

聚焦“后冬奥”⑥

# 冷冰雪成为“热运动”“热经济”

## ——北京冬奥会带火中国冰雪运动和冰雪产业

本报记者 刘 峻

北京冬奥会、冬残奥会的筹办举办推动了中国冰雪运动跨越式发展，实现了“带动三亿人参与冰雪运动”愿景，让中国进入冰雪运动新时代。

简约、安全、精彩的冬奥盛会之后，中国冰雪的“奇迹”仍在继续上演。中国继续推动冰雪运动普及发展，发展冰雪产业，越来越多人关注冰雪项目、参与冰雪运动，享受踏雪逐冰的速度与激情。九州大地上，“冷冰雪”俨然成为“热运动”“热经济”。



受邀体验“双奥”主题旅游线路的北京冬奥会开闭幕式志愿者在国家体育场“鸟巢”留影。  
新华社记者 陈昊摄



小朋友在国家游泳中心“冰立方”等候进行冰壶体验。  
新华社记者 鞠焕宗摄

### “三亿人参与冰雪运动”影响世界

虽然已经过去了18年，但是万龙滑雪度假天堂董事长罗力对在河北崇礼运营当地第一家大型滑雪场的情景记忆犹新。“滑雪场一开，我发现自己陷入了非常窘迫的状况——几乎没有顾客。”彼时，中国滑雪群体很小，再加上从北京驱车前往200多公里外的崇礼需要四五个小时，让这座滑雪场无人问津。

北京冬奥会的申办和筹办，改变了雪场的命运。“2015年7月，北京冬奥会申办成功，当年冬季，滑雪场就爆棚了。”罗力说，“滑雪场的缆车、接待中心、酒店等设施都不够用了，我们向银行贷款扩建，这才‘接’住了第二年纷至沓来的滑雪者。”

几年间，越来越多的大型滑雪场绽放在崇礼。罗力发现，后来者的加入不仅没有分走一杯羹，还让崇礼滑雪产业的蛋糕越做越大。

万龙已经成为享誉海内外的“粉雪天堂”。2018—19年冬季，滑雪场接待游客45万人。“为了扩大市场，我们曾向大学生免费开放。如今，我经常在雪道上碰到那时来过的大学生，他们现在都成了滑雪发烧友。”罗力说。

万龙和崇礼的蜕变折射出中国冰雪运动跨越式发展的进程。“带动三亿人参与冰雪运动”统计调查报告显示，截至2021年10月，中国冰雪运动参与人数达3.46亿人，居民参与率达24.56%，实现了“带动三亿人参与冰雪运动”的目标。在北京冬奥会、冬残奥会的助推之下，冰雪项目参与者和爱好者的数量仍在不断提升。

“中国18岁至30岁居民冰雪运动参与率最高，达到了37%，这体现了冰雪运动发展时尚化、年轻化的特点。”北京体育大学教授林显鹏说，中国群众性冰雪运动走向深入，已经成为世界冰雪板块中的重要利益相关方。青少年学生群体对冰雪运动的参与度彰

显了中国冰雪运动持续发展的巨大潜力。数据显示，截至2021年底，中国约有3000所学校把冬季运动加入了课程表，预计到2025年，中国冰雪运动特色校将达到5000所。在北京，中小学生在冰上滑雪已超过约210万人次。

### 为冰雪产业发展提供“中国方案”

过去，由于自然条件限制，中国冰雪运动参与人群主要集中在北方少数省份。“冰雪运动不进山海关”是困扰中国冰雪运动普及的难题。在“带动三亿人参与冰雪运动”的推动下，伴随着体育产业发展与科技进步，中国冰雪运动“南展西扩东进”。截至2021年，全国已有654块标准冰场、803个滑雪场，较2015年增幅达317%和41%。从东北到海南，从新疆阿勒泰到“长三角”和“珠三角”，越来越多的中国人爱上了冰雪。

借助北京冬奥会、冬残奥会的机遇和冰雪运动的热潮，中国冰雪产业蓄势待发。在

北京市滑雪协会副主席、雪帮雪业首席执行官伍斌看来，中国冰雪产业的发展以北京冬奥会为节点，此前主要受益于供给侧的影响，冬奥会后，消费需求的强大动能将让冰雪产业产生“天翻地覆”的变化。

“北京冬奥会的筹办和举办，带动了冰雪场馆数量的提升，比如全国室内滑雪场从2014年的7家增长到现在的近40家，而且更多集中在南方城市。场馆的增加让滑雪设施和设备的供应链条处于较大增长区间。”伍斌说。

近年来，中国冰雪体育用品销量成倍增长。京东集团的数据显示，今年春节期间，滑雪运动类商品和冰上运动类商品整体成交额同比分别增长322%和430%。雪板固定器、单板滑雪板、滑雪裤和滑雪服等装备器材的消费金额增速最快。

林显鹏认为，中国冰雪产业发展形成了独特的模式。“很多室内滑雪场建成了以冰雪为特征的运动或商业综合体，以滑雪为核心

带动餐饮、休闲、商贸、旅游、娱乐等产业融合。此外，针对中国滑雪爱好者体验式、休闲式滑雪的特点，中国围绕城市建设雪场，形成了冰雪“同心圆”，给世界冰雪运动发展提供了“中国经验”。

冰雪运动的发展促进了区域协同发展。如今，大兴机场、高速路网、轨道交通运营建设加速推进，京张高铁将张家口拉入了京津冀“一小时生活圈”，坐着高铁去滑雪成为中国冰雪爱好者的时尚和快捷之选，一条串联起北京、延庆和崇礼的“京张体育文化旅游带”正在“后冬奥时期”崛起。

### 冬奥遗产贡献新动能

北京冬奥会、冬残奥会后，如何把群众冰雪运动热情保持下去？专家和业内人士表示，冬奥遗产的运用将成为推动冰雪运动和冰雪产业发展的新动能。

作为北京冬奥会、冬残奥会重要的物质遗产，北京冬奥会场馆在设计建设之初便考虑了赛后利用的要求。冬奥会后，“冰丝带”“雪飞天”“雪游龙”“雪如意”等冬奥场馆将成为造福人民的优质资产。

“面向未来，我们将全力以赴将‘冰丝带’打造成展示中国文化独特魅力的重要窗口、展示我国冰雪运动发展的亮丽名片。”北京国资公司副总经理、国家速滑馆场馆运行团队主任武晓南说。据介绍，国家速滑馆“冰丝带”采用了分区域、多功能制冰设计，未来可同时开展花样滑冰、速度滑冰、冰壶、冰球等多种冰上运动，满足2000人同时上冰体验的需求。

北控集团相关负责人介绍，延庆赛区冬奥场馆的可持续利用工作将从打造重大赛事举办和训练场地、大众参与冰雪运动场地、休闲度假地等方面着力，努力形成北京“东有环球影城、西有延庆冬奥园区”的整体格局，将“最美冬奥城”呈现于公众面前。近日，延庆奥林匹克园区将向公众开放，率先开启冬奥体验季，游客可乘索道直达“雪飞燕”山顶出发区，也可沿1.9公里的屋顶楼面观光路参观“雪游龙”。在冬奥村，运动员同款“冬奥智能床”、运动员餐厅特色菜品也将为游客带来惊喜。

“冬奥遗产对冰雪产业的促进作用很大。一方面，冬奥场馆会吸引很多冰雪运动爱好者尝试和体验，加快冰雪项目的普及。另一方面，苏翊鸣、谷爱凌等运动员对年轻一代的冰雪爱好者产生强大影响力，带动更多人参与，推动冰雪运动的普及。”伍斌表示。

罗力指出，从国际经验来看，举办冬奥会的3年内，主办国的冰雪运动参与人数都会有较大增长。“申办冬奥会像梅花开了，预示着春天近了；举办冬奥会像迎春花开了，中国冰雪产业万紫千红、百花齐放的春天到了。”罗力说。

## 新赛季中超实行“升3降3”

本报电（立风）中国足协近日在官网公布了2022赛季中国足球三级职业联赛参赛球队名单及相关政策。中超联赛没有俱乐部退出，按计划扩军至18支参赛球队，实行“升3降3”的升降级政策。青岛队和贵州队退出职业联赛，由新疆天山雪豹队和北京理工大学队递补参加中甲联赛。U19国青队将参加中乙联赛。

2022赛季中超联赛和中甲联赛规模均为18家俱乐部，中乙联赛规模为20支球队（含U19国青队）。中超联赛执行“升3降3”政策，中超倒数后三名直接降入中甲，中甲前三名直接升入中超。中甲联赛和中乙联赛则分别实行“升3降3”和“升4降2”的升降级政策。

新赛季三级职业联赛没有国内球员转会名额限制。第一个转会窗口各中超俱乐部可注册外援数量不得超过6名，各中甲俱

乐部可注册外援数量不得超过3名。中超俱乐部每场可报名最多5名外援，同时上场最多4名外援。中甲俱乐部每场可报名3名外援，同时上场最多2名外援。

中超、中甲俱乐部每场比赛应有1名U23球员始终在场，中乙俱乐部每场比赛应有1名U21球员始终在场。为做好杭州亚运会备战工作，中超、中甲俱乐部如有球员入选U23国足，在球队集训、参赛及防疫隔离期间可不执行U23球员出场政策。

如俱乐部被U23国足征调超过2人，相关俱乐部可享受多人征调补偿政策：被征调2名球员时，俱乐部同时报名人数可增加1人；被征调3名球员时，俱乐部同时报名人数可增加2人；被征调4名球员及以上，相关俱乐部每场比赛的对手最多同时上场3名外援。

受疫情影响，目前三级职业联赛尚未确定开赛时间、赛程及比赛举办地。



## 春日篮球赛

近年来，江西省赣州市章贡区满足群众多层次、多样化的体育需求，充分利用新老城区金边银角、老旧厂房等场地，高标准、高品质建设体育场地设施，积极打造“15分钟健身圈”。

图为4月24日，运动爱好者在室外篮球场打篮球。

胡江涛摄（人民视觉）

## 成都大运会进行首次实战综合演练

据新华社电（记者陈地）记者从成都大运会执委会获悉，4月15日至23日，成都大运会进行了“第一次实战综合演练”。

本次实战综合演练以成都大运会击剑项目决赛日（2022年6月29日）为场景，通过全员参与、全要素、全流程演练，实战检验前期筹备工作成果，对各项筹备工作进行查漏补缺，锻炼运行团队、积累办赛经验，全面磨合赛时指挥运行体系流程，确保成都大运会顺利举办。

据了解，本次实战综合演练按照成都大运会正赛标准和需求，分为前期筹备、客户群抵达、赛事组织及场馆运行三个阶段组

织实施。在15日至21日的前期筹备中，完成了大运会App上线、调试、运用，演练参加人员和车辆的注册信息收集、人员背景审查、注册制证、证件查验、设备安装调试，编制完善交通时刻表、竞赛活动日程表、场馆每日运行时刻表，各专项中心的组建、调试和试运行等各项筹备组织工作。

22日至23日，赛时指挥部调度中心（MCC）以成都击剑馆中心6月29日当天运行计划（DRS）为场景，按照“全流程、全要素、全实战”标准开展大运会“赛时一天”综合实战演练。此外，在22日至23日，媒体运行环节也进行了演练。