

冰雪運動效應 黑龍江丁財兩旺

「滑雪+溫泉」火爆 春節遊客升18%花費336億

經濟透視

在攝氏零下20度的嚴寒，冰雪大世界園區依然人潮湧動，熱門冰滑梯排隊時長更超過兩小時。隨着哈爾濱亞洲冬季運動會的成功舉辦，政策與市場共振，冰雪運動的「冷資源」正轉化為經濟發展的「熱引擎」。據園區統計，亞冬會期間日均接待量突破5萬人次，在這個冰雪季正式運營的55天裏，接待遊客量突破300萬人次，創歷史新高。冰雪產業引來前所未有的發展機遇。

大公報記者 于海江 王欣欣

2024年11月，國務院辦公廳印發《關於以冰雪運動高質量發展激發冰雪經濟活力的若干意見》，以冰雪運動為引領，帶動冰雪文化、冰雪裝備、冰雪旅遊全產業鏈發展，推動冰雪經濟成為新增長點。據黑龍江省體育數據，亞冬會期間，省內主要雪場單日接待量突破12萬人次；亞布力旅遊度假區連續40天出現「雪板等纜車」現象。記者在亞布力陽光度假村看到，高級雪道纜車等候區排起長龍，有滑雪教練透露，其預約已排至兩周後。滑雪工作人員也表示：「今年滑雪場每條國際標準雪道使用率超95%，周末單日接待量突破8000人次，創開業以來最高紀錄。」

旅客停留時間增 助提升消費

滑雪場還與當地文旅部門合作，推出「滑雪+溫泉」、「滑雪+民俗體驗」等組合產品，進一步延長遊客停留時間，提升消費附加值。有數據顯示，今年亞布力周邊餐飲、住宿消費按年增長40%。而為了滿足不同遊客的需求，亞布力陽光度假村滑雪場還推出多種滑雪課程和活動套餐，包括親子滑雪、情侶滑雪等，讓更多人享受冰雪運動的樂趣。亞布力陽光度假村總經理和慧傑也感受到亞冬會帶來的冰雪旅遊產業的熱度。和慧傑同時提供數據說，2024年到2025年雪季，亞布力陽光度假村整體收入和接待人次比上個雪季增長20%。

據測算，亞冬會帶動的冰雪經濟熱潮，2025年春節期間，哈爾濱市累計接待遊客

1215.1萬人次，按年增長20.4%。黑龍江省累計接待遊客2626.3萬人次，遊客花費達336.5億元人民幣，分別按年增長18.3%、23.8%。

第九屆亞冬會的舉辦，不僅為哈爾濱帶來巨大經濟效益，更為整個東北地區的冰雪旅遊產業注入強勁動力。隨着「快進慢遊」交通網絡的完善，黑龍江省正形成全域旅遊新格局。

哈伊高鐵釋放經濟潛力

位於哈爾濱西側的高鐵一小時經濟圈內，大慶市憑藉獨特的大慶冰河世紀猛獁樂園異軍突起。自2024年12月28日開園以來，短短50天接待遊客突破百萬人次，創下區域冰雪旅遊新紀錄。為滿足激增的住宿需求，大慶市2024年新增15家精品酒店，客房供給量提升逾10%，帶動周邊餐飲、零售等配套產業同步升溫。

享有「林都」美譽的伊春市，憑藉83.8%的森林覆蓋率與冰雪資源的完美融合，成為本季旅遊市場的「黑馬」。亞冬會期間，伊春入境遊客按年大增382%，春節假期旅遊人次和收入雙雙實現20%以上的增長。值得關注的是，哈伊高鐵建設正加速推進，預計2026年全線通車後，兩地通勤時間將縮短至兩小時以內，進一步釋放區域協同發展潛力。



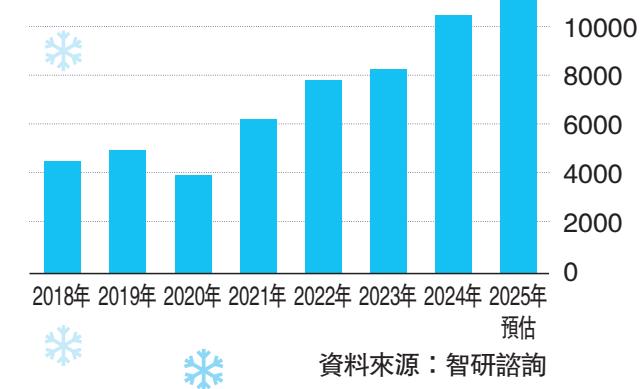
▲亞冬會期間，黑龍江省內主要雪場單日接待量突破12萬人次。
大公報記者于海江攝



▲哈爾濱冰雪大世界接待遊客量屢創新高。
大公報記者于海江攝

中國冰雪運動帶動市場規模

(億元人民幣)



資料來源：智研諮詢

AR文創產品受歡迎 銷售額逾2000萬

商品 熱賣

以長40米、高20米的陽明灘大橋雪雕為背景，結合「哈爾濱元素」、「亞冬會」和「中國節慶文化」三大主題，3D投影技術精準投射於不規則雪雕表面，呈現出極具創意與立體感的視覺效果——每晚10場的雪山光影秀，成為冰雪大世界的核心亮點。位於中央大街的「龍粵號北境魔法列車」魔法文創中心，擴增實境(AR)互動文創產品單品銷售額突破2000萬元(人民幣，下同)。

創新技術 現實與虛擬結合

「技術創新與藝術表現的結合，為遊客帶來超越想像的沉浸式體驗。」哈爾濱冰雪大世界企業策劃部副部長楊柳表示，遊客只需要打開微信掃一掃功能，對準雪雕即可解鎖增強現實體驗，欣賞虛擬雪花飄落或動態人物跳躍，並與冰雪世界互動拍照，創造獨一無二的冰雪記憶。

AR技術賦能的精美冰箱貼可以錄製個人祝福視頻；可以互動對話的吉祥物「濱濱」和「妮妮」不倒翁隨時隨地為您充當城市導遊……哈爾濱的「爆火文創」成為最新的「流量密碼」。

獲得哈爾濱亞冬會特許生產以及零售兩個資質的龍粵文旅科創公司，其總經理王婧向記者介紹，沿着數字化主題的創意重點，公司開發了100多個數字化特許商品，出現很多遊客

必買的網紅爆款。「兩個風車型冰箱貼是我們今年的『銷冠』：粉色的叫做丁香風舞，設計結合哈爾濱市花、亞冬會吉祥物和當地地標建築；藍色的叫火舞冰城，手柄採用亞冬會火炬造型，彰顯冰雪力量，用手機一掃就會看到熊熊的火炬燃燒的盛景。還有科技賦能下的『濱濱』和『妮妮』AI互動不倒翁，不僅能當桌面擺件，還可以通過掃碼化身『智能導遊』，與吉祥物對話暢遊『爾濱』。」

「79元一個冰箱貼被遊客瘋狂搶購，表明文創市場的巨大潛力。」王婧說，雖然魔法車廂不大，但這個店一天的營業額平均在十幾萬元，最高時可達20萬元。目前公司60%的庫存已經售罄。在全省，有20多個自營和聯營的分銷點位。



▲可愛福寶AI賦能，可互動對話，作導遊逛哈爾濱。
大公報記者王欣欣攝

搶亞冬會機遇 企業升級冰雪裝備產業

迎合 市場

黑龍江省七台河市因盛產冬奧冠軍而聞名於世，亞冬會的舉辦極大地推動黑龍江冰雪產業的發展。七台河企業百凝盾運動裝備科技總經理王帥說，2025年第九屆亞洲冬季運動會的舉辦為百凝盾帶來新的發展機遇。百凝盾不僅規劃建設了冰刀、滑雪板、速滑服裝等產品生產線，還打造了輪滑培訓基地和冰上培訓基地，以滿足日益增長的冰雪運動市場需求。

「為了滿足國內外訂單需求，百凝盾持續加大技改投入，研製了頭盔、刀架等新產品，



▲百凝盾的訂單量去年增長10%左右，產量突破3萬雙。
大公報記者于海江攝

並將更多精力放在定製服務上。」王帥透露，百凝盾的產品性能已達到國際先進水平，並成功遠銷歐美市場。其中，百凝盾的冰鞋產品合作對象涵蓋韓國、日本、匈牙利、加拿大等多個國家的企業。2024年，百凝盾的訂單量按年增長10%左右，產量突破3萬雙。

百凝盾投資滑雪板生產線

百凝盾冰雪裝備製造二期項目正在加速推進。該項目由桃山區政府申請冰雪經濟產業園專項債投入1000萬元(人民幣，下同)建設研創中心，幫助企業延伸產業鏈、拓寬銷售渠道。同時，百凝盾擬投資近2000萬元建設二期項目，引進滑雪板生產線，擴大冰刀生產線規模。預計項目建成後，百凝盾將成為內地最大規模自主研發並生產冰雪裝備的冰雪企業，年產值達千萬元以上。

此外，記者從亞冬會發布會上了解到，黑龍江省將借助舉辦亞冬會的良好契機，從五方面入手推動冰雪裝備產業更好、更快發展。聚焦冰雪裝備核心技術、重點產品、重點需求、重點環節，加快先進適用冰雪裝備的研製生產，推動產業集聚，拓展市場領域，多措並舉，着力推動冰雪裝備產業高質量發展。

攜程首度派息 今年斥31億回購

【大公報訊】國際一站式旅遊服務供應商攜程集團(09961)公布2024年全年業績，收入按年增20%至533億元(人民幣，下同)，股東應佔純利增長72.7%至171億元。此外，集團計劃首次派發末期息每股0.3美元，董事會亦已授權今年採取新資本回報措施，回購總額達4億美元(約31.2億港元)。攜程集團聯合創辦人、董事會執行主席梁建章表示，2024年旅遊市場展現顯著韌性，公司致力投資人工智能並促進入境旅遊，以推動創新並提升旅遊體驗。

內地方面，根據官方數據，國內旅遊人次達56億。攜程表示，隨着旅遊業成為經濟的支柱產業之一，消費券等舉措，可望進一步推動旅遊消費及國內旅遊發展。同時，出境旅遊持續展現出強勁的成長趨勢，而簽證申請流程的放寬及國際航班數量的增加，進一步推動這一成長趨勢。根據財報披露，2024年第四季度攜程出境酒店和機票預訂量已超

過2019年疫情前同期的120%水平，持續跑贏行業30%至40%。

免簽國旅客入境遊預訂飆1.5倍

境外方面，2024年第四季度，攜程國際OTA平台Trip.com的機票和酒店預訂量年增超過70%，其中亞太地區的預



▲攜程集團去年業績理想，股東應佔純利增長逾72%。

訂量增加約80%。此外，攜程受惠於中國入境遊熱潮，於2024年第四季度，攜程平台入境遊預訂量按年增長超過100%。2024年全年，入境遊預訂量按年增長超100%，其中來自免簽國家的預訂量增長超過150%。

針對旅遊群體，攜程尤為看好銀髮族，隨着未來將有超1億活躍及健康的銀髮消費群體，銀髮旅遊市場規模有望突破1萬億元。公司透露，50歲及以上旅行者現時佔公司用戶約10%，且購買力高於平均水平30%。除銀髮族外，年輕消費者在旅行消費上的增加，明顯體現在對現場音樂會、音樂節、展覽和體育賽事等體驗活動的日益增長的需求上。

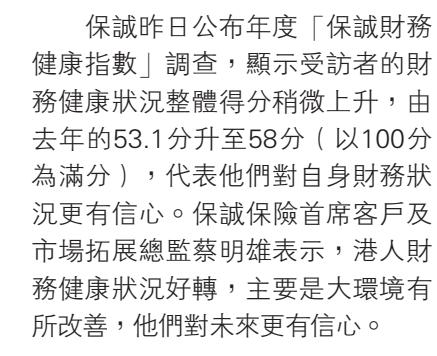
至於其他業績數據均有亮眼表現，2024年全年，住宿預訂營業收入為216億元，按年上升25%；交通票務營業收入為203億元，上升10%。但該公司股價卻未受利好消息振奮，收報462港元，跌11.9%。

保誠研推指數型萬用壽險產品

【大公報訊】保監局將於今年首季公布指數型萬用壽險(IUL)監管指引，保險業界摩拳擦掌，力拓新業務。保誠首席產品管理總監馮偉成表示，歡迎保監局放寬有關業務，公司內部正積極研究當中。被問到今年業務發展，馮偉成表示，公司同時注重內地訪客及本地業務，以「雙頭馬車」策略發展，有信心業務保持穩健發展。

內地客對傳承信託興趣增

馮偉成表示，內地旅客對功能性保險產品的需求上升，如對傳承及信託功能均十分有興趣，保誠會繼續推出新產品及服務，如「保誠信守明天多元貨幣計劃」設有市場首創的自主入息及自主傳承選項靈活規劃財富傳承，滿足客戶需求。他續稱，看到客戶對醫療保險需求有增無減，未來會繼續加強產品設計及推出更多新醫療產品。



▲蔡明雄(左)、MC張天賦(中)、馮偉成(右)出席「保誠財務健康指數」調查暨保誠信守明天多元貨幣計劃發布會。
保誠供圖