

2022 我国冰雪休闲游人数将达 3.05 亿人次,冰雪旅游日趋年轻化、多样化

# 春节+冬奥:冰雪旅游虎虎生威



乐游天下

中国妇女报全媒体记者 项丹平

据文化和旅游部数据中心测算,2022年春节假期7天,全国国内旅游出游2.51亿人次,收入2891.98亿元;多款“冰墩墩”售罄,冰雪体育用品销量成倍增长;2021—2022冰雪季我国冰雪休闲旅游人数将达到3.05亿人次……虎年春节遇上北京冬奥会,点燃了中国人冰雪运动的热情,也让冰雪旅游成为春节假日旅游的新亮点,更带动了冬奥纪念品、冰雪运动装备、住宿旅游、休闲运动等领域的消费热潮,“体旅融合,点燃冰雪”成为2022年旅游市场主流和假日新宠。

**冬奥带火冰雪游,“滑雪+看冬奥”成为虎年春节新玩法**

中国妇女报全媒体记者了解到,携程近日发布的《2022年春节旅游总结报告》显示,截至2月5日,春节期间滑雪主题酒店预订量同比增长54%,冰雪、滑雪景区门票订单同比增长近40%。同程旅行数据也显示,今年春节全国冰雪类型景区订单量较去年春节同期上涨68%,相比冰雪观光类景区,室外滑冰场、滑雪场、冰雪主题乐园等能真正体验冰雪运动的景区和场馆更受游客关注,滑雪成为今年春节最火的五大景区主题之一。

飞猪数据则显示,冰雪旅游消费呈现本地化、小半径特征,3小时路程的“家门口”滑雪备受青睐。同时,冰雪旅游也早已不是北方人的专属,虎年春节冰雪旅游订单中,客源地前十城市依次为:北京、上海、广州、重庆、成都、杭州、深圳、武汉、济南和大连。

《2022年春节旅游总结报告》还显示,以冰雪项目为主的冰雪游成为虎年春节假期的时尚新玩法。北京、辽宁、吉林、浙江、四川、新疆等14条春节假期冰雪主题体育旅游精品线路发布,带动周边滑雪、温泉、非遗、研学、美食、酒店等业态。河北滦平金山岭滑雪场、黑龙江哈尔滨冰雪大世界、安徽天柱山滑雪场等景区人气较旺,湖北神农架将冰雪旅游与运动、节日、民宿相结合,打造了“滑雪+

赏雪+过大年+住民宿”的新组合。

春节假期,北京全市冰场雪场虽按75%常态化限流依旧火热,全市60处冬奥和春节景观“打卡点”和打卡活动吸引众多民众参与。银联大数据显示,旅游售票类消费金额同比增长1.1倍;雪服、器材、防护用品等同比增长超15%;冬奥周边产品大受欢迎,冬奥会吉祥物手办“冰墩墩”成为新晋“顶流”且一“墩”难求,冬奥纪念品销售额同比增长近27倍;国家速滑馆“冰丝带”在冬奥会后将逐步向社会开放,北京将依托国家高山滑雪中心、国家雪车雪橇中心等冬奥场馆和各类冰雪运动设施,巩固冰雪运动发展成果,打造全球冰雪运动比赛与休闲消费目的地。虎年春节,冰雪文旅无疑成为最动人的主旋律。

**“3亿人上冰雪”从愿景变为现实,九成人曾以不同形式体验过冰雪游**

记者前不久在“2022中国冰雪旅游发展论坛”上获悉,中国旅游研究院发布的《中国冰雪旅游发展报告(2022)》(以下简称《报告》)认为,冰雪旅游正在从新时尚、新民俗转变为人民群众的常态化生活方式,冰雪旅游“向内而生”,“3亿人上冰雪”从愿景变为现实,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旅游人数将达到3.05亿人次,我国冰雪休闲旅游收入有望达到3233亿元。

中国旅游研究院冰雪旅游专项调查显示,有90.1%的老百姓曾以不同形式体验过冰雪旅游,每年有63.3%的人体验过1—2次冰雪旅游,有24.8%的人体验过3—4次,高频次消费正成为越来越多老百姓的常态,我国正在从冰雪旅游体验阶段进入冰雪旅游刚性

生活需求阶段。2021年京东“双11”冰雪相关项目装备销售数据显示,滑雪服成交额同比增长270%,滑雪单板订单量同比增长590%,滑雪镜订单量同比增长300%,女性滑雪服、亲子滑雪产品成为最畅销单品。天眼查数据显示,我国目前有近7000家从事滑雪相关企业。

《报告》显示,冰雪旅游实现了从0到1、从北到南、从小到大、从冬季到四季、从规模到品质、从小众竞技运动到大众时尚生活方式、从冷资源到热经济的升级。冰雪旅游的快速发展,跃动着经济社会发展的脉搏,讲述着千家万户的美好生活故事,向世界描绘着美丽中国的好风景。

**冰雪旅游观光和休闲度假并重,冰雪旅游呈现“年轻化、多样化”趋势**

《报告》显示,冰雪旅游观光和休闲度假并重成为冰雪旅游市场发展新特征,42.5%游客倾向于冰雪观光游览,45.1%倾向于滑雪休闲度假。在远、近目的地的选择上,42.3%倾向于近距离冰雪旅游目的地,36%游客倾向于远距离冰雪旅游目的地,17.8%游客表示会体验远、近两类冰雪旅游目的地,本地居民成了当地旅游目的地的主要游客。服务自助化也成为游客在冰雪旅游中的重要倾向,65.2%的游客希望全自助办理、非接触式服务完成冰雪旅游项目。

中国社科院旅游研究中心特约研究员吴若山在接受中国妇女报全媒体记者采访时表示,冰雪旅游因北京冬奥会的同期举办成为虎年春节期间最火热的旅游业态,冰雪运动游、冰雪民俗游、冰雪康养游以及室内冰雪游等多类型产品也为游客畅玩冰雪带来了诸多选择,攀冰、冰壶、雪上极限运动等新型细分业态受到更多年轻人关注。



## 2022 冰雪旅游 热点知多少?

中国旅游研究院近日发布的《中国冰雪旅游发展报告(2022)》发布了2022年冰雪旅游热点城市和创新项目。哈尔滨、张家口、长春、沈阳、乌鲁木齐、阿勒泰地区、吉林、牡丹江、伊春、呼伦贝尔、北京延庆区、长白山保护开发区入围“2022年冰雪旅游十佳城市”。

大雪时节彩灯冰(黑龙江哈尔滨)、什刹海溜冰(北京)、松江赏雾凇(吉林省吉林)、元宵围火滚冰(黑龙江木兰)、断桥赏雪(浙江杭州)、冰灯游园会(黑龙江哈尔滨)、毛皮板滑雪(新疆阿勒泰)、冰雪那达慕(内蒙古)、雪域高原泡藏药温泉(西藏羊八井)、雪山下泡温泉(四川海螺沟)荣获“2022年冰雪经典创新项目”。

漠河北北(黑龙江漠河)、雪乡跳雪(黑龙江牡丹江)、雪地摇滚(河北崇礼)、米堆冰川探险(西藏林芝)、冬季英雄会(内蒙古呼伦贝尔)、禾木冰雪摄影(新疆喀纳斯)、冰雪光影秀(新疆阿勒泰)、首钢冰雪汇(北京石景山)、雪地火锅(重庆)、松花江冰雪嘉年华(黑龙江哈尔滨)斩获“2022年冰雪时尚创新项目”。

哈尔滨冰雪大世界(黑龙江哈尔滨)、太阳岛国际雪雕艺术博览会(黑龙江哈尔滨)、亚布力滑雪旅游度假区(黑龙江哈尔滨)、七山滑雪度假区(河北保定)、崇礼冰雪旅游度假区(河北张家口)、镜泊湖景区(黑龙江牡丹江)、北京渔阳国际滑雪场景区(北京平谷)、长春冰雪新天地(吉林长春)、长白山旅游度假区(吉林长白山)、万科石京龙滑雪场(北京延庆)荣登“2022年热门冰雪旅游景区(度假区)”。(晓想)



智玩时尚

王浩明

“现在一‘墩’难求,我真的很想要一个‘冰墩墩’”。冬奥会开幕以来,吉祥物“冰墩墩”彻底爆红屡屡售罄,冬奥会特许商店外排队5小时只为一“墩”,有外国记者甚至改名“义墩墩”为“冰墩墩”倾情“带货”,就连“冰墩墩”设计团队负责人、广州美术学院教授曹雪都说,他儿子去广州的特许商店购买也失望而归。

“冰墩墩”以熊猫为原型进行设计创作,冰象征纯洁、坚强;墩墩,意喻敦厚、健康、活泼、可爱,契合熊猫的整体形象,象征着冬奥会运动员强壮的身体、坚韧的意志和鼓舞人心的奥林匹克精神。熊猫形象与冰晶外壳相结合,体现了冬季冰雪运动和现代科技的特点。头部外壳造型取自冰雪运动头盔,装饰彩色光环,灵感源自于北京冬奥会国家速滑馆“冰丝带”,流动的明黄色彩线条象征着冰雪运动的赛道;左手掌心的心形图案,代表着举办国对全世界朋友的热情欢迎。整体形象酷似航天员,寓意创造非凡、探索未来,体现了追求卓越、引领时代以及面向未来的无限可能。

“冰墩墩”为什么能“征服”世界?曹雪说,“冰墩墩”大家都觉得很好看,其实形式美感背后有基本规律,其中重要规律就是“对比统一”。“硬与软、透明与不透明,黑与白,冰丝带五环颜色的色彩对比,都实现了视觉审美层面的对比统一,但同时又做到了一举两得,做成衍生品也会带来不一样的触觉体验。”曹雪说。

“冰墩墩”和历届奥运会吉祥物不一样,不是单一材质、单一触觉体验,坚硬的冰壳包裹着一个毛绒的熊猫,用曹雪的话来说——冰壳之下有一分“暖 and 软”,“人们在寒风中等待就是为了最后手中能捧上一份温暖”。

其实,“冰墩墩”的热销,也可以看做“国潮”崛起的又一个生动样本。曹雪认为,“国潮”不是中国元素的简单拼贴,而是要把中国的历史文化融入设计的DNA,才能生长出真正的“国潮”。“不能表面化地把中国文化理解成中国元素,曾经有人说是不是要给‘冰墩墩’加上长城、华表这样的元素。如果这样的话,我们的设计语言和讲故事的方式就太单一了。其实做‘国潮’要真正地读懂中国,‘向过去要未来’。”曹雪说。

曹雪认为,设计也是一种人文关怀,是最为直观的讲故事方式,“冰墩墩”借助奥林匹克的平台讲出了中国故事,通过设计这门通用语言,会让世界更加读懂中国。设计与科技创新一样,是助力“中国制造”走向“中国创造”的关键因素,“冰墩墩”的爆红,也让人看到了“设计力”带来的能量。

“冰墩墩”之所以刷屏,不仅因为它萌出新高度,更因为它的背后是北京冬奥会的热度和中国科技的“硬度”。它承载了中国人“科技强国”“体育强国”的希望,它传递了中国人美美与共、“一起向未来”的心愿。随着北京冬奥热度不断升温,人们期待体育强国中国强,体育兴则国运兴。“冰墩墩”和“雪容融”是人们冬奥热情的一个出口。在全球百年未有之大变局和新冠肺炎疫情叠加的世界中,但愿“一起向未来”的这声呐喊,能温暖更多人愿意听到的人。

## 『冰墩墩』凭什么『征服』世界?

## 记忆中的味道

赵长顺



谚语曰:“冬吃萝卜夏吃姜,不用医生开药方。”身处南北交会之地的淮安人,对萝卜可谓情有独钟。冬季各种萝卜争相上市,与萝卜相关的菜肴也走上了每个家庭的餐桌。

最先登场的要数红辣萝卜。它们还在地里的时候就急于往上蹿,到最后只有一个尾巴扎在土里,其余的身子全顶出了地面。胖胖的身段,红红的皮肤,头顶绿油油的缨子,远远就能让人看到,实在招人喜爱。这种萝卜不用

拔,只要用脚轻轻一踢,就会蹦出地面。

红辣萝卜的吃法有多种,可做汤,做萝卜丝包子,做肉汁萝卜,亦可生炆,还可腌制萝卜干。萝卜被人们视为“饒”菜,要与荤菜搭配才好吃。烧汤最好是萝卜骨头汤,这样汤鲜萝卜香。如果是与肉一起红烧做肉汁萝卜,则要将萝卜切成蛋桃块状,肉需用五花肉,佐料要用红烧酱油,这样烧出来的萝卜比肉还香。做生炆萝卜,要将萝卜切成丝,用盐稍加腌制后,再用开水焯一下,然后根据口味加少许糖、醋即可。我觉得,生炆萝卜不如生炆萝卜皮好吃。将萝卜皮切成蚕豆大小,用同样的方法腌制、焯水、加佐料,如此,一盘生炆萝卜皮就可上桌了。生炆萝卜皮不但有嚼劲,还能让人胃口大开。

如果说红辣萝卜热情奔放,那么青辣萝卜则内敛含蓄。它长在地里时不像红辣萝卜那样急着往外钻,而是将身段埋在地

里,只露出一点在地上。它的身体和缨子都是青绿色的,在地里不会轻易让人发现。

入冬后,淮安街头的水果摊上常有青辣萝卜,因为青辣萝卜水分足,可像水果一样生吃。一般饭店餐后会上市水果,而在淮安的冬天,餐后老板会上一盘新切的青辣萝卜。酒足饭饱后,取一片青辣萝卜咀嚼一下,顿时满嘴生津。冬天时淮安人喜欢泡脚,浴后在池边小歇,这时候来一份清爽多汁的青辣萝卜,既解渴又顺气,十分惬意。也有用青辣萝卜做菜的,比如和羊肉搭配红烧,能去膻味。我最喜欢的是用青辣萝卜与海蜇头凉拌,将青辣萝卜切成丝,与海蜇头拌在一起,再加少量的糖、醋,一青一黄,满口脆生。

冬天也是黄胡萝卜上市的时候。这种萝卜密密麻麻地长在地里,收获时要用叉子挖。一叉子下去,再提萝卜缨子,就可以提起一大把萝卜。都说“冬天的萝

卜赛人参”,仔细瞧,黄胡萝卜还真长得有点像人参。黄胡萝卜可以当主食,小时候家里冬天常吃萝卜饭和萝卜粥。也有人拿这种萝卜腌小菜,印象最深的是与小蒜一起腌,堪称一绝。记得小时候还有人将这种萝卜连同缨子一起挂在屋檐下,任凭一冬的风吹霜冻,等到开春时才取下来生吃,那个甜真叫人难忘。

在冬天,登场最晚的萝卜是洋花萝卜。因为长得像麻雀头,淮安人也称之为雀头萝卜。冬末春初,菜农将萝卜拔起,连同青翠的缨子,用草绳扎成一小把一小把。碧绿的缨子下面,那如桂圆一般大小、红彤彤的萝卜,特别招人喜爱。据说这种萝卜有健胃消食、止咳化痰等功效,生吃脆嫩爽口,煲汤味道鲜美。

万物萧瑟的冬天,竟有如此琳琅满目的萝卜可吃,实在是我们的口福。萝卜美味,不亦乐乎!