



# 中小滑雪场如何当好“体验店”

河北日报记者 张悦

刚刚过去的春节假期,我省许多滑雪场成了群众休闲度假的新选择。除了张家口崇礼等地知名大型滑雪场的火爆,不少中小滑雪场游客也增加明显。

与大型滑雪场扮演的“旗舰店”角色不同,中小滑雪场仿佛“体验店”,往往是群众体验滑雪运动的第一站。中小滑雪场该如何做到“小而美”,充分发挥自身特色,吸引更多体验滑雪、参与滑雪,并切实增强体验者的“黏性”?

## 紧紧抓住本地客群 增加设施改善服务

2月16日上午9时30分,石家庄西部长青滑雪场。

穿好雪服、雪板,戴上头盔、雪镜,45岁的石家庄市高士贤自初级道快速滑下。

“我滑雪有10年了,去过省内外不少大型滑雪场,滑雪加吃住行一趟下来花费不少。这里的价格比较便宜,更重要的是就在‘家门口’,想滑了开车一会儿就到,滑累了就回家,其他的花费少,所以我在石家庄办年卡好几年了。”高士贤说。

石家庄西部长青冰雪小镇总经理王仲伟介绍,小镇的滑道比较缓,适合初学者。本赛季开板以来,平日客流量约七八百人,双休日有1200多人,相比2019—2020赛季同期增加了约30%。“尤其是今年春节假期,每天的客流量有2000多人,销售较平时增加了13%。为此,我们增加了一条魔毯,教练也由平时的六七十人增加到100多人。”

“城郊型的中小滑雪场因为运营成本较低,一般价格低廉,且具有交通便利的优势,往往受本地滑雪爱好者特别是初学者青睐。”河北体育学院体育经济与管理教研室主任庞善东说。

业内人士介绍,虽然我国尚未有大型中小滑雪场的划分标准,但一般来讲,雪道面积在50万平方米以上的滑雪场就被认为是大型滑雪场,50万平方米以下的为中小滑雪场。按照这样的分法,我省现有55家滑雪场中,除张家口崇礼、保定涞源等地的8家大型滑雪场外,其余47家均为中小滑雪场。可以说,中小滑雪场在推动冰雪运动普及、发展滑雪旅游方面发挥着重要支撑作用。

但与大型滑雪场相比,中小滑雪场一般雪道数量少、落差小,缆车等配套设施少,教练特别是高水平教练少,该如何更好地吸引客源,取得经济效益和社会效益双丰收?

“青少年等滑雪初学者市场广大,为他们提供优质服务,是中小滑雪场分享‘蛋糕’的基本立足点。”庞善东认为,中小滑雪场应该有清晰的定位,与大型滑雪场错位经营,打造成区域滑雪初学者的首选目的地。



2月5日,滑雪爱好者在石家庄西部长青滑雪场滑雪。

河北日报通讯员 王仲伟摄

邢台南和嘉年华滑雪场是邢台市区内现有3家滑雪场中最早投入运营的,这个赛季,他们的客流量同比增长20%以上。

“我们本赛季前只有一条初级道和一条魔毯,目标人群就是南和区周边县(市、区)的滑雪初学者。”该滑雪场副总经理刘立伟介绍,为提升滑雪初学者的体验感,本赛季,他们除增加了一条初级道和一条魔毯外,还新增了500套双板、100余套单板滑雪板,硬件设施进一步改善,不仅吸引了邢台市区内的群众,客流还辐射石家庄、邯郸等周边地区。

作为承德市区周边唯一的滑雪场,承德元宝山滑雪场也成为该市民“第一滑”的首选地。该滑雪场经理闫焱介绍,上个赛季,该滑雪场客流量为5万人次,实现收入300多万元。本赛季,除前期预售出5万余张19.9元的早鸟预售票外,他们还向相关部门申请了旅游惠民优惠券政策,主打一个“性价比”,营业两个月客流量已有4万人次,实现收入300多万元。

清晰定位,改善服务,中小滑雪场受到越来越多区域客群的青睐。王仲伟发现,来石家庄西部长青滑雪场的初学者越来越多——“零基础的”人往往从安全摔倒与站起学起,双休日看起来这样的游客很多。”

“感觉这个雪季滑雪的滑雪爱好者不断增多,自带雪板的滑雪爱好者也在增加。”沧州市竞成滑雪场总经理张炳营说。

庞善东认为,从运营水平上来看,

我省中小滑雪场整体的开发、管理水平还有待提升。在进一步完善硬件设施的同时,中小滑雪场还应在能提供的滑雪产品和休闲娱乐服务内容方面进行深度挖潜,不断提升滑雪游客的体验感,努力将自身打造成优质的滑雪度假目的地。

## 以赛事活动提升影响力 增强滑雪游客“黏性”

1月13日,第六届邢台市少儿滑雪比赛在邢台南和嘉年华滑雪场举办。邢台市体育局群体科负责人赵立江介绍:“上届邢台市少儿滑雪比赛有8家俱乐部80多人参赛,本届参赛单位中出现了10所冰雪特色学校,参赛人数达150人。”

邢台市第六届干部职工冰雪趣味运动会、南和区2024年“奔跑吧少年”活动暨冰雪运动会、邢台市巾帼冰雪趣味活动……这个雪季,邢台南和嘉年华滑雪场承办了多场赛事活动。

以赛事活动为依托,该滑雪场进一步扩大了影响力,吸引了许多参赛俱乐部前来开展培训。

据了解,邢台市共有20家冰雪轮滑俱乐部,全部与他们开展了合作。这个雪季,将有4000多名青少年在该滑雪场接受俱乐部的培训。第六届邢台市少儿滑雪比赛前,邢台市红绣球冰雪轮滑俱乐部组织24名学员,在该滑雪场进行了6天集训;赛后,该俱乐部又在这里举办了4期冬令营,每期培训25人左右。

“立足本地中小滑雪场的群众性赛

事,对推广滑雪场品牌和扩大滑雪运动社会影响力都有良好的促进作用。”邢台市冰雪运动协会会长左路平表示。

《中国滑雪产业白皮书(2022—2023)》显示,2022—2023赛季国内滑雪场滑雪人次为1983万,但70%以上为单次体验者。中小滑雪场如何紧紧“黏住”本地滑雪社群?赛事活动被认为是有效“黏合剂”。

本赛季,承德元宝山滑雪场承办了市青少年滑雪赛、市大学生滑雪赛等赛事,举办了滑雪场跨年夜及春节系列活动等,客流量进一步增加。闫焱预计,本赛季他们可接待游客6万人次,实现收入400万元。

据了解,今年,我省将进一步加大冰雪运动“三进”(进校园、进企业、进机关)力度,持续开展大众冰雪等级标准推广,扩大熟练掌握冰雪运动技能,经常参加冰雪运动人口规模;此外,还将举办河北省第五届冰雪运动会、河北省大众冰雪联赛等。有关人士认为,这为中小滑雪场提供了更大发展机遇。

“2023年,我们共承办冰雪运动‘三进’活动50多场,参与人数有3000多人。”石家庄西部长青冰雪小镇营销部经理常青说,其中,冰雪运动进校园活动尤为火热,从去年12月至今年1月25日,据不完全统计,已举行17场,有近千名中小學生参与。

庞善东认为,中小滑雪场应积极赛事活动“龙头”,同时不断创新赛事活动的内容、形式等,通过打造特色、品牌赛事活动,提升自身影响力、吸引力,不断积累沉淀,培养壮大活跃客群。

了温泉。”石家庄滑雪爱好者温晓飞介绍,带家人度假在住宿和餐饮方面的消费会比单人滑雪高一些,加上参加滑雪场的活动、娱乐消费等,一家人这次度假共花了6000多元。

可别以为滑雪旅游“小众”,“老吕”们越来越多。根据中国滑雪协会发布的数据,2022年中国滑雪人口已达1.03亿。来自崇礼的统计数字显示,今年春节假期,该区共接待游客47.38万人次,其中绝大多数是滑雪旅游者。

滑雪运动的普及发展带动了滑雪装备、餐饮住宿、交通出行等多业态共生发展,预计2025年中国冰雪产业规模将达到1万亿元。我省印发的《加快推动后奥运经济发展实施方案》提出,到2025年全省冰雪产业总规模达到1500亿元。

在参与人群不断扩大的同时,滑雪消费也在升级。有关专家分析,从雪场产品选择上看,消费者对住宿餐饮购物的需求品级明显升级,付费聘请教练进行指导正在成为初学者和进阶者的“标配”;从行程安排选择上看,在原本个人滑、单日滑、省内滑的基础上,家庭行、多日和跨省行的苗头初露。

在蒋依依看来,滑雪不仅是个运动项目,还在成为一种休闲方式。越来越多的人不再满足于只滑雪,而是希望在滑雪场体验更多休闲、文旅、研学等项目。

“河北是冬奥会大部分雪上项目比赛举办地,有着优质的雪场资源,应不断升级配套设施和服务,积极带动住宿、餐饮等相关领域消费升级。”她建议,要注重发挥“冬奥城市”的品牌效应,进一步加强滑雪与文旅、艺术等内容的融合,丰富民俗、温泉等“滑雪+”特色内容,进一步推动滑雪消费升级,以分享更多滑雪产业“蛋糕”。

## 体坛观潮

正在进行的第十四届全国冬季运动会上,一些“冰雪小将”的出现颇受关注。山西队6名“10后”小将在单板滑雪女子U型场地技巧预赛上集中亮相,成为一道独特的风景线——他们中最小的一个与同组年龄最大的运动员相差22岁,让不少人直呼“反差萌”。

无独有偶,我省“十四冬”参赛运动员中也出现了一些“冰雪小将”,如2011年出生的戴宇洋,已经亮相单板滑雪公开组男子U型场地技巧比赛;生于2012年的孙优美,即将出战花样滑冰公开组双人滑比赛;2010年出生的平梓涵,将参加自由式滑雪公开组女子大跳台比赛。他们大多并不是第一次登上大赛舞台,如外号“哪吒”的戴宇洋,9岁时就完成了高难度的外转两周偏轴转体900度动作,是世界上完成该动作年龄最小的单板滑手。这次他虽然无缘决赛,但享受了历练。

显然,北京冬奥会掀起的中国冰雪“青春风暴”,后冬奥更加迅猛。如果说北京冬奥会上,17岁的苏翊鸣、18岁的谷爱凌这些“00后”运动员一战成名,让大家见证了“中国冰雪跨越赶超、勇攀高峰的辉煌,那么,“十四冬”上的这些“10后”“冰雪小将”,则让人们看到了更加热气腾腾、朝气蓬勃的中国冰雪。

筹办北京冬奥会点燃了冰雪运动的熊熊火炬,带动三亿人参与冰雪运动。北京冬奥会后,随着“南展西扩东进”步伐的继续,中国冰雪运动整体氛围愈发浓厚。时尚刺激、充满挑战的冰雪运动,对年轻人有着天然的吸引力。让他们欣喜的是,今天,即使在南方一些省份,即使U型场地技巧、大跳台这些相对“小众”的项目,年轻人也有越来越多的机会参与。

比大哥哥、大姐姐们更幸运的是,“10后”青少年也许在上幼儿园时就跟着爸爸妈妈踏进过冰场雪场,中小学则有更多学习冰雪运动技能的机会。他们从小“玩冰雪”,站在更高的起点,拥有更好的条件,也体会了更多的快乐。因为好玩儿而热爱,因为热爱而努力,他们看淡输赢,却更快成长。所以,在“十四冬”这个全国大赛的舞台上,我们才看到了这么多的“10后”。

虽然非凡的北京冬奥会已成历史,但毫无疑问,中华大地后冬奥的精彩仍在刷新。迎着时代奔跑,“冰雪小将”们的舞台一定更广阔,明天一定更灿烂!

河北日报记者 赵瑞雪

# 后冬奥,冰雪『青春风暴』更迅猛



2月21日,黑龙江队球员于中怡与河北队球员侯依凡(左)在比赛中拼抢。当日,在内蒙古冰上运动训练中心冰球馆举行的第十四届全国冬季运动会冰球项目女子青年组小组循环赛A组比赛中,河北队4比1战胜黑龙江队。

新华社记者 邓华摄

# “老吕”们的滑雪“账本”

河北日报记者 杨明静

## 身边体育看消费①

**编者按** 滑雪场上人头攒动,健身房里热力四射,特色赛事带动旅游观光和衍生品热销……体育消费在扩大内需、助力构建新发展格局中的作用日益凸显。中央经济工作会议强调,要“积极培育智能家

居、文娱旅游、体育赛事、国货‘潮品’等新的消费增长点”。本报今起推出“身边体育看消费”系列报道,从群众身边的场景切入,展示体育消费的澎湃活力,探讨扩大体育消费的方法途径。敬请关注。

雪季卡,计划中的这趟旅程,吕文忠和外孙女不需要再购买雪票。“办卡花了3000多元,因为石家庄距离涞源不远,一个雪季能去近30次,单次算下来也就一百多元。”他介绍。

许多滑雪发烧友为了寻求新鲜感,一个雪季内会到不同地区的滑雪场“过瘾”。“崇礼作为高品质滑雪胜地,每年是必去的,虽然票价更高一些。”吕文忠说,这个雪季,他还办理了崇礼滑雪场的10次卡卡,花费近3千元。

此外是食宿、交通费用。因为在保定有固定住所,他们的这次滑雪之旅主要涉及交通和餐饮费用,两三天的行程,费用预估在500元左右。而如果去崇礼或更远的新疆滑雪,食宿、交通花费就比较高,单日约1千元,一趟7天到10天的行程,就要花费大几千元甚至上万元。

吕文忠算过一笔账,不算装备,每个雪季他大概上雪四五十天,花费2万多元。

对于不少滑雪初学者来说,聘请教练是一笔不可省的开销。吕文忠介绍,初学者大概需要5个课时的学习就能自由上雪,聘请教练的费用每小时几百元不等。如果要进阶提升,一般要聘请高水平教练指导,费用一天约2千元。

去年12月2日,张石滑雪交流赛在崇礼云顶滑雪公园举行。作为石家庄滑雪运动协会的会员,吕文忠和一百余名石家庄雪友赴崇礼参加了比赛。

“参加比赛不仅能滑雪,还能和雪友们聚会交流,所以大家很乐意参加。”他说。

“参赛报名费每人只要200元。参加完比赛,雪友们一般会继续滑几天,其间晚上还会一起聚餐。”石家庄滑雪运动协会秘书长张文杰介绍,还有的雪友会带着家属前往,自己参赛之余,进行一次家庭度假。

“崇礼滑雪场的活动内容越来越丰富,我那次就带孩子去富龙四季小镇看了马戏表演,一家人还到太舞滑雪场泡

2月19日,石家庄的滑雪发烧友吕文忠正在整理自己和外孙女的滑雪装备,他们马上就要开始这个雪季的第三次滑雪之旅。

雪服、护膝、护甲、护臀、头盔、雪镜……仅滑雪穿着装备就有十余种。“这还只是穿着装备的一部分,雪板、雪鞋、固定器等雪具也是必备的。”吕文忠说。

作为一项专业运动,滑雪对装备的要求非常高。虽然都称得上专业,吕文忠所选择的装备和外孙女入门级的装备又有很大不同。

吕文忠的外孙女刚5岁,从上个雪季开始接触滑雪,还属于新手。考虑到外孙女随着身高的变化装备更新比较快,吕文忠给她买的装备大概花了三四千元,而吕文忠自己的装备,雪服和护具、雪具等加起来总共4万多元。

“滑雪装备价格区间很大,对于初学者来说,租赁全套装备是最经济实惠的选择,一天下来费用在300元—800元。而一旦入门,购买自己的滑雪装备就成为雪友必不可少的投入。”北京体育大学休闲与旅游学院教授蒋依介绍,一套入门级的滑雪装备价格在三四千元,而滑雪发烧友为之投入大几万元甚至更多都是有的。以雪镜为例,入门级的只要百余元,而资深雪友购置的专业品牌则要几千元。

一趟滑雪之旅的花费,远不止于装备费用。因为办理了涞源七山滑雪场的全

## “三张图”引来产业龙头项目

(上接第一版)王军辉介绍,该镇有农机生产企业790余家,产品涵盖齿轮、配件等6大类1万多个品种,是全国第二大农机市场,具有完整的大型农机产业链。

2022年6月15日,时任大陆村镇党委书记的王军辉,在得知中城汇金投资意愿后马上主动对接,然而首次接触就铩羽而归。

“智能农机谷项目充分利用物联网、云计算、人工智能等数字新技术,可向上打通农机制造产业链,向下打造智能农业服务新模式,促使晋晋农机制造业向高端化、智能化、绿色化发展。该项目含金量高、带动力强,可带动形成一个年产值超200亿元的农机制造产业集群。”宁晋县委、县政府领导班子越分析越心动。

“只要没签约,就有‘抢’过来的希望。”王军辉等人针对企业最担心的用地问题,把大陆村镇24个行政村看了一遍又一遍,全面梳理低效用地和僵尸企业,逐一核实可提供土地的详细情况,3天内绘出了选址地图。

与此同时,为了让企业在最短时间内了解大陆村镇的产业链优势,王军辉牵头制作了另一张图,直观、详细地展示当地的农机产业分布、空间规划、发展优势、要素保障等信息。

两张地图绘制好后,他当即发给了中城汇金。是不是来得及?能不能拉来项目?大家心里直打鼓。“约个时间谈谈吧。”2022年6月19日下午3时许接到对方电话,王军

辉高兴得差点蹦起来。“通过两张地图,我们能迅速地评估出我们的项目与该地区产业是否匹配。”智能农机谷项目负责人金恒续表示,地图真正站在客商角度绘制,让他们感受到宁晋招商引资的满满诚意。

“更厉害的是他们心里的第三张图。”金恒续说,几乎每个与他对接的宁晋招商员,都对国内外农机制造产业有独到见解。项目落地后的发展前景,可能遇到的阻力及对策,如何将项目与本地优势结合……一线招商员懂产业、懂经济、懂政策、懂企业、懂营销,对项目有清晰的认识和规划,促使公司坚定了把项目落户宁晋的决心,金恒续介绍。

去年11月,该项目在宁晋正式开工建设。“我们将推动产业链融通发展,部分产品交给当地企业合作生产,由我们提供技术支持,尽快把宁晋打造成国内第二个可以批量生产棉花植保服务务的地区,带动当地高端农机制造发展。”金恒续说。

去年,宁晋县累计签约项目45个,总投资90.66亿元;争列省重点项目11个、市重点项目64个,投资完成率分别为118.4%、123.8%,省市重点项目数量、投资完成率均居邢台市第一。

“忙!临近春节适合走访亲友,也是招商的绝佳时期。”这几天,王军辉和县招商局的同事正在为一个智能无人驾驶拖拉机项目绘制选址地图,“项目正在对接洽谈,机会不小。”