

# 十年全国大众冰雪活动组织特点、品牌模式、可持续发展研究

柳悦<sup>1,2\*</sup>, 秦子雯<sup>3</sup>

<sup>1</sup>拉科鲁尼亚大学, 西班牙 拉科鲁尼亚

<sup>2</sup>香港冰壶协会, 香港

<sup>3</sup>北京国家游泳中心, 北京

收稿日期: 2024年6月18日; 录用日期: 2024年9月29日; 发布日期: 2024年10月30日

## 摘要

通过分析2014年首届全国大众冰雪季和2018年首届全国大众冰雪欢乐周活动的特点, 总结近十年来大众冰雪打造的最主要代表性的活动组织类品牌、雪上赛事品牌、冰上赛事品牌种类, 提出了我国大众冰雪活动可持续发展路径: 从政策的连续性、动员的社会性、市场的主体性、方案的针对性、活动的主题性、内容的创新性、形式的多样性、场馆的安全性、参与的众多性、品牌的独特性、发展的耦合性、实施的规范性等方面下功夫, 不断提升我国大众冰雪活动赛事的品质, 为冰雪体育强国做出积极贡献。

## 关键词

全国大众冰雪活动, 组织特点, 品牌模式, 可持续发展

## A Study on the Organizational Characteristics, Brand Models, and Sustainable Development of Ten Year National Mass Ice and Snow Activities

Yue Liu<sup>1,2\*</sup>, Ziwen Qin<sup>3</sup>

<sup>1</sup>University of La Coruña, La Coruña, Spain

<sup>2</sup>Hong Kong Curling Association, Hong Kong

\*通讯作者。

<sup>3</sup>Beijing National Aquatics Center, Beijing

Received: Jun. 18<sup>th</sup>, 2024; accepted: Sep. 29<sup>th</sup>, 2024; published: Oct. 30<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

By analyzing the characteristics of the first National Popular Ice and Snow Season in 2014 and the first National Popular Ice and Snow Joy Week in 2018, this paper summarizes the most representative event organization brands, snow event brands, and ice event brands created by the public in ice and snow in the past decade. It proposes a sustainable development path for public ice and snow activities in China: from the continuity of policies, the sociality of mobilization, the subjectivity of the market, the pertinence of plans, the theme of activities, the innovation of content, the diversity of forms, the safety of venues, the diversity of participation, the richness of brands, the uniqueness of brands, the coupling of development, and the standardization of implementation, efforts are made to continuously improve the public ice and snow activities in China. The quality of the event makes a positive contribution to the development of a strong country in ice and snow sports.

## Keywords

National Mass Ice and Snow Activities, Organizational Characteristics, Brand Model, Sustainable Development

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

全国大众冰雪季从 2014 年举办首届至 2024 年已连续承办 10 年, 全国大众冰雪欢乐周从 2018 年起已连续承办 6 年, 伴随着申请冬奥、迎接冬奥、举办冬奥、后冬奥这一时间主轴, 一年一主题, 活动赛事不断深入, 从 2014 年第一届时的 10 个省区市参与, 到近两年 31 个省区市全部联动, 各类赛事活动覆盖的区域超过了全国一半的地级市。仅 2023 年第九届各级各类全国性联动或区域性联动的群众冰雪赛事活动共计 1499 项, 其中冰雪活动 696 项, 冰雪赛事 689 项, 冰雪嘉年华及其他综合性活动等 114 项。具有较强的举办针对性, 更加体现了地域和人群参与的特征。大众冰雪运动实现了北冰南展西扩东进的目标, 冰雪人口不断壮大, 人员规模也从 2014 年的 1000 万人次左右, 上升到了第七届时的近 1 亿人次, 增长了近 10 倍。2015 年成功申办北京冬奥会以来, 全国居民冰雪运动参与人数达 3.46 亿, 提前实现了“带动三亿人参与冰雪运动”的目标[1]。冰雪场馆供给力度不断加大, 截至 2022 年底, 全国冰雪运动场地 2452 个, 较上年度增长 8.45%。其中, 滑冰场地 1576 个, 占 64.27%; 滑雪场地 876 个, 占 35.73%, 分别较上一年度增长 8.69%、8.01% [2]。冰雪经济快速发展, 中国旅游研究院发布的《中国冰雪旅游发展报告(2023)》指出, 2021~2022 年冰雪季, 我国冰雪休闲旅游人数为 3.44 亿人次, 预计到“十四五”末期的 2024~2025 年冰雪季, 我国冰雪休闲旅游人数有望达到 5.2 亿人次, 冰雪休闲旅游收入将达到 7200 亿元[3]。当前, 我国正在开展体育赛事进景区、进街区、进商圈的“三进”和“举办一个赛事提升一座城”以及“跟着赛事去旅行”的活动, 认真梳理总结分析近 10 年来我国大众冰雪活动开展特点和品牌活动赛事打造的情况, 总结经验, 集思广益, 探讨大众冰雪可持续发展的对策, 具有十分重要的现实指导意义。

## 2. 十年全国大众冰雪活动组织的主要特点

### 2.1. 全国大众冰雪季的主要活动组织特点

自 2014 年创办全国大众冰雪季以来, 已成功举办 10 届, 形成了中国式大众冰雪活动发展模式。由国家体育总局和省市政府主办, 时间从当年 12 月底到第二年的 4 月 1 日。主要特点: 一是精准聚焦群众需求。一年一主题, 主会场分布京津沪直辖市、河北、湖北、东北黑龙江、吉林等地。全国所有地级以上的城市全部参与了冰雪活动之中。结合地域特色, 宜冰则冰、宜雪则雪, 采取室内外相结合, 各有侧重, 满足群众性冰雪赛事活动需求。二是突出青少年赛事活动主体地位。通过举办校园冰雪嘉年华系列活动, 开展滑雪、滑冰等体验和比赛, 让冰雪运动走进课堂。三是实现更大范围的人群覆盖。根据不同地域、不同人群特点, 有针对性地组织冰雪赛事活动。实施“冰雪+”战略, 打造冰雪经济体系。运用好北京冬奥遗产, 深入实施“冰雪惠民计划”, 产生了很好的社会和经济效应。见表 1。

**Table 1.** Statistics of major activities in the national mass ice and snow season since 2014

**表 1.** 2014 年以来全国大众冰雪季主要活动项目统计表

| 年份   | 主会场 | 主题/主要活动内容  |
|------|-----|--|
| 2014 | 北京  | 助力申奥, 燃情冰雪, 同心共筑中国梦/开展了花样滑冰、速度滑冰、短道速滑、冰球、冰壶等冰雪运动项目。                      |
| 2015 | 北京市 | 燃情冰雪, 共筑中国梦/增加了滑雪、雪橇、雪车等项目, 同时还开展了冰雪马拉松、冰上龙舟、雪地足球等创新冰雪活动。                |
| 2016 | 北京市 | 传递冰雪文化, 共筑奥运梦想/包括冰上舞蹈、冰上曲棍球、冰上接力等, 还新增了雪地自行车、雪地皮划艇等趣味冰雪运动。               |
| 2017 | 河北省 | 汇聚冰雪力量, 共圆冬奥梦想/包括滑雪、滑冰、雪橇、雪车等, 同时还开展了冰雪文化展览、冰雪摄影大赛等活动。                   |
| 2018 | 上海  | 共享冬奥成果, 共享冰雪盛会/包括冰球、冰壶、滑雪、滑冰等。   |
| 2019 | 天津  | “欢乐冰雪、健康中国”和“激扬中国梦、快乐冰雪行”/包括速度滑冰、花样滑冰、冰球、冰壶、滑雪等, 同时还开展了冰雪进校园、冰雪进社区等普及活动。 |
| 2020 | 吉林省 | 激扬中国梦、冰雪酝新篇/包括越野滑雪、冰雪汽车邀请赛、打雪仗精英赛、冰上龙舟等, 全面展示了冰雪运动的激情与魅力。                |
| 2021 | 武汉  | 全民健身冰雪同行/包括冰球、冰壶、滑雪、滑冰等, 同时还开展了“中国冰雪大篷车”、“全民冰雪公开课”等便于群众参与的冰雪赛事活动。        |
| 2022 | 哈尔滨 | 奋进新时代, 开启冰雪运动新征程/包括滑雪、滑冰、雪橇、雪车等, 同时还开展了冰雪旅游、冰雪文化展览等活动。                   |
| 2023 | 北京  | 欢乐冰雪共创未来/包括滑雪、滑冰、冰球、冰壶等, 同时还开展了冰雪进校园、冰雪进社区等普及活动。                         |

### 2.2. 全国大众冰雪欢乐周的主要活动组织特点

全国大众冰雪欢乐周自 2018 年创办以来, 已经成功举办 6 届。由国家体育总局和省市政府主办, 时间选择在全民体育健身日(8 月 8 日)的这一周。主要特点: 一是目标明确。通过活动推广冰雪运动, 激发大众参与热情, 推动全民健身的纵深发展, 助力体育强国、健康中国建设。二是主题突出。每年一主题, 体现冰雪与欢乐, 吸引社会各界参与活动。三是内容丰富。通过公开课等形式开设冰雪知识课堂, 传播冰雪文化, 提升大众对冰雪运动的认识。采取线上线下相结合的办法提供冰雪运动体验和专业的技能培训。见表 2 历届全国大众冰雪欢乐周统计表。

**Table 2.** Statistics of major activities of the national mass ice and snow joy week since 2018**表 2.** 2018 年以来全国大众冰雪欢乐周主要活动项目统计表

| 年份   | 主题/主要活动内容   |
|------|---|
| 2018 | 冰雪魅力, 快乐生活/包括青少年夏季滑雪挑战赛、青少年轮滑推广主题活动、冰雪公开课、青少年滑雪夏令营、冰雪社区讲堂等活动。此外, 还有冰上控球滑行、冰上雪橇接力赛等冰上游戏。           |
| 2019 | 冰雪力量, 快乐前行/包括滑雪比赛、滑冰比赛、雪橇比赛、冰雪亲子活动、冰雪摄影展等。此外, 还开展了冰雪公开课、冰雪运动知识讲座等活动。                              |
| 2020 | 冰雪相约, 快乐同行/通过现场连线的方式, 组织全国冰雪运动爱好者向正在进行“体能测试大比武”的冰雪项目国家队选手发起体能挑战。还举办了“中国数字冰雪运动会”、“冰雪知识微课堂”等一系列活动。  |
| 2021 | 冰雪梦想, 快乐无限/包括滑雪比赛、滑冰比赛、雪橇比赛、冰雪亲子活动、冰雪摄影展等。同时, 还有冰雪公开课、冰雪运动知识讲座、冰雪运动体验营、冰雪运动装备展览等活动。               |
| 2022 | 冰雪激情, 快乐传递/包括滑雪比赛、滑冰比赛、雪橇比赛、冰雪亲子活动、冰雪摄影展等。此外, 还有冰雪公开课、冰雪运动知识讲座、冰雪运动体验营、冰雪运动装备展览等活动。               |
| 2023 | 冰雪魅力, 快乐生活/注重非遗传承和提供沉浸式体验的活动, 设置了“地域”和“人群”分会场, 在成都、西安等多城市举办了“全民冰雪公开课, 包括越野滑雪(滑轮)、冬季两项、陆地冰壶、旱地冰球等。 |

### 3. 十年全国大众冰雪活动打造的主要品牌

#### 3.1. 活动组织类主要品牌

**Table 3.** Statistics of major brands of national mass ice and snow activity organizations in the past ten years**表 3.** 十年全国大众冰雪活动组织类主要品牌统计表

| 品牌            | 特色   |
|---------------|--|
| 中国冰雪大篷车       | 活动包括冰雪知识的讲解和冰雪运动器材的展示和各种实际的冰雪运动体验。巡回城市 100 场。              |
| 中国冰雪大会        | 以“参与、体验、互动”为主要内容, 分站全国多个城市举办。提供冰雪运动科技、民俗体验和冰雪文化展示, 成功举办三届。 |
| 全民冰雪公开课       | 在全国各类冰雪场馆, 通过线上线下有奖问答、视频观看、训练观摩、实物教学、动作演示的活动形式, 传播知识和能力体验。 |
| 青少年冰雪夏(冬)令营   | 中国小学生短道速滑、速度滑冰、冰球冬令营。青少年滑雪、滑冰夏令营。                          |
| 哈尔滨冰雪大世界      | 连续举办 25 届。让游客现场近距离感受冰雪世界的无穷魅力。今年又荣获中国文旅先锋奖。                |
| 数字冰雪运动会       | 采取线上冰雪电竞、线下冰雪体验相结合方法和分站式形式进行比赛。连续举办三届。                     |
| 全国青少年国防体育冰雪大赛 | 包括国防体育冬季两项赛、冰雪勇士抢滩登陆、冰雪勇士排雷赛、冰雪勇士雪仗对抗赛、冰雪勇士丛林野战赛等。连续举办两届。  |

全国大众冰雪活动从 2014 年近 100 项活动开始, 逐年增多, 2022 年达到近 2000 项活动。一是全国类冰雪活动组织主要品牌。主要由国家体育总局冬运中心策划组织实施, 先后组织冰雪大篷车全国巡回展演, 分站式举办中国冰雪大会, 进行了全民冰雪公开课。二是地方类冰雪活动组织主要品牌。冰雪节庆类包括黑龙江哈尔滨国际冰雪节和伊春森林冰雪欢乐季、吉林长春冰雪节、新疆阿勒泰人类滑雪起源地纪念日庆典活动、内蒙古呼伦贝尔冰雪那达慕、吉林长白山粉雪节和国际雾凇冰雪节、内蒙古阿尔山冰雪节和满洲里中俄蒙国际冰雪节、新疆乌鲁木齐丝绸之路冰雪风情节。活动包括嘉年华的雪地拔河、雪圈运人接力、雪地毛毛虫、趣味冰壶赛、冰盘、冰上拔河比赛、全民冰雪马拉松等项目的竞技类活动

和冰车接力、雪地足球、冰上疯狂毛毛虫、雪地拔河、雪上龙舟、雪圈接力等项目的大众类活动和抽冰嘎、冰蹴球等民间民俗冰雪娱乐活动, 以及雪滑梯、趣味撞撞球、旋转陀螺椅、雪上冰车等亲子类冰雪运动。三是创新型活动品牌。主要有哈尔滨冰雪大世界、青少年冰雪夏(冬)令营、数字冰雪运动会和国防体育冰雪大赛活动等。见表 3。

### 3.2. 赛事类主要品牌

#### 3.2.1. 雪上赛事类主要品牌

在赛事组织方面, 主要由体育总局冬运中心、滑雪协会主办或者指导, 地方政府和雪场联盟单独或者联合承办。在设项对象方面, 突出地域和人群分类特色, 不仅开展世界雪日与国际儿童滑雪节、国际雪联远东杯赛、长春净月潭瓦萨滑雪节、崇礼滑雪节等世界知名的节庆赛事活动, 而且有国际类的“一带一路”“丝路杯”滑雪系列赛、吉林国际高山滑雪赛事等以及国内部分省市的冬运会、滑雪类的锦标赛冠军赛。重点抓了青少年和大学生类群体滑雪技能普及和提高。在形式方面, 探索中国式滑雪发展模式。十四冬首次设立冰雪群众组项目, 利用天然河道进行滑雪滑冰比赛, 开创世界大众冰雪露天赛场举办的先例。最具代表性的主要雪上类品牌见表 4。

**Table 4.** Statistics of major brands of mass ice and snow sports in China over the past decade

**表 4.** 十年全国大众冰雪雪上类主要品牌统计表

| 品牌             | 特色   |
|----------------|--|
| 滑向 2022 系列雪上赛事 | 滑雪系列赛分为儿童双板组、儿童单板组、青少年双板组、青少年单板组、成人双板组、成人单板组。  |
| 明日之星中国青少年滑雪公开赛 | 中国滑雪协会主办, 秉承了国际雪联“3R”理念。对 8~20 岁青少年选手分为年龄 U12、U15、U20 三个组别, 2022/2023 赛季采取 6 站分站 1 总决赛, 2023/2024 赛季 11 个城市 16 站城市赛 1 总决赛。 |
| 热雪奇迹全国滑雪赛事     | 包括热雪奇迹青少年校际滑雪联赛、热雪奇迹高校滑雪联赛、热雪奇迹青少年滑雪公开赛、热雪奇迹全国滑雪公开赛、粤港澳大湾区精英赛五大赛事。赛事体系包括高山滑雪大回转、单板滑雪大回转、公园赛等项目。                            |
| 全国青少年四季滑雪挑战赛   | 赛事跨越夏秋冬三季, 使用智能滑雪机、旱雪雪道和室外滑雪场, 采用定时计数赛制, 通过分站赛加总决赛的方式进行。历经五年已成功举办了三十三站赛事。  |
| 雪耀中国·高山滑雪积分赛   | 组别设大众组和青少年 U 系列, 采取分站赛模式, 是国内各类大众滑雪赛事中参与人数最多的赛事。   |
| 全国大学生滑雪赛事      | 分东北、华北赛区和总决赛。室内滑雪联赛设有高山滑雪大回转和单板平行大回转两大项目。中国大学生单板滑雪技巧赛是为单板滑雪爱好者专门设立的比赛。   |
| 新浪杯滑雪系列赛       | 2019 年获得国际雪联认证, 成为首个国际雪联认证的大众滑雪赛事。设置男、女高山滑雪大回转和男、女单板滑雪大回转两个项目。   |

#### 3.2.2. 冰上赛事类主要品牌

在赛事安排方面, 注重群众参与性和普遍性。让更多的人有机会参与到冰雪运动中来, 无论年龄大小, 都能找到适合自己的比赛项目。设项上注重多样性, 有短道速滑赛、花样滑冰、冰球 3V3 斗牛赛等, 创新设置亲子组、公开男子组和公开女子组的比赛, 使赛事更加贴近大众生活, 满足了不同人群的兴趣和技能水平比赛。在竞赛组织管理方面展现出创新性, 十四冬群众组赛事通过设置年龄限制(各代表队必须有一名 8 岁到 14 岁的队员, 以及一名 50 岁到 60 岁的队员)的比赛规则, 体现出比赛的群众性, 并兼顾了公平性。综上所述, 大众冰雪冰上类比赛赛事以其普及性、大众性、多样性和亲民性等特点, 成为了推动中国冰雪运动发展的重要力量。最具代表性主要冰上类品牌见表 5。

**Table 5.** Statistics of major brands of mass ice and snow sports in China over the past decade**表 5.** 十年全国大众冰雪冰上类主要品牌统计表

| 品牌               | 特色  |
|------------------|---|
| 滑向 2022 系列冰上赛事   | 速度滑冰马拉松系列赛设置了成人男女组和青少年 U6、U9、U10 和 U13 组比赛。   |
| 冰轮之星·滑起来系列赛事     | 分城市英雄赛、省级挑战赛和全国总决赛。城市英雄赛设 U6、U8 两个组别, 前 40 名可参加省级短道速滑或短道速度轮滑或速度轮滑或短道速滑+短道速度轮滑挑战赛, 各组前八有资格参加全国总决赛。 |
| 中国滑冰 U 系列中小学校际联赛 | 分 U19 精英组、高中组, U15 精英组、初中组, 设男女速度滑冰、速度滑冰集体出发和速度滑冰团体追逐。  |
| 上海花滑超级杯          | 是国际滑联唯一以城市命名的大奖赛, 是中国第一个将冬季奥运会项目与非奥项目结合的冰雪赛事, 设立短道速滑与花样滑冰队列滑联合赛, 第一次为短道速滑选手设立赛事奖金。                |
| 中国青少年冰球联赛        | 2021 年举办首届大众冰雪中国青少年冰球联赛, 设 U8、U10、U12 男女混合组、U14 男子组、U14 女子组五个组别。                                  |
| 全国冰壶联赛           | 设伊春站、蓟州站、康保站以及西宁站, 2022 年第一届有 24 支队伍、2023 年第二届 40 支队伍参与男子组、女子组、混双三个项目的争夺。                         |
| 中国·吉林松花江滑冰马拉松挑战赛 | 包含滑冰马拉松赛、冰上龙舟耐力赛、冰上自行车等十余项冰雪群众体育活动。人数为 808 人, 荣获最大的滑冰系列赛吉尼斯世界纪录称号。                                |
| 大学生冰上赛事          | 全国大学生冰壶联赛; 全国大学生冰球联赛。   |
| 全国中学生冰上赛事        | 中学生冰球锦标赛、中学生速度滑冰锦标赛。  |

### 3.3. 文旅类主要品牌

通过文化旅游政策引导, 各省市加大对冰雪旅游线路沿线符合条件的旅游景区、旅游度假区、滑雪场等旅游公共基础设施、服务设施建设的支持力度, 提供优惠消费券, 提高服务质量水平。采取举办各种形式的冰雪活动赛事, 开展冰雪文化体育旅游节活动, 推出冬季旅游精品线路, 营造优良的冰雪文化旅游体验。旅游市场发展迅猛, 全国冰雪休闲旅游市场规模连续两个冰雪季达到 3 亿人次, 2023~2024 冰雪季我国冰雪休闲旅游人数有望超过 4 亿人次, 收入有望达到 5500 亿元。截至 2023 年底, 全国与冰雪旅游相关的企业数量已超过 1.2 万家。全国大众冰雪文旅情况见表 6。

**Table 6.** National statistics on mass ice and snow cultural tourism**表 6.** 全国大众冰雪文旅统计表

| 类别              | 内容   |
|-----------------|--|
| 国家级滑雪旅游度假地 26 家 | 黑龙江 3 家(亚布力、圣洁摇篮山、宝清县滑雪旅游); 吉林 5 家(丰满松花湖、抚松长白山、永吉北大湖、东昌万峰、池北区长白山); 辽宁 1 家(宽甸天桥沟); 内蒙古 4 家(扎兰屯、喀喇沁美林谷、牙克石、呼和浩特市赛罕区马鬃山); 新疆 4 家(乌鲁木齐南山、富蕴可可托海、伊犁哈萨克自治州新源县、阿勒泰地区布尔津县吉克普林); 河北 3 家(涞源、崇礼、滦平金山岭)四川 1 家(大邑西岭); 陕西 1 家(太白鳌山); 北京 1 家(延庆海陀); 河南 1 家(栾川伏牛山); 山西 1 家(朔州市山阴县广武); 甘肃 1 家(临夏回族自治州和政县法台山)。 |
| 冰雪旅游十佳、十二佳城市    | 21~23 年连续 3 年入选的城市: 哈尔滨、张家口、沈阳、吉林、长春、乌鲁木齐、呼伦贝尔、阿勒泰、牡丹江。连续 2 次入选的城市: 延庆区、长白山保护开发区、伊春市。黑河和长白山保护开发区各 1 次。   |
| 十大冰雪经典项目        | 大雪时节采头冰(黑龙江哈尔滨)、松江赏雾凇(吉林省吉林)、元宵围火滚冰(黑龙江木兰)、断桥赏残雪(浙江杭州)、冰雪那达慕(内蒙古呼伦贝尔)、冰灯游园会(黑龙江哈尔滨)、什刹海溜冰(北京)、查干湖冬捕(吉林松原)、雪山下泡温泉(四川海螺沟)、毛皮板滑雪(新疆阿勒泰)。  |

续表

|              |   |
|--------------|---|
| 十大冰雪时尚项目     | 漠河找北(黑龙江漠河)、冰雪光影秀(新疆阿勒泰)、雪乡跳雪坑(黑龙江牡丹江)、寒地极限自驾(内蒙古牙克石)、雪地摇滚(河北崇礼)、北极熊酒店(黑龙江哈尔滨)、冰川卡若拉(西藏山南)、深坑悬浮雪世界(湖南长沙)、雪国列车(中铁沈阳局)、禾木冰雪摄影(新疆喀纳斯)。 |
| 冰雪旅游十强县      | 延庆区、崇礼区、漠河市、尚志市、延吉市、抚松县、海林市、乌鲁木齐县、神农架林区、牙克石市。   |
| 全国十大冰雪旅游精品线路 | 冬奥双城·相约京张、长城内外·银装素裹、大兴安岭·雪泉之约、欢乐冰雪·辽宁冬韵、温暖相约·长白粉雪、林海雪原·北国风光、古城千年·滑跃古今、河西丝路·纵情冰雪、民族风情·北疆雪都、千秋西岭·南国热雪。                                |

## 4. 全国大众冰雪活动可持续发展前景展望

### 4.1. 大众冰雪活动可持续发展面临挑战

一是有效供给不足。尽管参与人数增加,但冰雪产业的“外热内冷”态势依然明显,相关消费仍处于低水平阶段。二是场地设施供给缺口。冰雪场地供给及运动参与内容供给存在较大缺口,特别是在一些地理位置偏远的地区[4]。三是青少年运动人口培育面临挑战。青少年是冰雪运动发展必须重点发力的人群,但因为课业压力的增大、运动项目间的竞争、电竞和娱乐的强势吸引等,为冰雪运动在青少年群体的普及与流行制造了很大难度。四是核心竞争力不足。国内中高端的冰雪产品基本被国外品牌所垄断,中国冰雪产业的核心竞争力还有待提高[5]。

### 4.2. 世界主要冰雪体育强国大众冰雪发展的成功经验

俄罗斯的经验:充分利用得天独厚的地理优势,培育冰雪文化底蕴。冰雪体育启蒙教育是从娃娃抓起。场馆设施的建设及运营采用政府与企业相结合,政府主导+运营服务外包的模式。提供大量财政预算用于保障运动员训练及日常生活、购买训练装备和器材等,支持高水平竞技体育发展[6]。

美国的经验:注重普及冰雪运动,政府通过开展“学习冰雪运动月”活动,向公众提供免费或低折扣的冰雪运动学习课程,促进了大众冰雪运动的发展。建设设施上乘、运作成熟的冰雪运动基地。注重产业发展,通过举办冬季极限运动比赛和民间冰雪节等活动,促进了冰雪运动的娱乐化与平民化,滑雪业一年的收入多达60亿美元。

挪威的经验:注重冰雪运动文化的普及,搞好竞技体育与大众冰雪运动的结合。人口只有530多万的国家,目前有12,000家运动俱乐部,几乎覆盖了挪威每个城市和小镇。每年冬季加拿大的里多运河世界上最长的天然冰场都会免费向市民开放。

加拿大的经验:从小抓起,几乎每个社区中心都有冰场,并设有从3岁孩童开始的不同年龄、不同级别的滑冰课程。充分利用自然条件,首都渥太华的里多运河天然冰场都会免费向市民开放。

韩国的经验:系统高效的人才培养制度,多元化的资金投入与政策支持,科学系统的训练体系,浓厚的冰雪文化氛围。

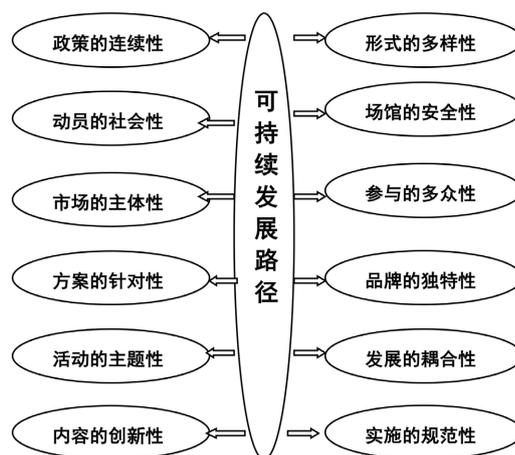
### 4.3. 大众冰雪活动可持续发展路径

全国大众冰雪活动可持续发展路径结构见图1。

#### 4.3.1. 政策的连续性——发挥大众冰雪活动赛事政策导向作用

继续实施冰雪运动“南展西扩东进”战略,分阶段有重点区分地域、人群开展全国大众冰雪季、全国大众冰雪欢乐周活动赛事。充分发挥各级体育总会、冰雪运动协会和其他社会组织作用,鼓励社会资

本, 建设室内滑雪场和可移动式冰场等户外临时性冰雪运动设施, 发展仿真滑雪滑冰技术, 保障大众冰雪活动赛事的冰雪场地设施供给[7]。继续实施“冰雪惠民计划”, 免费或低收费提供冰雪体验和赛事服务。



**Figure 1.** Schematic diagram of the sustainable development path structure of national mass ice and snow activities  
**图 1.** 全国大众冰雪活动可持续发展路径结构示意图

#### 4.3.2. 动员的社会性——凝聚各方面社会组织巨大力量

社会组织是指除政府、事业单位、正规教育部门以外的合法社会组织。各级体育总会、冰雪运动协会和其他社会组织是大众冰雪活动的组织者、推广者、参与者, 在系列活动赛事等中发挥了重要作用。政府联合多部门多元协同, 动员社会组织力量, 与政府合作组队, 培训队伍, 共同举办活动赛事, 实现共赢。积极推广哈尔滨的冰雪基点学校; 青海的跟着冰雪赛事去旅游; 北京的政府提供平台、协会俱乐部企业参与冰雪运动队自主训练; 上海徐汇区冰雪运动协会与万科共同联办青少年滑雪队等社会力量参与冰雪活动的成功经验。

#### 4.3.3. 市场的主体性——实行政府主导协会主办企业承办运行模式

厘清政府、协会、企业在大众冰雪活动赛事中的角色, 政府起主导作用, 制定政策和指导服务, 加强资源整合和资金支持。冰雪协会等社会组织负责冰雪技能的培训和活动赛事的审批。企业承办赛事, 推动市场运营和创新, 开发冰雪衍生产品和服务。要认真总结中国轮滑协会共同倡导发起的“星火计划”系列赛事、中国滑冰协会推出植根计划、中国滑雪协会滑雪精英成长计划的成功经验, 积极探索大众冰雪活动赛事市场运作规律, 发挥冰雪场馆联盟组织在技能培训、技术认证、赛事组织中的作用, 寻找并培养优秀的冰雪运动人才, 提升运动技能和竞技水平。

#### 4.3.4. 方案的针对性——增强大众冰雪活动赛事吸引力

首先, 要摸准大众冰雪活动赛事群体的年龄、性别、职业、兴趣爱好等特征, 体现认知和需求的差异。其次, 内容设计要结合当地文化和特色, 既要有传统的雪橇、冰雕艺术、冰钓等活动, 也要有现代冰雪运动项目如单板滑雪、花样滑冰等个性化项目。第三, 做好保障工作。制定严格的安全管理流程, 配备必要的救护设备和人员。提供多样化的场地选择, 包括室内和室外滑雪场、滑冰馆等。安排专业的教练团队提供技能培训和安全教育。设计合理的定价策略, 吸引不同消费能力的人群。运用社交媒体、广告、合作伙伴关系等多种渠道进行推广。

#### 4.3.5. 活动的主题性——快乐冰雪大众化、常态化、生活化

回顾过去的十年, 全国大众冰雪活动的主题从最初的强调冰雪运动的普及和推广, 逐渐转向了注重

冰雪文化的传承与发展, 以及冰雪产业的创新与提升。例如, 早期的一些主题可能更侧重于鼓励大众参与和体验冰雪运动, 而近年来的主题则开始更多地关注如何将冰雪运动与文化、旅游、经济等领域相结合, 以推动冰雪经济的高质量发展[7]。从主题设计的发展趋势来看, 全国大众冰雪活动正朝着更加多元化、特色化和创新化的方向发展。随着“冰雪+”战略的实施, 全国大众冰雪活动将继续深化其多维度、多层次的发展格局, 进一步助推中国冰雪运动和冰雪产业的繁荣。

#### 4.3.6. 内容的创新性——增强大众冰雪活动赛事的吸引力

过去十年全国大众冰雪活动的主要内容的变化和活动内容设计发展趋势表现为: 从竞技性项目向趣味性和文化性项目的拓展, 以及从北方集中型向全国性的地域扩张。在内容创新上, 可通过模拟滑雪机训练等方法, 达到专业化训练目的。与全民健康的深度融合, 通过举办各种适合不同年龄层、不同人群的旱地冰壶、陆地冰球、冰龙舟大赛、冰上帆船大赛等冰雪运动项目, 鼓励和引导广大群众积极参与与体验, 让群众享受冰雪运动乐趣, 促进身心健康。

#### 4.3.7. 形式的多样性——提升大众冰雪活动赛事的质量和水平

在保持传统大众冰雪活动形式的基础上, 积极探索新时代冰雪活动形式的发展, 注重智慧数字在大众冰雪活动中的运用, 虚拟现实(VR)技术被用于模拟滑雪场景, 让参与者在室内也能体验到冰雪运动的乐趣。人工智能(AI)也被用于改善运动装备, 提高运动性能和安全性。智慧滑雪服、智慧冰雪产品、冰雪场馆数字化运营成为冰雪产业发展的新趋势。大众对线上场景和非接触消费的需求增加, 使得冰雪产业与互联网、大数据、人工智能等技术结合更为紧密, 积极探索冰雪产业数字化升级的规律。

#### 4.3.8. 场馆的安全性——把人民群众冰雪活动赛事安全放在首位

一是加强冰雪场馆供给。优化城市冰雪综合体的布局, 最大限度发挥功能和作用。积极推广十四冬群众冰雪比赛利用天然河道搭建赛场的成功做法, 充分利用优质场馆, 保障大众冰雪活动赛事的开展。二是加强场馆安全管理。认真落实冰雪场馆安全规定, 实行冰雪场馆安全责任制, 明确责任人, 签订安全责任书。三是检查落实。做好雪道分级与指引, 明确标明雪道的等级, 用颜色区分雪道难度, 给予滑雪者明确指引, 确保滑雪者上的是相应雪道。做好设备维护与检查, 对缆车、电缆、拖牵、防护网等设备进行定期检查与维护, 确保设备安全有效。要求上冰雪前必须佩戴头盔、护甲、护臀、护膝、护腕等护具。四是应急到位。加强管理者安全行为规范和滑雪滑冰爱好者安全意识宣传, 鼓励有针对性地投保有关保险产品, 强化自身保险保障。做好急救预案, 配备专业医护人员和必须药品, 做好救护工作。

#### 4.3.9. 参与的多众性——全方位推进大众冰雪的普及提高

一是加强宣传引导。普及与冰雪运动相关的知识, 讲好冰雪故事, 宣传北京冬奥精神。充分利用冬奥冰雪场馆优势, 发挥冬奥遗产效应。二是推广和培训专业人才。一方面要注重冰雪后备人才的选拔与培养, 另一方面要注重群众性冰雪运动人才的培养培训。同时也要加强教练员、运动员和裁判员的培训和认证工作[8]。三是降低参与门槛。鼓励冰雪运动场所创新教学, 从教学到收费等维度进一步降低初学者入门门槛, 提升初学者参与运动的体验感。

#### 4.3.10. 品牌的独特性——提升大众冰雪活动赛事知名度

一是注重培育冰雪品牌赛事。突出赛事品牌的特性, 结合城市冰雪综合体的发展创新办赛模式, 形成独特的赛事风格。邀请国际级知名冰雪运动员参赛等方式, 提高冰雪赛事的观赏性与关注度。对冰雪赛事的品牌发展进行准确定位, 满足不同群体对冰雪赛事的需求。二是做好赛事营销。利用冰雪活动和办赛的机会, 强化或优化冰雪活动赛事品牌形象。通过赛事 IP 活动、产品开发、联合营销等多种方式来深挖赞助权益价值。三是打造品牌赛事。结合地域特色、行业特点和人群特性, 鼓励支持具有社会影响

力的品牌赛事落户本地, 构建起一县一品大众冰雪赛事活动、一市一品大众冰雪精品赛事体系, 打造了高端专业冰雪赛事集聚区, 推动了我国冰雪项目的赛事品牌建设和发展。

#### 4.3.11. 发展的耦合性——拓展大众冰雪活动赛事发展潜能

一是冰雪运动体教融合。青少年是冰雪运动的基石与未来, 通过与学校的合作, 加深体教融合力度, 吸引更多人参与冰雪运动, 推动青少年冰雪运动的发展。二是社区冰雪运动融合。通过组织户外冰雪运动会, 引导居民走出家门体验冰雪运动带来的快乐, 培养合作意识, 增进交流。三是冰雪产业融合。加强顶层设计, 利用好冬奥遗产, 夯实发展基础, 加大冰雪运动与康养、医疗、文化、教育、旅游、科技等相关产业的融合力度。深入推进“冰雪体育+”、“+冰雪体育”, 大力开展冰雪节、冰雪体育嘉年华、冰雪旅游活动等冰雪主题系列体旅活动, 全面打造集旅游和体育于一体的综合性冰雪盛会[9]。

#### 4.3.12. 实施的规范性——构建大众冰雪活动赛事评价体系

目前, 国家市场监管总局(标准委)下达 11 项冰雪运动国家标准计划项目, 涉及高山滑雪、速度滑冰、冰球、冰壶等体育项目, 涵盖冰雪运动赛事活动组织、场所运营管理、大众冰雪运动水平等级评价等。在此基础上, 要进一步完善和补充条款内容, 制定可操作性的综合性量化的大众冰雪活动赛事评价体系考评细则, 突出赛事组织与管理、场所运营与服务质量、人才培养与发展、国际交流与合作、冰雪产业与经济等诸多方面, 坚持公开、公正、公平原则, 进行甲乙丙等级分类, 从而进一步打造冰雪活动、赛事、产业、经济新场景、新业态、新格局, 更好满足大众多层次、多样化参与冰雪运动的需求, 助力后冬奥时代冰雪运动蓬勃发展。

## 5. 结语

我国大众冰雪活动从 2014 年起到 2024 年已走过了 10 年的历程, 结合我国的实际, 在活动组织方面, 一年一主题, 突出了青少年主体、采取全国联动的方式, 不间断地开展了大众冰雪季和大众冰雪欢乐周活动, 为申办、筹备、举办北京冬奥会, 创造了厚实的冰雪运动群众基础。努力探索中国式冰雪运动发展之路, 实现了北冰南展西扩东进的目标[10]。在打造全国大众冰雪活动打造的主要品牌方面, 结合地域和人群分类特点, 创新性打造了具有中国冰雪运动发展特色的雪上、冰上和冰雪文旅的冰雪活动赛事品牌。认真总结十年大众冰雪活动发展的经验, 乘着北京冬奥会的东风, 在党和政府的领导下, 进一步加强大众冰雪活动政策研究, 积极探索大众冰雪活动的方案、主题、内容、形式等创新, 抓好组织动员、活动场所安全、组织实施、活动组织评价体系等环节, 突出参与的众多性、品牌的独特性、发展的耦合性, 不断提升大众冰雪活动参与的积极性, 通过大众冰雪活动提升我国在世界冰雪赛事比赛中的竞争力, 实现中国的冰雪体育强国目标。

## 参考文献

- [1] 国家体育总局. 冰雪运动发展规划(2016-2025 年) [EB/OL]. 2016-11-02. <https://www.sport.gov.cn/n20001280/n20745751/n20767349/c21089906/content.html>, 2022-09-26.
- [2] 北京 2022 年冬奥会和冬残奥会组织委员会, 北京体育大学. 北京 2022 年冬奥会和冬残奥会遗产报告集[R]. 2022.
- [3] 中共中央办公厅国务院办公厅. 关于以 2022 年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见[EB/OL]. 2019-03-31. [http://www.gov.cn/zhengce/2019-03/31/content\\_5378541.htm](http://www.gov.cn/zhengce/2019-03/31/content_5378541.htm), 2022-09-26.
- [4] 胡燕华, 许嘉恒. 后冬奥时代下我国大众冰雪运动可持续发展探究[J]. 当代体育科技, 2023, 13(9): 97-101.
- [5] 杨丽花, 王德显. 后冬奥时代冰雪产业可持续发展的制度构建[J]. 北京体育大学学报, 2022, 45(5): 135-145.
- [6] 马冬秋, 胡萍, 宋宇虹, 等. 后冬奥时代俄罗斯大众冰雪运动发展经验与启示[J]. 冰雪运动, 2023, 45(3): 1-6.
- [7] 麻嘉才. 北京冬奥会背景下大众冰雪发展现状与思考[J]. 文体用品与科技, 2022(15): 49-51

- [8] 穆亮, 朱志强, 贺鹤. 大众冰雪运动发展的制约因素与突破路径研究[J]. 冰雪运动, 2021, 43(3): 36-38, 48.
- [9] 阚军常, 王飞, 张宏宇, 等. 我国大众冰雪运动发展的问题、形成根源及对策[J]. 体育文化导刊, 2018(10): 40-45.
- [10] 缪磊. 体育强国背景下大众冰雪运动的突破路径探究[J]. 湖北体育科技, 2020, 39(2): 120-123.