

聚焦欢乐冰雪旅游季

这个雪季赏冰玩雪更“HIGH”

□ 本报记者 张宇

“雪后的新疆很美，一望无际的戈壁滩银装素裹，与远处的雪山连绵相接。”来自河北的张女士刚刚去了新疆旅游，“我们还打卡了天山神秘大峡谷、喀什古城，冬天的新疆性价比很高。”这个冬季，冰雪旅游持续火热，游客需求也更加多元，赏冰玩雪、冰雪运动、民俗文化、冰雪旅拍成为热门，旅行社也在持续加大投入，研发推出更丰富的冰雪游产品。



哈尔滨冰雪大世界 本报记者 陈晨 摄

需求更旺盛

来自美团的数据显示，进入冬季以来，冰雪旅游搜索热度环比增长了一倍多。从订单量来看，哈尔滨位居目的地城市首位，排名前三位的客源地为广州、深圳和北京。

途牛预订数据显示，东三省仍是冬季国内冰雪旅游热度顶峰。哈尔滨、白山、牡丹江、吉林、长春、漠河、延边等地热度位于前列。5—6天的国内长线游产品最受欢迎，出游高峰集中在元旦前后。

携程数据显示，从11月底开始，冰雪旅游产品的售卖开始起量，进入12月，冰雪旅游相关产品的搜索热度持续走高。从目的地来看，新疆、内蒙古冰雪旅游热度骤起，两地冬季包车旅游热度上升明显。

同程旅行平台数据也显示，进入冬季以来，冰雪旅游相关搜索热度环比增长超过3倍。除了传统热门的冰雪旅游景区之外，游客开始发掘更新鲜

的小众冰雪旅游打卡地。记者梳理发现，今冬，冰雪运动需求增长明显。携程数据显示，近一个月，国内滑雪场门票预订量同比增长了近20%。长春、张家口、吉林及北京、阿勒泰地区的滑雪场近期预订量持续攀高。

途牛数据也显示，“酒店+滑雪”套餐及滑雪次卡等产品预订热度增长明显。新疆阿勒泰地区的滑雪场因为雪质优、景色美，成为年轻滑雪爱好者的热门选择。马蜂窝站内近一周“滑雪”平均热度涨幅超过130%。以东北为代表的北方滑雪胜地实力领跑，黑龙江亚布力滑雪场、吉林松花湖滑雪场、崇礼万龙滑雪场、阿勒泰将军山滑雪场关注度名列前茅。

除了滑雪，冰上乐园、冰雪观光、民俗体验受到游客的喜爱。美团方面称，11月以来，去东北旅游、本地特色服务成为热门话题。“东北大炕”

“铁锅炖”成为热门搜索。携程平台上，冰雪旅拍订单同比上涨了761.54%，环比上月上涨306.04%。

来自途牛的数据显示，冰雪旅游消费中，亲子客群、年轻客群占比最高，分别为40%、31%。其中女性游客占比超六成。南方游客占比接近80%，上海、广州、南京、深圳、长沙、宁波、杭州、无锡等地用户出游热情尤为旺盛。

此外，年轻用户是滑雪产品预订的主力军，26—35岁的用户占比接近50%。随着滑雪运动在国内的普及以及滑雪场地、设施的日益完善，越来越多的年轻用户开始参与这项充满挑战与乐趣的运动，滑雪产品有近9%的预订用户年龄在50岁及以上。

6人游定制旅行创始人、CEO贾建强介绍，从6人游咨询数据来看，年轻用户更倾向于新疆，该地区自北向南的100多家滑雪场，冰上帆船比

赛、雪地摩托、无动力雪橇等新奇的冰雪项目，满足了年轻人追求个性化的需求。而家庭用户更偏爱东北地区，便捷的交通、观赏性与互动性兼具的冰雪旅游项目，以及适合亲子家庭的休闲旅游线路，使得东北地区成为他们的首选。

值得一提的是，2025年第九届亚洲冬季运动会在哈尔滨举办，届时将有更多国际游客体验哈尔滨冰雪旅游。此外，免签便利性叠加距离近、滑雪资源丰富、价格优惠等因素，使我国成为日本滑雪爱好者的新选择。携程数据也显示，12月，我国热门滑雪目的地的日本游客订单数增长150%。吉林、乌鲁木齐、哈尔滨、长春和张家口成为增幅较大的滑雪目的地。其中，吉林的日本游客订单同比增长267%，乌鲁木齐的日本游客订单同比增长162%，哈尔滨、长春、张家口同比分别增长了105%、103%、75%。

“为了满足不同客群体的需求，我们精心策划了一系列冰雪旅游产品。从哈尔滨的冰雪盛宴之旅，到长白山至大雪谷的晨暮滑雪深度体验，再到专为亲子家庭设计的童话雪国探险，以及面向年轻人的活力冬野之旅，每一款产品都力求在细分市场中精准定位。在产品设计上，我们坚持两大原则，一是深入剖析不同年龄段游客的需求，确保产品贴合消费习惯；二是严格把控服务质量，力求为每一位游客打造难忘的休闲体验。”贾建强告诉记者。

面对火爆的冰雪旅游市场，马蜂窝平台深耕特色玩法，进行了新的尝

试。“我们推出了‘冰雪+摄影’松花江钻石海航拍写真，‘冰雪+徒步’老克勒湖踏雪寻鹿，‘冰雪+漂流’长白山雾凇漂流等更符合年轻人喜好的产品。”马蜂窝相关负责人告诉记者。

“在营销方面，携程度假业务集合跟团、景点玩乐、定制、包车、鸡尾酒等5条业务线提供滑雪主题产品，覆盖境内外超过40个目的地。除此之外，携程还上线了多条特色线路，推出‘你好漠河’‘寻北追光’‘北疆明珠’‘温泉盛景’‘环游龙江’‘林海呼吸’‘雪域秘境’等10条特色线路。

“在产品设计上，我们更加注重文旅融合。”中旅旅行相关负责人介绍，“深入挖掘冰雪旅游资源，结合当地文化特色，开发具有创新性的冰雪旅游产品，打造冰雪旅游+温泉、冰雪旅游+民俗、冰雪旅游+研学等旅游产品。例如，在北京延庆，围绕滑雪、戏雪、赏雪主题，我们推出了‘长城冰灯文化之旅’‘冰雪温泉亲子之旅’等特色产品。”

今年冰雪季，春秋旅游推出了融入度假、美食、文化、亲子、迎新等不同主题的赏雪、娱乐类旅游产品，包括查干湖冬捕、户外冬钓、马拉爬犁、雾凇岛观日出等。分析今年在冰雪旅游市场的布局，春秋旅游副总经理周卫红说：“在哈尔滨，为服务更多入境游客，春秋旅游哈尔滨分社计划补充外语导游，不断升级冰雪旅游产品的体验性。例如，增加滑雪、滑冰、冰壶、冰雪雕刻DIY、打卡哈工大、哈药六厂，以及品鉴铁锅炖、杀猪菜、饺子等美食，增强旅游体验的趣味性，让游客‘沉浸式’感受东北冰雪旅游的魅力。”

“在产品设计上，我们更加注重文旅融合。”中旅旅行相关负责人介绍，“深入挖掘冰雪旅游资源，结合当地文化特色，开发具有创新性的冰雪旅游产品，打造冰雪旅游+温泉、冰雪旅游+民俗、冰雪旅游+研学等旅游产品。例如，在北京延庆，围绕滑雪、戏雪、赏雪主题，我们推出了‘长城冰灯文化之旅’‘冰雪温泉亲子之旅’等特色产品。”

“在产品设计上，我们更加注重文旅融合。”中旅旅行相关负责人介绍，“深入挖掘冰雪旅游资源，结合当地文化特色，开发具有创新性的冰雪旅游产品，打造冰雪旅游+温泉、冰雪旅游+民俗、冰雪旅游+研学等旅游产品。例如，在北京延庆，围绕滑雪、戏雪、赏雪主题，我们推出了‘长城冰灯文化之旅’‘冰雪温泉亲子之旅’等特色产品。”

“在产品设计上，我们更加注重文旅融合。”中旅旅行相关负责人介绍，“深入挖掘冰雪旅游资源，结合当地文化特色，开发具有创新性的冰雪旅游产品，打造冰雪旅游+温泉、冰雪旅游+民俗、冰雪旅游+研学等旅游产品。例如，在北京延庆，围绕滑雪、戏雪、赏雪主题，我们推出了‘长城冰灯文化之旅’‘冰雪温泉亲子之旅’等特色产品。”

“在产品设计上，我们更加注重文旅融合。”中旅旅行相关负责人介绍，“深入挖掘冰雪旅游资源，结合当地文化特色，开发具有创新性的冰雪旅游产品，打造冰雪旅游+温泉、冰雪旅游+民俗、冰雪旅游+研学等旅游产品。例如，在北京延庆，围绕滑雪、戏雪、赏雪主题，我们推出了‘长城冰灯文化之旅’‘冰雪温泉亲子之旅’等特色产品。”

“在产品设计上，我们更加注重文旅融合。”中旅旅行相关负责人介绍，“深入挖掘冰雪旅游资源，结合当地文化特色，开发具有创新性的冰雪旅游产品，打造冰雪旅游+温泉、冰雪旅游+民俗、冰雪旅游+研学等旅游产品。例如，在北京延庆，围绕滑雪、戏雪、赏雪主题，我们推出了‘长城冰灯文化之旅’‘冰雪温泉亲子之旅’等特色产品。”

“在产品设计上，我们更加注重文旅融合。”中旅旅行相关负责人介绍，“深入挖掘冰雪旅游资源，结合当地文化特色，开发具有创新性的冰雪旅游产品，打造冰雪旅游+温泉、冰雪旅游+民俗、冰雪旅游+研学等旅游产品。例如，在北京延庆，围绕滑雪、戏雪、赏雪主题，我们推出了‘长城冰灯文化之旅’‘冰雪温泉亲子之旅’等特色产品。”

虽然距离2025年春节还有近一个月的时间，但春节旅游产品预订已进入高峰期。相比往年，2025年春节旅游市场呈现产品上架早、游客更爱差异化体验、“一冷一热”线路更畅销等特点。

“春节游”预订热

2025年春节法定假期有8天，即1月28日(除夕)至2月4日(正月初七)。有人还提出了“请2休11”的拼假方案，即1月26日、27日请假调休，加上1月25日周日以及8天假期，凑成了11天“超长假期”。

“11天假期去哪玩？游客很早就开始规划了。”众信旅游媒介经理李梦然告诉记者，十一假期过后就陆续有游客报名春节出境游产品，南美+南极这类比较畅销的产品，当月就售罄了。

“今年3月我们就推出了明年春节期间的冰雪旅游产品，游客下手很快，长白山4日3晚自由行产品销售势头很好。”春秋旅游副总经理周卫红介绍，“截至目前，春节出境游产品预订人次同比增长近100%，年夜饭预订人次超过去年总量。我们上线了超过60家酒店的‘年夜饭+住宿’套餐，预订数量同比增长近20%。目前套餐数量仍在更新中。”

去哪儿数据显示，春节出境游产品预订已经进入高峰期。截至12月中旬，春节期间的国际机票和酒店预订量同比增长均超过1倍，旅客预订到达的城市较今年增加了157个。

途牛预订数据显示，春节团期出游用户中，近30%的用户选择“前拼”出游，预计春节第一波出游热潮出现在1月25日，选择出境游或国内长线游产品的游客占比更高。“不过整体来看，还是有更多用户选择先回家过年再出游，因此，春节假期出游高峰将从1月30日即正月初二开始，持续到2月3日正月初六，并在假期最后一天2月4日即正月初七迎来一波错峰出游小高峰。”途牛相关负责人说。

选择先回家再出游的游客，通常会选择将旅游目的地定为飞行距离4小时以内的地点，4天左右的旅行最受欢迎，初一去、初五回，票价最划算。

广之旅数据显示，春节产品价格从除夕至正月初四达到峰值，随后逐步回落，直至节后恢复正常。

值得注意的是，亲子游是春节出游的一大热门。从广之旅的预订情况看，亲子客群占春节出游人群的80%左右。国内亲子游热门目的地包括北京、云南、湖南、贵州、湖北、河北及陕西西安、黑龙江哈尔滨等地，亲子家庭特别关注住宿、出行和饮食。

冰雪游、海岛游受欢迎

在北方感受冰雪旅游的乐趣，到南方泡温泉，享受温暖的冬季，冰雪旅游和海岛旅游仍然是春节国内旅游市场的热点。

从多家旅行社预订情况看，哈尔滨依旧位居北方冰雪旅游热门目的地榜首。北京、长白山、阿勒泰、张家口等目的地的热度也很高。延边、乌鲁木齐、齐齐哈尔、阿坝和吉林市继续霸屏冰雪旅游黑马目的地前五。国内温泉旅游热度环比上涨178%，广州、重庆、福州、南京和扬州是春节热门的温泉旅游目的地。

同程旅行目的地合作部副总经理沙云晖介绍，12月以来，东北地区中小城市飞往广东、海南等省市的海岛游目的地机票价格有比较明显的涨幅。佳木斯—湛江、丹东—三亚、营口—三亚等航线机票均价同比涨幅超过三成。

采访中记者发现，2025年春节出境游市场同样呈现一冷一热线路产品走俏的特点。中旅旅行相关负责人介绍，春节出境游热门目的地集中在南半球地区以及欧洲、北美洲的冰雪胜地，“许多游客选择在春

节前往正值夏季的澳大利亚、新西兰欣赏自然风光，前往南美洲探访独特的世界文化遗产。我们推出了一系列澳大利亚、新西兰产品，‘拉美秘境’巴西、阿根廷、智利、秘鲁、乌拉圭24天深度游产品一经推出颇受欢迎，各团期已经快满客了。此外，芬兰、挪威、冰岛、俄罗斯等地的冰雪旅游产品，包括跟团游、私家团、单项服务等多个品类，并提供定制服务，吸引了不少游客。”

团队规模继续缩小，也是春节出境游市场的显著特点。“从预订情况看，出境游团队规模从30人减少到20人以内，这也意味着游客体验会越来越越好。”有业者表示。

年轻游客出国过年

上海游客小王花了2000多元，订好了初一出发、初五返程的上海到济州岛往返机票。他说，身边不少朋友和他一样选择出国过年，高性价比是非常重要的原因。

去哪儿大数据研究院研究员蔡木子分析出境游在春节价格反而优惠的原因是，春节是重要的传统节日，多数人回家团圆顺便旅游。因此，国内各大旅游城市尤其是适合冬季旅游的城市，在春节假期出现不同程度的涨幅。但国外并不处于放假状态，旅游人数较少，价格波动不大，因而出现部分出境游线路反而比国内游更便宜的现象。

爱彼迎中国业务负责人孔直秋透露，“春节假期爱彼迎平台多人出游订单占比过半。不论是和家人还是朋友一起出发，Z世代都是春节出境旅游的核心力量，是搜索同比增速最快的人群。”

出国过年，年轻游客喜欢的目的地有哪些？有业者分析，日本有望蝉联出境游首选目的地。“凭借短途优势与世界顶级的雪场资源，北海道二世谷、富良野等日本滑雪胜地的搜索热度再度飙升。滑雪之余，年轻游客也渴望欣赏雪国冬日限定的城市美景。除了东京、大阪和京都三大都市外，札幌、函馆等北海道小城，以及新晋宝藏小镇富良野近期搜索热度同比增长超6倍。”

此外，中国年轻游客还向往在“年味”很浓的东南亚海岛“躺平”。“从泰国普吉岛、印尼巴厘岛等经典度假目的地，到马来西亚、越南的一系列热门新宠，东南亚海岛目的地以其独特的魅力持续吸引中国游客。春节假期热搜城市中，近半数位于东南亚地区。越南的多巴胺小镇富国岛和海滨城市芽庄，搜索热度双双呈现约10倍增长。”有境外民宿业者分析，带有“魅力泳池”“热带风情”“海景民宿”等标签的房源最受年轻游客欢迎，年轻人期待“沉浸式享受海岛假期”。

“在产品设计上，我们更加注重文旅融合。”中旅旅行相关负责人介绍，“深入挖掘冰雪旅游资源，结合当地文化特色，开发具有创新性的冰雪旅游产品，打造冰雪旅游+温泉、冰雪旅游+民俗、冰雪旅游+研学等旅游产品。例如，在北京延庆，围绕滑雪、戏雪、赏雪主题，我们推出了‘长城冰灯文化之旅’‘冰雪温泉亲子之旅’等特色产品。”

“在产品设计上，我们更加注重文旅融合。”中旅旅行相关负责人介绍，“深入挖掘冰雪旅游资源，结合当地文化特色，开发具有创新性的冰雪旅游产品，打造冰雪旅游+温泉、冰雪旅游+民俗、冰雪旅游+研学等旅游产品。例如，在北京延庆，围绕滑雪、戏雪、赏雪主题，我们推出了‘长城冰灯文化之旅’‘冰雪温泉亲子之旅’等特色产品。”

“在产品设计上，我们更加注重文旅融合。”中旅旅行相关负责人介绍，“深入挖掘冰雪旅游资源，结合当地文化特色，开发具有创新性的冰雪旅游产品，打造冰雪旅游+温泉、冰雪旅游+民俗、冰雪旅游+研学等旅游产品。例如，在北京延庆，围绕滑雪、戏雪、赏雪主题，我们推出了‘长城冰灯文化之旅’‘冰雪温泉亲子之旅’等特色产品。”

“在产品设计上，我们更加注重文旅融合。”中旅旅行相关负责人介绍，“深入挖掘冰雪旅游资源，结合当地文化特色，开发具有创新性的冰雪旅游产品，打造冰雪旅游+温泉、冰雪旅游+民俗、冰雪旅游+研学等旅游产品。例如，在北京延庆，围绕滑雪、戏雪、赏雪主题，我们推出了‘长城冰灯文化之旅’‘冰雪温泉亲子之旅’等特色产品。”

“在产品设计上，我们更加注重文旅融合。”中旅旅行相关负责人介绍，“深入挖掘冰雪旅游资源，结合当地文化特色，开发具有创新性的冰雪旅游产品，打造冰雪旅游+温泉、冰雪旅游+民俗、冰雪旅游+研学等旅游产品。例如，在北京延庆，围绕滑雪、戏雪、赏雪主题，我们推出了‘长城冰灯文化之旅’‘冰雪温泉亲子之旅’等特色产品。”

“在产品设计上，我们更加注重文旅融合。”中旅旅行相关负责人介绍，“深入挖掘冰雪旅游资源，结合当地文化特色，开发具有创新性的冰雪旅游产品，打造冰雪旅游+温泉、冰雪旅游+民俗、冰雪旅游+研学等旅游产品。例如，在北京延庆，围绕滑雪、戏雪、赏雪主题，我们推出了‘长城冰灯文化之旅’‘冰雪温泉亲子之旅’等特色产品。”

旅游产品预订提速

□ 本报记者 赵垒

产品更好玩

温泉，性价比较高。”

今年冰雪季，春秋旅游推出了融入度假、美食、文化、亲子、迎新等不同主题的赏雪、娱乐类旅游产品，包括查干湖冬捕、户外冬钓、马拉爬犁、雾凇岛观日出等。分析今年在冰雪旅游市场的布局，春秋旅游副总经理周卫红说：“在哈尔滨，为服务更多入境游客，春秋旅游哈尔滨分社计划补充外语导游，不断升级冰雪旅游产品的体验性。例如，增加滑雪、滑冰、冰壶、冰雪雕刻DIY、打卡哈工大、哈药六厂，以及品鉴铁锅炖、杀猪菜、饺子等美食，增强旅游体验的趣味性，让游客‘沉浸式’感受东北冰雪旅游的魅力。”

“在产品设计上，我们更加注重文旅融合。”中旅旅行相关负责人介绍，“深入挖掘冰雪旅游资源，结合当地文化特色，开发具有创新性的冰雪旅游产品，打造冰雪旅游+温泉、冰雪旅游+民俗、冰雪旅游+研学等旅游产品。例如，在北京延庆，围绕滑雪、戏雪、赏雪主题，我们推出了‘长城冰灯文化之旅’‘冰雪温泉亲子之旅’等特色产品。”

服务更专业

的兴趣偏好提供更加个性化的服务。”马蜂窝相关负责人介绍，“我们将继续加大对冰雪旅游市场的拓展，除了传统的东北、华北等地区以外，还将加大对西北、西南等地区冰雪旅游资源的挖掘和布局。另外，通过建立更专业的冰雪运动知识库来加强AI旅行助手的训练，通过AI帮助更多冰雪旅游目的地，回答冰雪爱好者更深度问题。最后，依托我们与中国登山协会在山地户外指导员培训认证上的合作经验，与对口行业组织及院校共同培养冰雪人才，如‘冰雪玩法主理人’‘冰雪户外旅行管家’等，提升服务的专业性，为冰雪旅游长期发展贡献力量。”

周卫红告诉记者，春秋旅游将在加大冰雪旅游产品创新的基础上，持续深耕滑雪俱乐部。“滑雪俱乐部将加强与外界的合作，与旅游景区、滑雪场、雪具品牌等联手，进一步打通滑雪运动生态链。”

携程方面表示，将与目的地景区加强合作。“黑龙江省文化和旅游厅携手携程集团发起了‘冰雪之冠·大美龙江’黑龙江冬季直播周系列活动，依托平台资源优势持续深度合作，一方面，打造与2025年第九届亚洲冬季运动会相关的旅游产品，通过文旅消费券等手段拉动旅游消费规模；另一方面，通过开展多种线上线下营销推广活动持续扩大品牌知名度。”携程相关负责人表示。

采访中，有业者表示，在企业积极进入冰雪旅游市场的同时，也需要政府在基础设施上给予更多关注，同心协力、相向而行。

乔成伟提出，内蒙古、新疆等地的交通便捷度有待提升。“例如，一些主要目的地的直达航班班次较少，比如阿勒泰，目前仅有少量出发地具备直飞交通。小交通如当地公路、接驳车等也需要给予解决。特别是雪季，恶劣天气可能会导致交通瘫痪，影响

游客出行，这都需要当地政府和相关部门加大投入，改善交通基础设施，提升应急处理能力。”乔成伟说，“同时，旅行社在设计产品时，也需要考虑增加交通保障措施，比如提供多种交通方案供游客选择，或者在遇到突发情况时，协助游客解决交通问题等。随着冰雪旅游不断发展，地接资源紧张也是一个亟待解决的问题。如一些热门的目的地，酒店房间一直处于紧张状态，价格较高。同时，需要加强对现有地接资源的整合和优化，提升服务质量。”

“当前，适合全家出游的冰雪旅游目的地相对有限，东北地区是主要选择，如果游客超过了当地接待能力，会影响旅游体验，也会造成价格上涨明显。未来，随着新疆、内蒙古等地的基础设施不断完善，可以为消费者提供更多选择，同时有望形成更为均衡的冰雪旅游市场格局，推动冰雪旅游可持续发展。”贾建强说。

