年春节期间，多地组织开展一系列丰富多彩的体育赛事活动，带动当地文旅消费增长已展现了它蓬勃的活力。

贵州：文体活动接踵而来

“快报名，黔东南苗族侗族自治州姑妈篮球邀请赛3月8日再度来袭！”其实，在今年春节期间，2024年西江姑妈篮球赛已在西江姑妈篮球场进行过比赛。当天比赛吸引了75个村寨1500多名选手参赛。据悉，当地对外嫁女子尊称为“姑妈”。这个赛事主打快乐与美丽，老少皆宜，氛围欢乐，没有规则，只要不把球抱回家，就不算犯规，想怎么玩就怎么玩。

日前在锦屏县举行的“和美乡村·花脸狂欢”户外羽毛球赛，吸引了来自

新疆：传统竞技赛事丰富多彩

春节期间，一场名为“赛马刁羊迎新春 点燃乡村新活力”的传统竞技活动，在新疆维吾尔自治区阜康市上户沟乡白杨河赛马场举行，来自阜康市各乡镇的60多位牧民参赛，近2000人到场观赛。与此同时，特克斯县雪地刁羊、赛马比赛在齐勒乌泽克镇喀斯特布拉克村举行，来自特克斯县、尼勒克县、巩留县、昭苏县的14支队伍参赛。丰富多彩的传统竞技赛事，吸引了大量游客到场观赛。

另据新疆维吾尔自治区伊犁哈萨

克自治州宣传部相关负责人介绍，春节期间，伊犁共开展了200余场次丰富多彩的文体旅活动，实现旅游收入10.6亿元，旅游人次和收入均创历史新高。

四川：赛事活动源源不断

随着2025年成都世运会日益临近，以“运动贺新春·全民迎世运”为主题的世运会“万人千场”友谊赛活动，近日在成都武侯区、新都区开启，近千名群众参与其中。在武侯区现场，精彩的表演过后，一场飞盘友谊赛将现场气氛推向高潮；在新都区，由35个村社区居民代表组成的8支队伍开展了拔河竞技，大家尽情感受着运动带来的快乐。

据成都市体育局相关负责人介绍，今年成都将创新开展“十二月市”系列主题活动。在此背景下，“世运新十二月市”系列活动按照一月一主题的规划开展活动，用体育串联起运动、绿道、音乐、购物、轻食等多领域的协同融合，进而带动当地文旅消费增长。

产业集装箱

重庆市体育产业政策大讲堂结课

本报讯 由重庆市体育局主办、北京国体世质质量认证中心承办的“2023年重庆市体育产业政策大讲堂”，近日完成了全部课程线上培训。本次大讲堂历时两个月，共计播放6节视频课程，参加培训的学员超过600余人，覆盖重庆市体育行政部门、体育协会、有关体育院校、事业单位及体育企业等。

培训课紧扣体育产业现状和发展需求，特邀有关行政主管部门负责人、运动协会负责人、高等院校资深教授对体育产业有关政策和发展前景进行专业解析。内容包括标准化与创新如何助推体育事业发展；通过把握我国体育消费现状、趋势与特征，探讨体育消费的决定因素及现实意义；体育法修订背景全面分析，解读修订后的体育法的变化与亮点；介绍运动项目市场化发展的背景与趋势，解析运动项目市场开发与投融资模式等。

(王辉)

北京海淀区体育产业创新发展论坛举办

本报讯 近日，由北京市海淀区体育局主办的2024年“海淀区体育产业发展论坛”在国家自主创新示范区展示中心举行，来自国内外的专家、学者、企业家齐聚海淀，共同探讨海淀体育产业高质量发展路径。

论坛聚焦海淀体育产业高质量发展路径和新增长点、人工智能赋能体育产业发展机遇、体育科技创新与成果转化等热点议题。来自区内外产学研近400名体育产业领域知名专家、学者以及辖区高校、科研单位、社会团体和企业代表共聚一堂，围绕体育产业创新发展建言献策。

(杨天婴)

《北京奥林匹克中心区体育产业综合发展报告》启动编写

本报讯 3月5日，《北京奥林匹克中心区体育产业综合发展报告(2023)》(以下简称《报告》)启动会暨北京奥林匹克中心区促体育产业高质量发展座谈会在北京奥林匹克中心区管理委员会召开。

据悉，《报告》将包括奥林匹克中心区2023年度发展综述、经验总结、重点场馆运营情况、体育产业分行业分析、产业指数、展望启航篇六部分。中体联(北京)体育场馆管理有限公司为《报告》编制工作的承接单位，《报告》计划在第41届中国国际体育用品博览会期间发布。

(丰佳佳)

时尚活力 一起向未来

——2024中国体博会拓展新空间

本报记者 丰佳佳

2024(第41届)中国国际体育用品博览会(以下简称“2024中国体博会”)将于5月23日至26日在成都举行，目前，展会的组织筹备工作已经进入最后冲刺阶段。近日，组委会陆续公布了展期活动，其中，以“一起向健康”为主题的运动嘉年华作为展会的新增板块备受瞩目。

“一起向健康”运动嘉年华举办时间与2024中国体博会展期一致，活动地点位于中国西部国际博览城2层7—8号馆及北广场。组委会相关负责人表示，2024中国体博会打造运动嘉年华板块，希望将健康的生活方式、积极向上的生活态度与体育运动、潮流时尚及成都本地文化相结合，并邀请国内外顶级大众体育赛事主办方及赛事组织、体育培训服务机构到场，为体育爱好者提供丰富多样的体育运动互动体验。

根据活动特点，运动嘉年华将分为

时尚体育专区和青少年体育专区两个子板块。大众参与型赛事及潮流运动将汇集在时尚体育专区，既包含乒羽、轮滑、路跑等传统项目，也将呈现目前风头正劲的飞盘、匹克球、滑板、棒球、骑行、数字高尔夫等时尚运动。中国棒球协会也将在此打造棒球时尚潮流“大集”——棒球运动及棒球潮流文化推广，顶级棒球装备设施及周边产品展示，青少年棒球培训及专业棒球赛事表演等，都将在展会现场同步呈现。

青少年体育专区则专门聚焦青少年群体，展示内容涉及青少年篮球、足球、马术培训、平衡车大赛等运动项目，诠释别样的新生代运动活力。青少年体育专区在倡导阳光体育、健康第一、兴趣为主的青少年体育教育理念引领下，邀请青少年体育俱乐部到场提供课程培训讲解及项目体验。同时，中国风筝协会、中国体育用品业联合会青少年运动装备与服务专业委员会会员单位也将现场组织相关的青

少年赛事活动。

成都市体育局发布的《成都市“十四五”世界赛事名城建设规划》中提出，到2025年，成都体育产业总规模超过1500亿元，体育产业增加值占地区生产总值的比重超过2%，全市体育消费总规模突破800亿元。成都将对标国际一流、全国领先的著名体育城市，构建与“世界赛事名城”这一城市定位相匹配的现代体育产业发展格局。

在促进体育产业发展方面，成都近年来持续推进建圈强链、深化体育消费试点、规范优化市场环境，取得可喜的成效，并把握举办第31届世界大学生夏季运动会契机，加快世界赛事名城建设快速成型。2024中国体博会组委会因地制宜，不仅在展区内内容规划设计上添加了不少成都元素，还丰富了展期的会议活动体系，运动嘉年华将结合成都周边丰富的旅游资源及“后大运”场馆利用，为新的运动空间搭建展示窗口。

健身装备销售持续增长

女性成消费市场主力

本报记者 张小可

春节期间，健身装备销售增长强劲。据统计，天猫平台壶铃成交同比暴增930%，拳击沙袋成交同比增长60%以上，拳击装备成交同比增长40%以上……不可否认的是，受电影《热辣滚烫》中贾玲瘦身成功的带动，不少女性投入了健身大军。

拳击手套、动感单车、瑜伽垫……春节过后，家住北京大兴区的吴欣悦为自己打造了一个家庭版“小型健身房”，近期她又为“健身房”添置了一个新器材——滑行垫。“我在短视频平台上刷到滑行垫的时候感觉很有趣，滑行动作有点像滑冰，就下单买了一个，准备和朋友们一起运动运动。”

如今，女性已成为体育消费市场最活跃群体。近日由上海体育大学经济管理学院、三体云动和万博宣传联合制作的《2023中国健身行业数据报告》显示，女性仍是健身消费市场的主力军。调研结果显示，女性健身消费者占比达55.41%。而此前，由中国体育用品业联合会发布的《2021年大众健身行为与消费研究报告》也佐证了这一点，当年大众健身年平均总消费为5670元，其中女性体育消费的平均总消费达到6362元，在购买健身卡及私教课程等方面显著高于男性。

当前，“悦己”经济消费场景不断拓展，女性体育消费已经成为日常消费的一部分。相信未来，体育“她经济”的潜力将得到进一步释放。



体育“她经济”占据半壁江山。

张小可摄