

乘冬奥之风 冰雪装备产业迎来黄金期

2022年北京冬奥会、冬残奥会已圆满落幕，这场冬季盛宴激发了中国人对冰雪运动、冰雪旅游的空前热情。冬奥会期间，吉林大学“冰雪旅游场地装备与智能服务技术”文化和旅游局重点实验室发布的《中国冰雪经济指数报告》指出，中国冰雪经济近年来总体上持续快速增长，尽管受到新冠肺炎疫情的影响，但在冬奥效应的带动下，呈现出爆发式增长的态势。2021年冰雪旅游经济发展相较2016年实现了翻倍，预计2022年将比2021年增长30%以上。

中国旅游协会旅游商品与装备分会秘书长陈斌表示，后冬奥时代将是我国冰雪产业的黄金发展期。同时，冬奥会的举办，也为我国冰雪装备产业融合发展提供了发展契机，更为中国企业增强实力、走向世界创造了机遇，搭建了平台。



消费者选购滑雪板 本报记者 陈晨 摄

□ 本报记者 王诗培

“我本人非常喜欢滑雪，玩单板有七八年了，每年雪季只要周末有时间就要到崇礼滑雪场玩一天。今年春节期间，我给女儿买了一套滑雪服，带她去滑雪场体验了一下滑雪的乐趣。”家住北京西城区的刘先生告诉记者，北京冬奥会举办期间，除了观看比赛外，他还带家人感受了一次冰雪项目的刺激。“为了能有个好的体验，我特意给女儿购买了速干衣、滑雪袜、手套、头盔等滑雪服饰配件。尤其是滑雪服平时也能穿，她非常喜欢。”

随着我国冰雪运动的日益普及，国内的冰雪运动装备迎来消费热潮。2021年“双十一”期间，雪服、雪板、滑

雪镜等冰雪运动装备订单均有大幅增长。据京东“双十一”冰雪相关项目装备销售数据显示，按照类别分别计算，滑雪服成交额同比增长270%、滑雪单板订单量同比增长590%、滑雪镜订单量同比增长300%、滑雪品类自营订单量同比增长23倍。

今年春节期间，受冬奥会影响，冰雪运动相关商品成为最热销的“新年货”，电商平台上的冰雪类装备产品成交额呈爆发式增长，其中，花样滑冰鞋增幅达到553%。

参与冰雪运动的人数增多，具备中高端运动水平的人也越来越多。从购买入门级的冰雪服饰，到

绒服特大赛”和“大型羽绒服种草现场”。特别是中国运动员穿的国产品牌安踏羽绒服，更是火出了圈。

据了解，安踏为开幕式演员和志愿者提供的羽绒服不仅设计独具匠心，还有黑科技——石墨烯智能发热技术让其更加防寒保暖。研发这项技术的泉州市金琴智能科技有限公司总经理庄金表示，公司2006年开始研发加热服装，第一代服装类似电热毯，加入了碳纤维丝，第二代产品升级加入了复合碳纤维金属丝；第三代服装开始使用石墨烯材料，可显著提升红外辐射升温，同时附带按摩等功能；第四代衣服则使用了碳纳米管技术，可以为整件衣服加热，持续时间8

“我们要大力推动产业融合创新，推进冰雪装备器材与冰雪运动体验、冰雪旅游和冰雪文化融合发展，发展新业态。”工业和信息化部副部长辛国斌认为，冰雪装备器材产业是冰雪产业的重要组成部分，是贯通冰雪竞技与群众冰雪运动、连接冰雪运动各方参与者的重要载体。

小到雪板、滑雪服，大到钢架雪车、雪橇，每种装备的小小创新背后，都凝结着新技术、新材料、新工艺的大突破。如今，冬奥场馆中的中国制造、冰雪运动休闲娱乐场地上的国产设施装备，无不显示了中国冰雪装备产业的飞速发展。

河北廊坊固安沃机电有限公司

生产的雪地魔毯在全国市场占有率超过60%，并远销日本、韩国、蒙古、俄罗斯。黑龙江齐齐哈尔黑龙江国际冰雪装备有限公司新建了一条可年产10万副单板、10万副双板的滑雪板生产线。

另外，在政策引导和相关部门的共同推动下，我国冰雪装备器材在重点领域的研发攻关上也取得了突破性成果。例如，河北张家口宏大冶金机械有限公司设计制造的“塔式造雪机旋转支架”，已取得8项国家实用新型专利，改变了原有的造雪方式，承担了北京冬奥会造雪任务；国内企业自主

市场有需求

挑选更加专业的冰雪器材，进而成为装备达人，冰雪运动消费结构不断优化升级，消费者对冰雪运动器材装备的实用性、观赏性、专业性都有了更高要求。

据了解，一件中高级别的滑雪服七八千元，一副雪镜三千元左右，一副护具六百多元，一件速干衣也在几百元，一整套中高端滑雪装备一般两万元左右起步。刘先生表示，滑雪板一般都要几千元，8000元以上售价是比较高端的。目前，滑雪板比较高端的品牌都是国外的，但这两年国内企业也开始做自己的雪板品牌，比如乐凯奇、匹克等。“因为热爱滑雪，享受更舒适的

产品有创新

个小时以上。

庄金介绍，除了与安踏合作为冬奥会提供的加热服装系列，公司还生产有制冷服装系列、发光穿戴系列、蓝牙视频穿戴系列、智能防摔系列、监测人体健康穿戴系列等，共有国际专利68项，为众多国际大牌提供方案、模块及模组。

据悉，这些专利技术很多都处于全球领先地位，其中，金琴智能科技实验团队研发的护脸面罩使用了无源保暖和透气两个问题，在零下10摄氏度的环境中，可以让运动员吸入的空气温度提高20摄氏度，面部皮肤温度提高6摄氏度。这个面罩也在北京冬

发展有动能

研发的模拟滑雪机已在多所学校得到应用；数控雪板冰刀磨床已完成工程化样机研制。

冰雪装备制造产业还实现了转型升级。河北宣化工程机械股份有限公司是生产推土机、挖掘机等工程机械的骨干企业。近年来，他们抓住新机遇，研发生产了国内首台高端大马力压雪车，已在崇礼多家雪场投运。

陈斌表示，2008年北京奥运会让中国旅游业受益10年，全民健身让中国体育消费蓬勃发展，一批国货运动品牌相继崛起。今年，中国冰雪装备产

业销售收入预计超200亿元，这一朝阳产业将继续稳步增长，在为消费者带来更多新鲜、刺激体验的同时，也为经济发展增添新动能。

不过，业内人士表示，目前，国内本土的冰雪装备企业还是相对较小，硬件供应链还不是那么成熟，大企业缺乏。并且与外资品牌相比，国产化的冰雪装备制造和创新仍存在差距，这是短期内难以解决的问题。

陈斌建议，相关装备企业要借力冬奥东风，大力培育自主品牌和知识产权，培养消费者对“中国制造”的忠诚度，加强原创性技术和核心技术，提供更优质的冰雪服务，打造具有国际竞争力的企业和品牌。

业销售收入预计超200亿元，这一朝阳产业将继续稳步增长，在为消费者带来更多新鲜、刺激体验的同时，也为经济发展增添新动能。

业销售收入预计超200亿元，这一朝阳产业将继续稳步增长，在为消费者带来更多新鲜、刺激体验的同时，也为经济发展增添新动能。

业销售收入预计超200亿元，这一朝阳产业将继续稳步增长，在为消费者带来更多新鲜、刺激体验的同时，也为经济发展增添新动能。

非遗记忆

天水雕漆：传承有人 创新得法

□ 罗贵鹏 本报记者 张晚堂

小到手杖、茶盘、烟具、小凳、礼盒，大到屏风、躺椅、古式书架、家具等，近年来，甘肃天水雕漆制品以其图案精致、色泽光滑的特点受到市场青睐，尤其是创意满满、文化内涵深厚的雕漆旅游商品更是受到年轻人的喜爱。

据了解，天水雕漆继承了古代雕漆工艺的传统，又从雕塑、绘画中吸取了营养，细心雕琢、推陈出新，富有自己的特点。成型的雕漆制品漆面乌黑，光亮均匀，漆底平整、坚实，不怕酸碱腐蚀，不怕烧、不怕烫。

走进天水市秦州区曹家塄天水黄河雕漆工艺有限责任公司的展厅，首饰盒、屏风、古琴等，各种雕漆制品琳琅满目。天水黄河雕漆工艺有限责任公司总经理、天水雕漆行业协会会长赵晨说：“天水雕漆技艺将雕刻填彩、镶嵌、描金、印雕、推漆、彩绘等手法巧妙搭配、灵活应用，让原本朴实无华的物品种类繁多、成为一件件艺术品。”

赵晨说，天水雕漆工艺所采用的雕刻填彩技法，在中国漆艺中占有重要位置，是传统手工技艺的典型代表。2008年，天水雕漆技艺被列入第二批国家级非物质文化遗产项目代表名录。

一件完整的雕漆作品需要木工、漆工、石刻、描金布景等多项工艺，仅一件屏风就要经历上百道工序。漆面要反复涂刷三四十遍，漆层达数毫米。赵晨说，因为整个流程都是手工完成，所以天水雕漆的生产周期相对较长，有的甚至要一年或更长的时间。“雕漆制品之所以珍贵，正是因为每一道工序都是工艺师苦心孤诣成就的。”

作为天水本地的高等院校——天水师范学院在2020年10月成立了“山下工房”雕漆艺术创新工作室。该工作室由一支专业能力突出的青年教师队伍组成。工作室负责人刘洋秉承传承和振兴发展天水漆艺的理念，将具有悠久历史的大漆材料融入漆艺创作当中，使天然大漆与文化创意产品深度融合，拓展了大漆产品的应用范围，体现了较强的创新性和时代感，逐步建立了独具特色的漆艺文创产品研发模式。

如今，“山下工房”雕漆艺术创新工作室在现代漆艺教学、创作、创新创业方面都取得了良好的成绩，在省内外产生了一定的影响，对加强天水漆艺文化的深入研究，打造省级大漆文创品牌，形成规模化生产，提升社会影响力起到了积极的推动作用。

近年来，随着线上购物的快速发展，首先依赖于景区(点)销售的雕漆手工艺品销售者，积极开拓销售渠道，不仅拓展各大景区(点)销售摊位，参加省内外组织的各种展览展示营销活动，同时也在多个网络销售平台上创建销售店铺，通过图片、视频等展示和宣传天水雕漆工艺品，实现良好的经济效益。

“天水雕漆工艺品雕漆刻画的原创素材内容丰富，再加上近年来相关文创衍生品发展的良好势头，不断创新出圈，让更多的人了解了这门非遗技艺，这对于传承和保护好天水雕漆是有利的。”赵晨说。

雕漆师傅在漆面上做工笔重彩画 天水市文化和旅游局 供图

雕漆师傅在漆面上做工笔重彩画 天水市文化和旅游局 供图

雕漆师傅在漆面上做工笔重彩画 天水市文化和旅游局 供图

雕漆师傅在漆面上做工笔重彩画 天水市文化和旅游局 供图

雕漆师傅在漆面上做工笔重彩画 天水市文化和旅游局 供图

雕漆师傅在漆面上做工笔重彩画 天水市文化和旅游局 供图

雕漆师傅在漆面上做工笔重彩画 天水市文化和旅游局 供图

雕漆师傅在漆面上做工笔重彩画 天水市文化和旅游局 供图

“好看中国·长征”“好看中国·长城”微信短视频活动说明

腾讯公司微信短视频与中国旅游报社宣传推广中心推出“好看中国”活动以来，文化和旅游行业管理部门、纪念馆(博物馆)、旅游景区、旅行社、酒店及游客积极参与。

一、短视频内容

包括但不限于以下内容：

1. 长征、长城、大运河、黄河、长江沿线的历史文化挖掘；
2. 长征、长城、大运河、黄河、长江沿线的文旅融合；
3. 长征、长城等国家文化公园带动产业发展的案例；
4. 长征、长城等沿线知名景区、非遗、节庆、民俗等的宣传。

发布作品请加上#好看中国·单位、例如：#好看中国·金山岭长城、#好看中国·哈达铺长征纪念馆。

二、参与单位与个人

1. 长征、长城等沿线的文化和旅游行业管理部门；
2. 长征、长城等沿线的纪念馆、博物馆；
3. 长征、长城等沿线知名旅游景区、旅行社、酒店、民宿；
4. 长征、长城等文化研究专业人士、爱好者。

5. 大运河、黄河、长江沿线的相关单位和个人，可参照长征、长城沿线的要求参与。

三、优秀短视频奖励

1. 平台积极推送相关内容；
2. 对质量好、效果好的作品，以案例形式向行业介绍；
3. 优秀的创作单位和个人，将可以优惠条件参与线下活动。

四、活动时间

从即日起到2022年8月30日



近几年，“潮玩”文创产品火爆，“泡泡玛特”“模言公社”“九木杂物社”等“潮玩”品牌为了赢得更大市场，与景区进行定制化合作，同时在景区内设立自动售卖机，受到年轻游客和小朋友们的热捧。图为近日，一位小朋友在北京奥体中心游览区内的“泡泡玛特”自动售卖机前选购商品。

本报记者 陈晨 摄