



2023冰雪旅游洞察研究报告

中国旅游协会旅游营销分会
中博文旅研究院

2023年10月

目录

1 政策支持

2 市场规模及消费客群

3 产业链及企业

4 业务模式及案例

5 发展问题及趋势



冰雪旅游是以冰雪资源为本底，自然观光、文化体验、休闲娱乐及冰雪运动等系列活动的总称

冰雪旅游是一个广义的概念，涵盖了观光旅游、文化体验、娱乐活动、体育项目、赛事活动等广泛的内容和形式，具有广泛的参与度和群体基础。随着造雪制冰技术的发展，冰雪旅游活动不再仅限于室外，也成为了一项四季可参与的活动。

景观体验



文化体验



娱乐活动



体育赛事活动



后冬奥时代，冰雪旅游依然受到政策的持续支持

2022北京冬奥会成功举办，实现了带动3亿人上冰雪的目标，冰雪运动开始大众化，成为拉动消费和经济发展的重要动力，也受到各级各地方政府的持续关注和支持。

2023年3月，文化和旅游部、国家体育总局联合公布了《第二批国家级滑雪旅游度假地名单》，至此我国国家级滑雪旅游度假地达到19家。

政府部门	政策文件	发布时间	主要内容
国务院办公厅	《关于释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展的若干措施》	2023年9月	发展冰雪经济，推动冰雪运动、冰雪装备、冰雪旅游全产业链发展，指导加强滑雪旅游度假地建设。
吉林省委、省政府	《吉林省旅游万亿级产业攻坚行动方案（2023—2025年）》	2023年10月	建设“冰雪丝路”创新先导区；形成冰雪旅游、冰雪文化、冰雪装备等冰雪产业集群，规模达到5000亿元
黑龙江省人民政府	《开展国家标准化创新发展试点工作方案》	2023年3月	实施冰雪产业标准提质工程，构建涵盖冰雪体育、冰雪文化、冰雪装备、冰雪旅游等冰雪全产业链标准体系
北京市体育局	《北京市进一步促进冰雪消费三年行动方案（2023—2025年）》	2023年7月	持续扩大冰雪运动和冰雪消费人口，到2025年，冰雪运动人口达到1200万；持续推动冰雪场地设施建设；持续丰富冰雪赛事供给；持续提升竞技冰雪运动水平；加快推进冰雪商文旅体融合发展

冬奥会带动，市场机制已形成，市场规模持续增长

根据中国旅游研究院发布的《中国冰雪旅游发展报告（2023）》。2021-2022冰雪季我国冰雪休闲旅游人次为3.44亿，冰雪休闲旅游收入为4740亿元。预计2022-2023冰雪季我国冰雪休闲旅游人次仍会超过3亿。“十四五”末期的2024-2025冰雪季我国冰雪休闲旅游人次有望达到5.2亿，冰雪休闲旅游收入将达到7200亿元。

总体市场

- 根据IDG《中国冰雪产业发展研究报告（2023）》，2022年我国冰雪产业总规模超过8000亿元，预计2023年总产值将达到8900亿元，2025年将达到1万亿元，届时将占整个中国体育产业总产值的五分之一。

企业主体

- 根据IDG《中国冰雪产业发展研究报告(2023)》，近年来冰雪相关企业注册数量逐年增加，2018年为1041家，2019年为1149家，2020年为1178家，2022年超过1500家，保持了持续增长态势。

装备市场

- 2022年，中国冰雪装备器材产业年销售收入约200亿元。
- 青少年装备市场正在高速增长，中国儿童滑雪服市场规模从2017年的6.5亿元增长到了2022年的13亿元。预计到2023年底，儿童滑雪服市场规模将达到14.5亿元左右。

随着市场需求的快速增长，场地设施的供给也在持续提升

- 根据国家体育总局的统计数据，截至2022年12月31日全国滑雪场总数为876家。
- 根据《中国滑雪产业白皮书（2022-2023）》，2022-2023雪季，我国实际处于对外营业状态的雪场总数为697家，相比上一年的692家有小幅增长。截至2022年4月30日，新增4家有架空索道的雪场，全国有架空索道的雪场达到163家。
- 2022-2023雪季，全国室内滑雪场达到50家，其中有8家是新建并投入运营。按雪区面积大小排名，全球前10大室内滑雪场有一半位于中国。50家室内滑雪场累计接待365万滑雪人次，比上年的343万同比增长6.47%，预计到2030年，全国全部建成且投入运营的室内滑雪场将达到60家，接待总人次将达到1200万。
- 2023年10月28日，复星旅文集团旗下太仓阿尔卑斯室内滑雪场开业，国内大型室内滑雪场阵容进一步壮大。
- 截至2022年底，我国滑冰场地（冰球场、冰球馆、冰壶馆、滑冰场、滑冰馆、速度滑冰场、速度滑冰馆、雪车雪橇场）达到1576家，同比新增126家，增速8.69%，占冰雪场地总数的64.27%。经统计测算，到2023年底，预计我国滑冰场地数量将达到1630个。

经济发达城市的年轻群体是冰雪旅游的主要客群

- **经济发达城市是冰雪旅游的主要客源市场。**《中国冰雪旅游消费大数据报告（2022）》显示，北上广深等城市是最主要的冰雪旅游消费群体客源地，其中，一线城市以36%的占比稳居第一，新一线以35%紧随其后，二线城市也达到了15%，三者相加占比高达86%。
- **南方人也爱冰雪运动。**随着室内滑雪场的兴起，冰雪运动不再是北方人的专属。
- **年轻人是冰雪旅游的主力。**驴妈妈数据显示，冰雪旅游游客中80后、90后、00后总计超八成。携程网数据显示，城市周边滑雪客群中，80后、90后合计超七成。
- **女性消费群体值得关注。**2022-2023年雪季，中国冰雪运动群体中女性占比高于男性。
- **冰雪旅游客单价高于一般大众旅游。**中国旅游研究院市场调查显示，2018-2019年冰雪季我国冰雪旅游人均消费为1734元，是2018年国内旅游人均消费的1.87倍。根据《中国冰雪产业发展研究报告（2023）》测算，2022-2023冰雪季，我国冰雪旅游人均消费约2530元，是2022年全国旅游每人每次消费额的3.14倍。

滑雪旅游仍以体验型和初学者为主，但滑雪发烧友消费能力强

- 滑雪旅游的消费客单、产业链条、产业规模和产业带动性均远大于滑冰，在冰雪旅游细分领域，本报告重点分析滑雪旅游。
- 根据《2022-2023中国滑雪产业白皮书》，2022-2023年雪季，国内滑雪场的滑雪人次为1983万。参与滑雪的人数为1118万人，滑雪者在国内滑雪场的人均滑雪次数为1.77。以上数据较2021-2022年雪季略有下降。
- 2022-2023雪季，27家度假型滑雪场共接待滑雪者432万人次，占总滑雪人次的21.79%；134家城郊学习型滑雪场共接待滑雪者901万人次，占总滑雪人次的43.46%；536家滑雪场属于旅游体验型，共产生650万滑雪人次，占总滑雪人次的32.76%。
- 根据Mob研究院数据，我国体验性滑雪者占比达到77.4%，初级滑雪爱好者占比达到13.9%。
- 2021-2022雪季，马蜂窝预订的滑雪旅游消费中，超过1/3的冰雪旅游人群消费在千元以下，但约四成游客人均花费在5000元以上，其中20%在1万元以上。

冰雪旅游已经形成了较为完善的产业链

上游

装备生产商

制冰装备	客运设备
造雪装备	穿戴设备
压雪装备	赛事设备

雪场/冰场建设方

规划设计	建设施工
品牌设计	信息化建设

中游

投资运营商

室外雪场



BDH

北大壶滑雪度假区
HOTEL-APARTMENT-GOLF-SKI

室内雪场



冰场



下游

营销/分销商



滑呗



冰雪场地装备：国产装备制造能力大幅提升

- ✓ 滑雪场设备包括造雪机、飘雪机、索道、缆车、魔毯、安全网等。冰场设施装备主要包括制冰机、浇冰车、刮冰车、防撞垫等设备。
- ✓ 欧洲、北美企业起步早、技术实力强，具有很大优势，产品价格不菲。国内制造企业正在逐步打破国外品牌垄断，推动自主品牌突破发展，不断提高市场份额。

雪场设备

冰场设备

冰雪娱乐设备



造雪机



浇冰车



模拟滑雪机



飘雪机



刮冰车



雪地摩托

冰雪场地装备：国产装备制造能力大幅提升

国内企业正在冰雪场地装备设备制造方面快速赶超

企业	是否上市	产品设备	项目案例
雪人股份	是	制冰设备等	鸟巢冰壶馆、中华世纪坛滑冰馆等
铭星冰雪	否	造雪机，飘雪机等	热雪奇迹室内滑雪场（哈尔滨、成都、广州）
株洲天桥奥悦冰雪	否	造雪机	贵阳高坡云顶滑雪场，江苏镇江奥悦冰雪乐园等
华商国际	否	冰雪制冷设备，低温建筑等	国家速滑馆（冰丝带）、国家雪车雪橇中心、国家高山滑雪中心等
华冰体育	否	清冰车（浇冰车）等	五棵松冰上运动中心
武汉三特索道	是	索道	北京冬奥会赛事索道运营保障 陕西华山三特索道、贵州梵净山索道

冰雪运动个人装备品牌仍以国外为主

- 冰雪运动装备涵盖冰刀、冰鞋、滑雪板、雪服、雪靴、头盔、雪镜等，单价较高，品牌较多
- 个人冰雪运动装备品牌仍以国外为主，尤其是欧美品牌；国内品牌正在加速赶超

装备类型	国际品牌	国内品牌
冰刀	Power slide（德国）， Bont（澳大利亚）， Raps/Maple/Viking（荷兰）等	飞航冰刀、黑龙冰刀等
冰刀鞋	JACKSON（加拿大）、ZUCA（美国）、M-CRO（瑞士）等	卓越冰刀鞋、Jeason冰刀鞋等
滑雪板	Volkl/FISCHER（德国）， Rossignol（法国）， FISCHER/ATOMIC阿托米克（奥地利）， Nordica（意大利）	LIDAKIS、9010等
滑雪服	Burton（美国）、KJUS（瑞士）、Halti（芬兰）、始祖鸟（加拿大）等	探路者，波司登、安踏、三夫户外等
头盔	POC（瑞典）， GIRO、Anon（美国）， Uvex（德国）， Sweet Protection（挪威）等	Ping up、酷峰等

冰雪旅游综合体运营服务商主要来自房地产开发商和场馆建设商两个渠道

企业	主营业务	发展规模
热雪奇迹 (融创)	室内外滑雪场的运营管理	自2017年开始，运营管理哈尔滨、广州、无锡、昆明、成都、重庆、西安、武汉等地8个大型室内滑雪场，曾代运营管理北大湖、金山岭、赛里木湖等室外滑雪场
万科	室外滑雪度假区的投资运营	2011年开发建设万科松花湖度假区，2016年管理桥山北大壶滑雪度假区和北京石京龙滑雪场，2019年管理北京西山滑雪场
万达	室内外滑雪度假区的投资开发和建设运营	长白山国际度假区，肇庆万达国家度假区、南宁万达娱雪乐园等
奥山集团	冰雪综合体投资运营，冰雪运动培训等	奥山真冰场、武汉光谷冰雪综合体，奥山国际冰雪运动旅游小镇
奥悦冰雪	冰雪场馆建设和运营	奥悦碾子山国际滑雪场、天津市蓟州区奥悦冰雪体育旅游度假小镇等
启迪鸿星	室内外滑雪场的建设和运营	建设运营乔波室内滑雪场，建设运营西昌启迪鸿星冰雪康养度假小镇、银川启迪鸿星（银川）冰雪文体旅游小镇等

冰雪旅游产品形成了从轻度观光到深度度假的完整谱系

冰雪旅游产品主要包括冰雪观光产品、冰雪主题乐园、冰雪节事活动、冰雪运动、冰雪度假五大类。

产品类型	产品细分	主要特点	产品/项目案例
冰雪观光产品	——	以自然形成的冰雪景观为主，以景观的独特性和稀缺性为吸引力	吉林雾凇，黑龙江雪乡等
冰雪主题乐园	室外主题乐园	依托自然资源、环境和气候条件，运营成本相对较低，但经营周期较短	哈尔滨冰雪大世界
	室内主题乐园	可植入多种游乐项目，且可以四季运营，相应的运营成本较高	河南银基冰雪世界
冰雪节事活动	——	以冰雪为主题，融入艺术、音乐、运动等元素，可广泛参与，多产业联动	哈尔滨国际冰雪节
滑雪	室外滑雪	以自然山体资源为依托，开展滑雪运动体验、竞技赛事	北京南山滑雪场
	室内滑雪	以城市内的室内滑雪场为载体，开展冰雪体验，滑雪运动、培训和赛事等活动	热雪奇迹广州滑雪场
冰雪度假旅游	度假村/度假小镇	在滑雪等冰雪运动基础上，叠加酒店、会议会展、文化娱乐、温泉康养等多元业态，能满足游客一站式度假需求	北大湖滑雪旅游休闲度假区，崇礼太舞滑雪小镇

资源来源：中博文旅研究院整理

滑雪旅游是产业服务机构聚集度最高的冰雪旅游细分赛道

产业服务机构多以在线的方式提供资讯、课程、线路等信息，以及雪票预订、装备购买和租赁等服务

机构名称	业务类型	服务内容	成立时间
滑雪助手	滑雪服务平台	雪场、雪票信息查询和行程制定，滑雪教程，雪具租赁和购买	2012年11月
GoSki	滑雪运动社交平台	一站式解决雪友滑雪需求的多功能社区服务平台，包括目的地信息、天气、滑雪线路、滑雪技巧学习和装备租赁、销售等	2013年10月
爱滑雪	滑雪服务平台	自助预订雪票、租赁物品，享受快速进场免排队服务	2014年7月
滑雪族	滑雪垂直媒体平台和雪场SaaS系统服务商	为雪友提供雪场信息、滑雪知识，也提供雪票产品、滑雪线路产品的在线销售	2014年7月
滑呗	滑雪社交和服务平台	为滑雪爱好者们提供移动社交、滑雪轨迹记录和滑雪影像服务的平台	2015年5月
去远方	滑雪服务平台	提供有价值的社交和资讯、组织国内外滑雪活动	2017年5月
冰雪头条	冰雪行业垂直媒体	提供冰雪行业信息	2017年12月
SNOW51	滑雪产业一站式服务平台	面向滑雪爱好者提供室内滑雪培训，延伸有零售、旅行、赛事等业务	2019年3月
Yeti雪帝	滑雪教学服务平台	滑雪爱好者培训及服务平台	2020年11月

资源来源：中博文旅研究院整理

综合体项目是发展趋势，但投资运营难度也相对较大

室外冰雪旅游以自然资源为依托，打造纯自然体验，休闲旅游属性更强；室内冰雪旅游依托技术创造环境，打造高频体验，在朝体旅融合的方向发展

业务内容	室外冰雪旅游		室内冰雪旅游	
资源依托	天然的气候、环境和场地，一定的造雪设备		人工构建的室内环境和场地，全部依靠造雪制冰设备	
项目类型	初级的冰雪娱乐项目	中高端的冰雪综合体项目	室内冰场/小型室内雪场	大中型室内滑雪场
产品服务	雪上娱乐类项目，冰上娱乐类项目，初级滑雪项目，冰上运动类项目	初中高级滑雪，冰雪度假，滑雪+温泉度假，冰雪会议会展等	冰上运动，雪上娱乐，冰雕展示等	初中高级滑雪体验+培训，冰雪研学，冰雪+品牌营销等
开发投入与建设周期	投入较少，建设周期较短，季节性开放的临时型项目居多	项目选址条件严格，建设周期较长，需要较多配套设施，投入大	投入可控，建设周期短，通常与商业综合体联合开发	选址和建设要求高，投入大，建设周期长，通常与商业中心联合开发
建设运营 注意问题	提前进行市场营销，提供良好的配套服务，加强安全管理；营造良好的真冰真雪体验		做好项目选址，对项目建设体量和投资金额进行科学测算，做好综合体项目的投资平衡；做好会员等中长期客户的培育和维护，用过硬的产品和服务维护持续稳定的主力客群	

冰雪旅游度假区/度假小镇是室外冰雪旅游项目发展的最终形态

@崇礼太舞滑雪小镇

- **区位条件：**位于河北省张家口市崇礼区，北京冬奥会张家口赛区核心区内，紧邻太子城站，距离张家口50公里，距离北京188公里。
- **投资方：**张家口崇礼太舞旅游度假有限公司
- **规模体量：**总用地面积40平方公里，投资总额超过200亿元
- **资源条件：**拥有崇礼县最高山峰玉石梁（海拔2160米），山体垂直落差高达510米，积雪时间长达150天，与世界著名的落基山、阿尔卑斯山同处于北纬40-50度之间，是世界公认的“山地度假”黄金地带。
- **设施条件：**已有31条雪道，初、中、高级雪道占比3:4:3，总长30公里。有6条高速缆车及13条魔毯。其中“奔跑的舞者”赛道是连续四届国际雪联自由式滑雪雪上技巧世界杯的举办地。
- **业态组合：**涵盖滑雪场、酒店群、美食餐厅、娱乐休闲、北美风情商业街、体育公园等各式业态，是具有丰富业态的度假综合体。
- **开业时间：**2015年12月15日



太舞 THAIWOO

滑雪及山地度假村 SKI RESORT & ALPINE PARK



LEGEND 图例说明

Easiest 最低难度	Ski Patrol / First Aid 雪地巡逻/急救	Gondola 吊厢索道
Easy 一般难度	Kid's Ski School Area 儿童滑雪教学区	Chairlift 吊椅索道
Low Intermediate 中下难度	Terrain Park 地形公园	Moving Carpet 魔毯
Intermediate 中等难度	Extreme Ski Zone 极限滑雪区	Proposed Lift 规划滑雪索道
High Intermediate 中高难度	Restrooms 洗手间	
Advanced 高难度	Food & Beverage 餐饮	
Experts Only 仅限专家级	Parking 停车场	
	Ticket Sales 售票	
	Equipment Rentals/ Ski School 器材租赁/滑雪学校	

Great Wall 长城
2122m

Future Terrain Expansion 未来雪道区域
Opening 2016/17 · 2016/17即将启幕

1851m

Para Para 帕帕脚蹬

Cumbia 坤比亚

Ballet 芭蕾

Cha-Cha 恰恰

Swing 摇摆

1705m

Galaxy Express 星际快车

Extreme Ski Zone 极限区域

2160m

Salsa 莎莎

Disco 迪斯科

Baroque 巴洛克

Samba 桑巴

Mambo 曼波

Modern Dancing 现代舞

Lambada 兰巴达

1776m

Light Speed Express 闪电先锋

Utterbug 吉特巴

Freestyle 自由

Can-Can 康康

2003m

Rave 锐舞

Terrain Park 地形公园

Future Terrain Expansion 未来雪道区域

2003m

Waltz 华尔兹

Rhumba 伦巴

Polka 波尔卡

1650m

Time Warp Express 时空隧道

Beginner Area 入门级区域

Snow Tubing 滑雪圈

Kids Play Area 儿童游乐区



室内冰雪旅游项目将融入文商旅综合体中，成为都市度假旅游目的地组成部分

@太仓阿尔卑斯雪世界

- **区位条件：**位于苏州市太仓市复游城路，距离高铁太仓南站仅600米，出站可达，距离苏州市中心1.5个小时车程，距离上海市中心1个小时车程。
- **投资方：**复星旅文集团
- **运营方：**法国阿尔卑斯集团
- **开业时间：**2023年10月28日
- **规模体量：**占地面积约5.4万平方米，总建筑面积9.1万平方米
- **设施条件：**5条坡度各异、最长达280米的雪道，类型丰富的娱雪设施
- **内部业态组合：**雪世界分冷区和暖区，其中冷区又划分为滑雪区和娱雪区。冷区中，除雪道之外，还有风雪溶洞、欢乐大转盘、企鹅大本营、雪山穿越、冰镜湖、冰上自行车、冰宫探险、对对碰、滑梯等娱乐设施以及冰雪主题餐厅。暖区配套设施包括雪景餐厅、咖啡厅、酒吧、装备商店、滑雪学校、纪念品商店等。
- **外部业态组合：**包括主题街区、观光游船、水影秀、沉浸式戏剧、艺术空间、运动公园、家庭娱乐中心、ClubMed joyview度假村、Casa Cook酒店及度假村等。





滑雪旅游渗透率不高，度假旅游市场尚不成熟，距离冰雪旅游强国尚有距离

- **滑雪旅游资源条件：**欧美地区滑雪旅游场地资源条件优越。全欧洲有2000多个滑雪场，最好的滑雪场集中在阿尔卑斯山一带（阿尔卑斯山的滑雪场占了全球总数的36%）和北欧国家，法国、意大利、奥地利、瑞士和德国等五个国家滑雪场面积总和达到5800平方公里。美国大部分滑雪场分布在落基山脉，著名的盐湖城曾经为冬奥会举办地，是美国滑雪产业中心区。加拿大雪资源丰富，有滑雪场700多家，滑雪度假区主要集中在靠近美国边境的安大略和魁北克两省。2020年，阿尔卑斯山地区收获了全球43%的滑雪者。我国的室外滑雪场主要集中东北、华北、西北地区，室外滑雪场距离主要客源市场均有较远的距离。
- **滑雪旅游文化：**欧美国家滑雪旅游的发展既得益于其资源条件，也与冬奥会的举办有密切关系，冬奥会带动了民众的冰雪运动热情，使冰雪运动在欧美国家广泛发展，形成了良好的群众基础。在亚洲，日韩等国家的滑雪旅游发展也与冬奥会的推动密不可分。
- **滑雪旅游市场渗透率：**美国和日本滑雪人口渗透率接近10%，瑞士、奥地利等国家超过30%，但我国目前的滑雪人口渗透率不足1%，仍属于小众运动，还有很大的提升空间。
- **滑雪旅游的消费形态：**度假式滑雪是滑雪旅游发达国家的主要消费形态。以瑞士为例，瑞士人喜爱的滑雪方式依次是，休闲度假滑雪约790万人次、竞技比赛滑雪约620万人次、约定节日滑雪约430万人次、亲友结伴滑雪约180万人次、观光旅游滑雪约130万人次。

市场发展整体上还处在初级阶段，距离高质量发展的目标仍有距离

冰雪旅游大部分是轻度体验者

我国冰雪旅游客群基数大，参与度广，但大部分还是尝鲜式的轻度体验者，扣除交通、门票等支出外，衍生消费能力弱，消费粘性较弱，带动性不足

初级产品多，高品质产品少

当前的冰雪旅游市场还是以观光体验、娱乐体验、初级滑雪体验等产品和消费为主，冰雪旅游度假等高品质产品占比较低，整体市场效益不高

季节性强，经营周期短

冰雪旅游对区位、气候、环境有较高要求，绝大部分资源产品位于东北、西北、华北地区，经营周期长则3-4个月，短则只有1-2个月

大型项目投资重，回报周期长

对于室内外滑雪场、冰雪旅游度假区等大型/综合性项目，投资体量大，财务成本高，利润率低，回报周期长，投资风险和运营压力均比较大

供给和需求同步提升，冰雪主题度假将成为一个重要细分市场

政策红利带来市场红利， 市场规模将继续增长

2022北京冬奥会带动了我国冰雪旅游政策、场地建设、设施设备生产、人才体系、产品运营、市场认知等全体系化的发展，尤其是青少年和年轻群体对冰雪运动有了普及性的认知，冰雪旅游发展的后奥运会红利依然存在，培育起来的年轻市场消费能力将会逐渐释放

冰雪旅游的体系性和消费 粘性将进一步增强

在热雪奇迹、复星旅文、万达集团等企业的推动下，我国的室内滑雪场数量和游客接待量还在稳定提升，室内练习、室外畅滑的滑雪旅游体系已经形成，全年四季均可体验和参与的滑雪旅游产品体系也已形成，以滑雪旅游为代表的冰雪旅游游客粘性将进一步增强

赛事和度假市场份额将 逐步提高

当前，旅游消费市场的整体趋势是从观光旅游向度假旅游过渡，目前我国冰雪旅游度假目的地已经有了数量和质量上的双重提高，不仅滑雪设施和产品服务达到了国际水平，酒店、商业、文娱产品的配套也同步了极大提升，赛事活动和度假旅游将成为拥有较高份额的细分市场

进一步优化产品、培育市场、完善产业链能力、打造具有竞争力的自主品牌

进一步优化产品体系

加强中高端冰雪旅游产品的研发，加强冰雪旅游与文化、艺术、温泉、康养、研学、会议、美食等关联产业的融合发展，为冰雪旅游目的地设计体系化的产品，让旅游者拥有多元的选择和丰富的体验

进一步培育消费市场

冰雪旅游的发展应该针对青少年群体培养运动娱乐兴趣，针对青年群体培养竞技精神和粘性，针对中年群体培养度假消费习惯，形成全年龄段客群的覆盖。要借助室内雪场的场地优势，在南方市场着力培育客户群体。

进一步完善产业链能力

冰雪旅游产业链较长，涉及的企业类型较多，对产业经济具有较大的带动性。当前，要在场地规划设计、装备制造、赛事活动策划组织、师资力量培训、品牌策划和营销等方面加强能力建设，逐渐形成更强的产业链能力

进一步培育自主产品和业务品牌

目前，国内的滑雪场、场地装备和个人装备、运营企业、赛事活动等方面都缺乏有竞争力的自主品牌，相关企业在提升产业服务能力的同时，也需要加强自主品牌的塑造和推广，通过品牌价值的提升形成更大行业影响力



感谢观看