

从冬奥会看“湾区制造”新风向 4  
冰雪经济南下

# “冰雪经济”南下刚刚起航

广东省相关投资规模近千亿元，位列全国第三

文/羊城晚报记者 孙绮曼 实习生 严思蕴 图/受访者提供

惊鸿游龙，奏响九金凯歌。  
2月20日晚，2022年北京冬奥会落下帷幕。在本届冬奥会上，中国代表团获得了9枚金牌，5枚来自雪上项目，4枚来自冰上项目。

9块金牌，是中国在冬奥会上的最佳成绩，也是亚洲国家在冬奥会上取得的最好成绩。在全民为此冬奥振奋之余，广东冰雪市场也在“冬奥经济”之下“热”了起来。



融创雪世界



冰河湾真冰场

## 消费“冷”运动在粤“热”起来

“每到周末，我就会带女儿去滑雪。这阵子一看到电视上播放冬奥会比赛，她就跃跃欲试，说想朝着专业的方向发展，我们也支持女儿的兴趣。”家住广州的王女士告诉记者。

近年来，在国家冰雪运动“北冰南展西扩东进”发展战略的推进下，冰雪运动的热度在南方也不断提升。

据《中国冰雪旅游消费大数据报告(2022)》，2021—2022冰雪季，冰雪旅游客源城市TOP10分别是北京、上海、广州、深圳、杭州、成都、武汉、南京、重庆、天津，十个里面八个为南方城市，其中广州和深圳均位居前列。具体来说，马蜂窝数据显示，华南地区2021—2022冰雪季热度前三的景区分别是广州融创雪世界、三亚千古情景区、深圳世界之窗，其中有两个位处广东。

这反映出了广东冰雪消费的广阔潜力。与此同时，另一组数据显示，2021年双十一预售期间，广东人购买滑雪运动产品成交额同比增长87%，这也说明，冰雪运动在广东已有了一定的受众基础。

以消费能力和受众基础作支

撑，在带动“三亿人参与冰雪运动”和2022年北京冬奥会的双重利好推动下，罕见冰雪的广东正在掀起一阵“冰雪潮”，“冷”运动正在这个南方省份“热”起来。

“我们的冰鞋都穿坏了几百双。”冰河湾滑冰俱乐部负责人李韦宏向记者感慨道。在刚刚过去的春节假期里，位于广州的冰河湾滑冰俱乐部成为了许多市民游客的热门打卡点。鞋架上400多双滑冰鞋，每天要发完好几轮，许多前来滑雪的消费者甚至要排队才能等上一双冰鞋，冬奥期间人流量甚至翻了一倍。

而这样的场景不仅出现在冰河湾滑冰场，作为华南地区最大的室内滑雪场，广州融创雪世界也吸引了许多游客的目光。广州融创文旅城副总经理高锐向羊城晚报记者透露，今年春节期间，雪世界高峰期单日客流达6500人，目前广州融创雪世界累计接待客流总量超200万人次。2021年广州融创雪世界游客接待量同比2020年增长约30%，而早在2020年9月底，广州融创雪世界累计游客接待量就已破百万，成为全球最快突破百万客流的室内滑雪场之一。

## 市场 南方冰雪产业发展空间大

常被调侃“四季如夏”“入冬困难”的广东，为何能够掀起冰雪消费热潮？冰雪消费之“热”，背后是城市经济的发展、消费水平的提升以及相关基础设施的逐步完善。

“冬奥的来临给国内冰雪运动带来前所未有的发展机遇。近年来，国家及地方陆续推出助力冰雪运动及产业的利好政策，南方的冰雪产业发展和冰雪运动正在掀起热潮。”高锐向记者分析称，滑雪成为国内冬季旅游消费新热点。南方虽然缺乏滑雪运动的群众基础，但正因为冰雪资源的稀缺，南方群众的滑雪运动的参与热情反而较高，冰雪在南方地区的发展有着巨大的市场空间。

公开报道显示，广东全省现有冰上项目俱乐部25家，会员超过1000人；有滑雪项目俱乐部约20家，滑雪爱好者约40万人。截至2020年年末，广东省已经开设室内冰场20家，场馆总面积超过2万平方米。

同时，据不完全统计，2018年—2020年，我国冰雪旅游的重资产投资项目规模将近9000亿元，其中2020年有3000亿元。从投资额度分布来看，吉林省、湖北省、广东省分别位列全国前三位，其中，广东省的投资规模近千亿元。

“广东的冰雪运动发展趋势正在不断向好。”从业30余年，李韦宏是广东冰雪产业建设的参与者，也是有力的观察

者。在他看来，广东冰雪产业的发展，已经从20世纪八九十年代的普及工作发展到如今的向爱好者、专业运动转化。

“随着大国崛起，国家总体GDP的增长，国民消费力得到了长足的进步。随着普及工作环境的改善，未来冰雪一类的小众项目在消费升级的环境下会越来越好。”李韦宏说。

天眼查数据显示，截至去年年末，我国有超过8500家从事冰雪运动的相关企业，其中山东、河北、广东三地位列前三。其中，湛江金枪冰雪体育有限公司、惠州欧悦冰雪体育有限公司、惠州冰雪制冷设备有限公司等广东企业均在近1年内成立。

## 政策 助推冰雪产业驶入快车道

实际上，政策的支持也是近年来广东冰雪运动全民参与率提升的重要原因。羊城晚报记者梳理发现，自2015年北京成功申办2022年冬奥会以来，政府出台了《冰雪运动发展规划(2016—2025年)》《“带动三亿人参与冰雪运动”实施纲要(2018—2022年)》等多项政策文件，发展冬季运动相关产业。

而早在2016年，广东也已将发展冰雪运动纳入“十三五”规划，为全面启动冰雪运动奠定了政策基础；2017年，深圳市和国家体育总局及相关企业签署了《共同支持国家女子冰球队建设，备

战2022北京冬奥会合作协议》，合作共建昆仑鸿星和万科阳光两支国家女子冰球队，为球队落户深圳提供训练场地、食宿等系列服务保障，每年投入资金支持球队训练和参赛。

其中，位于深圳龙岗区的深圳昆仑鸿星冰球馆，是华南地区唯一的奥林匹克标准冰场。这里也是中国国家女子冰球队训练基地。冰球馆耗资3000万元建设，总占地8344平方米，建有长60米、宽26米的标准冰球场。在本次出征北京2022年冬奥会中国女子冰球国家队的23人中，就有16人由广东省体育局选送。

## 未来 场馆能耗问题如何“破冰”？

对普通市民游客来说，冰雪消费主要分为观赏性消费和体验性消费。在罕见冰雪的南方城市，体验式消费则是冰雪消费的重点。

近年来，广东冰雪场馆的建设与企业的投资对于冰雪体验消费需求有明显的拉动作用。然而，与其他一般的娱乐项目不同，冰雪消费的场馆建设有着更高的要求。地处北回归线，在没有天然雪场、冰面的情况下，广东冰雪场馆的建设运营，不仅需要有足够的面积的专门场地，还需要有能够不间断维持场地运营、控温的运作系统，这都需要一定的建设运营成本以及能耗成本。这对于土地资源紧缺、能耗巨大的超大城市而言，无疑是一大问题。

位于广州花都的融创滑雪场建设，就是一项超乎想象的挑战。高锐坦言，在建设过程中，雪场克服了很多课题，在技术突破上做出了非常多的努力。最终，广州融创雪世界作为第四代室内滑雪场，创造了世界独特的立体交叉雪道，实现了100%绿色建筑认证。

据高锐介绍，在140万立方米的室内保持温度恒定，避免冷气流失，雪世界采用了世界顶级设备与技术加持，全场共使用5台制冷主机、67台冷风机制冷、13台小型造雪机及2台雪炮造雪，另配备德国进口压雪车设备进行雪道维护，确保持续输出最佳雪质。

无疑，对于温暖的广东来说，在超大城市建设冰雪场馆会造成巨大的能耗。这些能耗问题应该如何“破冰”？对此，华南师范大学教授谭建湘认为，人造雪成本高，导致投资建设成本高，一座城市不宜过多建设室内滑雪场，广东城市在冰上项目方面有更大的发展空间，“从制冰工艺，到组织管理、场地条件等都相对容易实现，很多商场都有条件搭建用于开展滑冰、冰球、冰壶等项目运动的冰场”。

对此，李韦宏向记者介绍道，就体验型、娱乐型的真冰场而言，场地建设的要求主要是冰面平整度、冰面厚度和室内温度及冰面温度的控温。但对于花样滑冰、冰壶、冰球等比赛型冰场而言则会有更高的建设要求。他表示，在冰场的建设地点上，对室内商场的要求首先是无柱空间，其次是要建筑挑高，同时对场地承重及空调冷量也有所要求。

但与此同时，李韦宏也提到，许多滑冰场由于建设时间早，主要还是依靠传统的乙二醇制冷法维持稳定制冷，能耗较高。

对此，谭建湘建议，广州等南方城市可探索发展超低温发电技术，并将发电产生的冷能通过存储应用于室内冰馆或雪场的建设，形成“冰雪运动基地——新能源发电”的循环经济生态，实现城市经济发展与文体娱乐项目的相互协调发展。

# 专题

巨量引擎城市研究院数据报告告诉你

# 粤产“冰墩墩”有多么顶流？冰雪游消费如何“广东热”？

文/王丹阳  
图/巨量引擎城市研究院数据报告

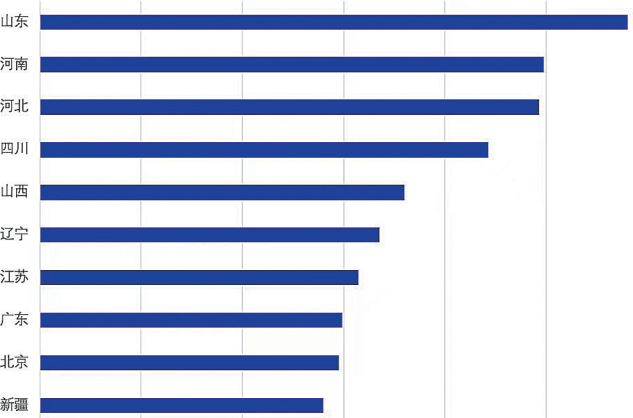
“冰墩墩”和“雪容融”组合，抖音相关视频及话题播放量超230亿次。

青蛙公主爱凌抖音粉丝达1781万，相关话题播放量超92亿次。这个冬天，抖音用户最喜欢去的全国滑雪目的地前5名，广州是唯一上榜的南方城市……

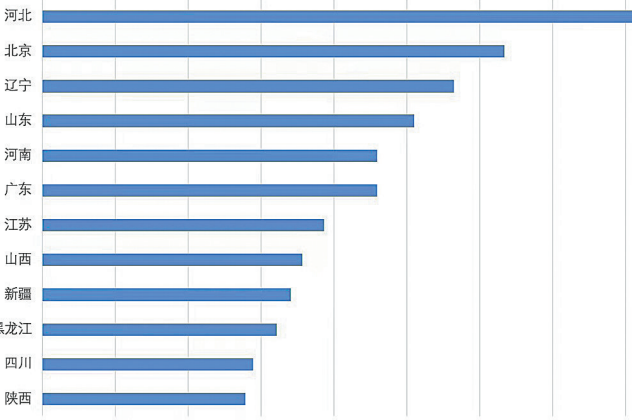
2月20日，2022年北京冬奥会正式闭幕。巨量引擎城市研究院发布的最新数据报告显示，来自广东设计的冰墩墩，自开幕式以来凭借热搜刷屏之姿，成为冬奥期间当之无愧的抖音顶流；花样滑冰、短道速滑、跳台滑雪成为抖音用户最感兴趣的三大冬奥运动；谷爱凌、王濛、羽生结弦、武大靖与俄罗斯“花滑三娃”成为抖音全网受关注的明星运动员。

在抖音上，银白色“速度与激情”穿屏而出，以十亿、百亿乃至千亿的顶级流量连接五湖四海。打卡冰雪旅游也从北到南，大数据显示广州上榜全国打卡最多滑雪地Top2，粤式“冰雪奇缘”消费正酣。

抖音滑雪运动人群省份分布TOP10



抖音滑冰运动人群省份分布TOP10



## “冰雪”视频播放量近千亿次，花滑最受关注

从美到窒息的24节气的视觉大餐到各国运动员羽絨服样式评比；从普通中国人手手相传国旗，到五星红旗与冰雪五环交相辉映；从满屏中国红到超燃震撼的点火仪式，当中国年遇上冬奥，中国元素精彩纷呈，通过抖音传播四方。

作为全球首座也是唯一的双奥之城，北京，吸引着全世界的目光。

在2月4日北京冬奥开幕当天，抖音冬奥相关的话题量一路攀升，引爆全网。据巨量引擎城市研究院发布的报告显示，开幕式、第一比赛日、冬奥吉祥物频繁亮相以及热门赛事前后、夺金点运动员赛前赛后等时间段，相关内容的话题量在抖音的热度尤为高涨。

花样滑冰、短道速滑、跳台滑雪成为抖音用户最感兴趣的

三大冬奥运动。赛事才过半程，相比2020年与2021年同期，抖音上花样滑冰话题播放量增长了59倍，短道速滑话题播放量增多到43倍。

“竞技神颜千千万，花滑至少占一半”的花样滑冰，在抖音用户关注的冬奥赛事和全球各地对冬奥赛事兴趣度的对比中，成功位居双榜的前列。紧跟其后的，则是以激烈的竞技场面和强对抗性，让每一场比赛都看点十足，具有超强的话题性的短道速滑。

除冬奥运动员外，抖音超人气王属于冬奥新晋解说员王濛。靠着“抛梗不在话下，氛围拿捏住”，创造出众多濛言濛语，截至目前，王濛抖音粉丝量已突破674万，相关话题抖音的播放量近53亿次播放。王濛说“我的眼睛就是尺”的定制特效道具播放达1.2亿次。

“雪上玉娇龙”谷爱凌是本届冬奥最受抖音全网关注的明星运动员之一。

数据显示，谷爱凌以强大的个人实力及性格魅力收获无数关注与喜爱，在抖音的粉丝量已超过1781万，曾在夺冠后24小时涨粉量超500万，谷爱凌相关话题抖音的播放量达92亿次。抖音数据显示，冰雪运动女性比例呈现不断增长的态势，在一些冰雪项目如滑雪占有较大比重。

据“带动三亿人参与冰雪运动”统计调查报告显示，2015年北京成功申办冬奥会以来，全国居民冰雪运动参与人数为3.46亿人。在抖音热门视频中，从11个月的滑雪婴儿，到70岁、80岁的滑雪老伯，抖音用户积极参与冰雪运动，热爱冰雪运

在冬奥热潮带动下，冰雪运动“南展西扩东进”的持续推进，也在抖音用户打卡量上有明显体现。

冰雪运动正逐步打破季节和地域的限制，从千里雪飘的北国到四季花开的岭南，让更多人乐享冰雪运动。

抖音冰雪运动的人群城市分布TOP10城市排行显示，广东、江苏等经济实力大省，运用科技人工造雪，不断丰富民众休闲娱乐、体育运动场景，在四季都能享受滑雪带来的乐趣。

其中，抖音冰雪景区/景点的打卡量与去年同期相比，北方城市冰雪打卡依旧火热，南方城市随着滑雪场数量的不断增加，抖音用户的打卡量也在不断增加，广东冰雪打卡增长率超50%，位列全国增长前十。

动的心贯穿各个年龄段。

滑雪和滑冰成为抖音用户在冰雪运动中最喜爱的两项运动。其中“滑雪”话题的抖音话题播放超202亿次，“滑冰”话题的播放达15.1亿次。元旦假期、寒假、春节以及冬奥的多重带动下，滑雪、滑冰在抖音的搜索量同比去年同期，分别增长5.6倍和12倍。

但是冬奥期间，抖音全网的最强顶流并非“青蛙公主爱凌”，而是来自广东设计的冬奥会吉祥物冰墩墩与冬残奥会吉祥物雪容融的最强组合。

据巨量引擎城市研究院的数据显示，“冰墩墩”和“雪容融”抖音相关视频播放量已超230亿，开幕式以来热搜全天霸榜，在2月7日搜索量达到峰值，绝杀一众前顶

## 比谷爱凌更强的抖音顶流，来自广东的冰墩墩

流，无一日不见墩。

——《我只想要一只冰墩墩》的抖音BGM借势“顶流”的超级流量，被广大用户传唱。《我只想要一只冰墩墩》BGM视频播放量高达10亿+，有超过110万人参与使用；——冰雕、3D建模打印、鸵鸟蛋变身、毛线钩织……抖音用户发挥自己的创意无限，运用十八般武艺各显神通，用各种方式拥有顶流冰墩墩，“万物皆可冰墩墩”的播放量超8.9亿次；——抖音特别推出的“冰墩墩妆容贴纸”特效上线以来，明星、达人、女足运动员等借此为冰雪健儿加油助威，截至2月20日播放次数就达76亿，超千万抖音网友使用这一道具发布短视频。

## 粤式“冰雪奇缘”乐不停，冰雪旅游消费正酣

——抖音全国主要省份冰雪景区与景点POI打卡量分布中，广东入选全国前十，位列第七，是排名最高的南方省份；

——抖音滑雪运动人群与滑冰运动人群TOP10省份分布中，广东排名第七与第六，与江苏是唯一二上榜的南方省份；

——抖音用户在这个冬天，这个雪季最喜欢去的滑雪目的地前五名，广州是唯一上榜的南方城市，其他目的地分别为吉林、新疆、河北、北京；

——抖音用户打卡最多全国滑冰场TOP30中，东莞、佛山、深圳有多家滑冰场入选。

巨量引擎城市研究院数据显示，作为抖音用户最喜欢的冬季旅游项目，滑雪度假游客以40岁以下

中青年为主，这部分人群有一定经济基础，有较强的家庭游、亲子游、聚会需求。

从去年11月到今年2月11日，抖音用户打卡最多的全国滑雪地点TOP30中，位于珠江畔的广州融创雪世界超越阿勒泰、张家口、乌鲁木齐等诸多北方滑雪胜地，位列全国第二。

值得关注的是，与榜首“天赋型选手”吉林市松花湖滑雪场打卡高峰期中集中在冬季假期不同，采用人工造雪、多为封闭滑雪场馆的广州融创雪世界更像是“六边形选手”，人们一年四季都可以体验滑雪运动，抖音用户主要打卡时间段在五一小长假和暑期阶段，让人在羊城酷夏也能享受粤式“冰雪奇缘”带来的欢乐。

南国珠江畔，正开启冰雪旅游消费新机遇。