

2024 年中国冰雪旅游消费数据报告

北京冬奥会成功举办后，我国冰雪旅游市场持续升温，“冷资源”不断释放“热效应”，冰雪消费蓬勃发展。美团依托消费数据，对我国 2023 年冰雪旅游消费情况进行分析研究。当前我国冰雪旅游发展呈现出供给提质扩容、消费潜力不断迸发、多业态融合发展产生综合带动效应等特点，大众冰雪旅游热情高涨。从区域情况看，我国南北方各省份均呈现出较好的冰雪旅游发展趋势，“专业运动+大众娱乐”、“北上南进+主客共享”的冰雪旅游休闲消费态势正在形成，以哈尔滨为代表的东北地区引领今年冰雪旅游新风尚。在消费客群方面，游客年轻化、家庭化趋势明显，冰雪旅游更好地满足了亲子游的消费需求。基于当前发展现状，建议各地不断扩大高质量产品供给，促进多场景多业态融合发展，持续提升行业线上化和数字化发展程度，提高目的地城市治理和旅游公共服务水平，以促进我国冰雪旅游高质量发展，不断激发冰雪旅游消费潜能。

随着 2022 年北京冬奥会的圆满落幕，中国的冰雪旅游行业迎来了“后冬奥”时代，呈现出多样化和高质量发展

的特征。一方面，冰雪旅游供给更加优质丰富，基础设施建设得到了极大的提升，不仅冬奥会场馆转型为公众滑雪场所，还有大量的冰雪运动设施建成开放，极大地丰富了旅游产品和体验。其次，政策支持持续加码，从国家到地方各级政府纷纷出台优惠政策，推动冰雪旅游产业链的完善。另一方面，冰雪旅游消费需求更加旺盛，冰雪运动的普及教育和市场营销活动增加了公众对冰雪旅游的认知和兴趣。2023年12月的中央经济工作会议明确指出，“要激发有潜能的消费，扩大有效益的投资，形成消费和投资相互促进的良性循环……积极培育文娱旅游、体育赛事等新的消费增长点。”冰雪旅游不仅是满足人民群众美好生活需要的重要抓手，更是促进行业高质量发展，构建新发展格局的关键举措。本研究依托美团数据，深入分析了冰雪旅游发展特征和消费趋势，为行业持续健康发展提供策略建议^①。

一、全国冰雪旅游消费总体形势分析

（一）供给提质扩容助力行业高质量发展

北京冬奥会的成功举办极大激发了冰雪旅游相关产业的投资和多种业态的消费热情，冰雪旅游已经从“有没有”

^① 本文按照通用分期方法，将每年1月1日-3月31日和11月1日-12月31日称为当年雪季。其中1月1日-3月31日称为上半年雪季，11月1日-12月31日称为下半年雪季。全文保持一致。

逐步向“好不好”转变。这一变化首先体现为我国冰雪旅游供给规模的不断扩大和质量体验的持续提高。根据《2023中国滑雪产业白皮书》的数据，2019年中国的滑雪场数量达到770家。由于疫情的影响，随后两年滑雪场数量开始下滑。然而，在2022-2023雪季，中国实际对外营业的滑雪场总数为697家，相比上一年的692家有小幅增长^①。截至2022年底，中国的滑冰场地数量达到1576家，同比新增126家，增速为8.69%，占冰雪场地总数的64.27%。根据预测，到2023年底，预计中国滑冰场地数量将达到1630个^②。在一些南方城市，冬季自然环境的差异并未阻挡大众消费的热情，室内滑雪场在国内全面爆发。相关数据显示，2013-2014年雪季，国内仅有5家室内滑雪场，但到2022-2023雪季，这一数值达到50家，中国已成为全球最大的室内滑雪强国^③。综合来看，中国的滑雪场和滑冰场数量在2019年至2023年间经历了一定的波动，但整体上呈现出增长趋势。从旅游投资来看，2018-2023年六年间，我国冰雪旅游重资产项目的总投资规模达到12320亿元，投资对旅游消费的稳步增长提供了有效支撑。在地域分布方面，

^① 数据来源：《2023中国滑雪产业白皮书》<https://new.qq.com/rain/a/20230829A09I7Q00>，这一统计数据中并不包括室内滑雪模拟器场地和戏雪乐园，因此与体育总局公布的数据存在出入。

^② 数据来源：《2023中国冰雪产业发展报告》<https://new.qq.com/rain/a/20230918A09E9000>

^③ 数据来源：《2023中国滑雪产业白皮书》，同上

全国冰雪旅游投资在西北、华东、东北的集中度进一步提高^①。

除了供给规模的总体提升，近年来冰雪旅游行业的线上化率也不断提升，游客的消费便利度和舒适度也有所提高。有越来越多的冰雪旅游场馆、乐园等与在线平台在数据、资源等层面共建共享，利用团购、直播、预售等方式开展一系列创新性营销，使游客可以通过线上渠道轻松预订冰雪旅游景区门票及住宿、餐饮、娱乐等项目，更好地满足消费需求。如美团推出目的地旅游美食地图产品，联动餐饮、酒店、景点等生活服务全场景，为用户提供“吃住行游购娱”消费链条的全方位服务，打造一站式目的地体验入口，让消费者乐游景点、乐享美食。美团数据显示，2023年雪季，美团平台收录并有过线上交易冰雪旅游项目的总供给数量同比增长了39.3%，其中的滑雪场和大众冰雪旅游休闲项目^②双双呈现增长态势，滑雪场上线数量相较于2019年增长了8.6%，大众冰雪旅游休闲项目相较2019年增长了150.3%（见图1），体现出数字化的发展潜力，也显示出我

^① 数据来源：中国旅游研究院《中国冰雪旅游发展报告（2024）》。

^② 滑雪场，根据国家旅游局《旅游滑雪场质量等级划分》，本报告中滑雪场主要指业态涵盖餐饮、住宿、购物、休闲娱乐设施等的室外滑雪场、滑雪小镇、滑雪度假区，不包含室内滑雪场馆、城市滑雪公园。大众冰雪旅游休闲项目，除了滑雪场之外的冰雪项目，包括室内滑雪场馆、滑冰场馆、冰雪乐园、冰雪嘉年华、冰雪类运动培训等等。

国的冰雪产业逐渐进入了“消费和投资相互促进的良性循环”。

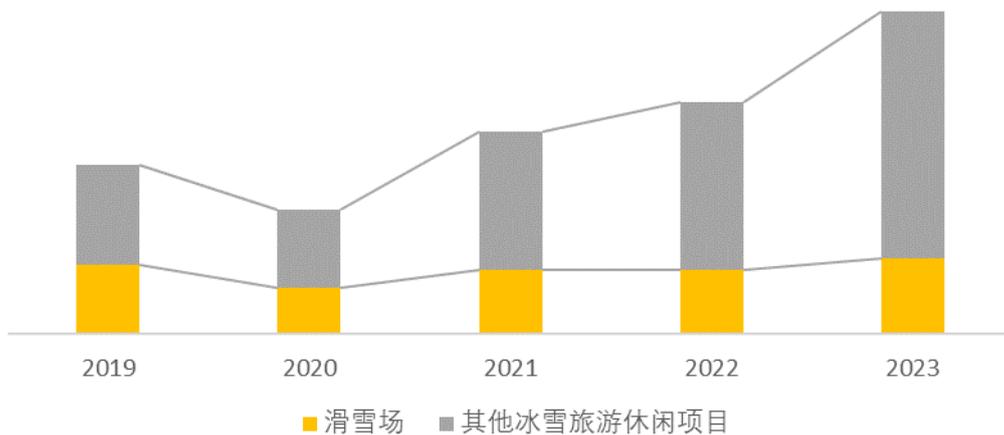


图 1 2019-2022 年全国冰雪旅游项目线上供给变化趋势图

数据来源：美团研究院

（二）消费热情似火激发冰雪旅游新篇章

进入“后冬奥”时代的 2023 年，我国冰雪旅游消费延续了之前的高增长态势。根据中国旅游研究院数据，2022-2023 冰雪季我国冰雪休闲旅游人次达到 3.12 亿，冰雪休闲旅游收入为 3490 亿元，连续两个冰雪季实现了超过 3 亿人次的市场规模，预计 2023-2024 冰雪季我国冰雪休闲旅游人数将超过 4 亿人次，冰雪休闲旅游收入有望达到 5500 亿元（见图 2）。

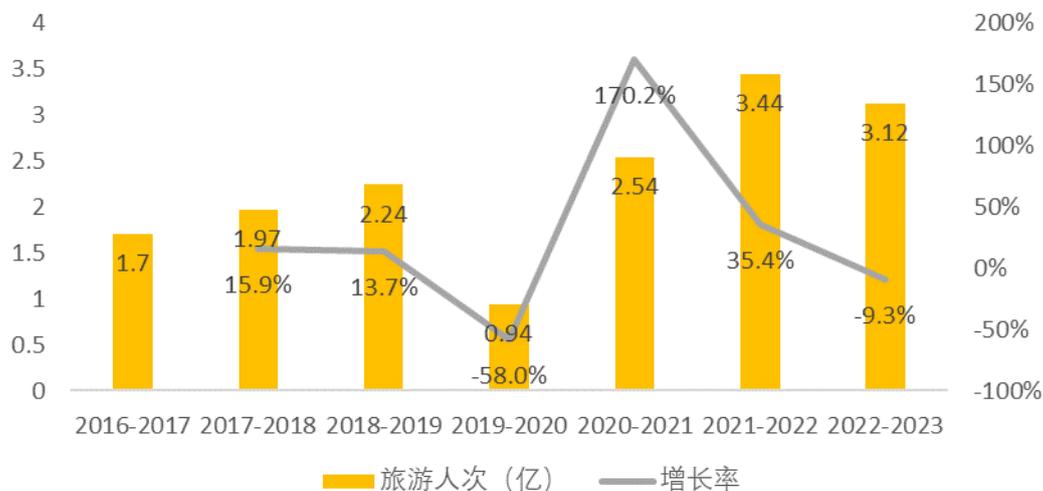


图 2 2016-2023 年中国冰雪旅游人次情况

数据来源：中国旅游研究院

根据美团数据，2023 年冰雪季，我国冰雪旅游消费总额同比 2022 年冰雪季增长 17.1%，相较于 2019 年同期增长 132.5%；仅看 2023 年 11 月、12 月两月的冰雪旅游消费涨势则更为强劲，相较 2022 年同期和 2019 年同期分别增长 323.5%和 262.3%。从 2023 年消费趋势看，预计 2024 年我国冰雪旅游消费将有更大的增长空间。分月数据显示，每年的岁末年初是冰雪旅游消费高峰，其中 1 月、2 月、12 月三个月份的冰雪旅游消费订单量占到了全年总订单量的近四分之三，其中这三个月滑雪场旅游的消费订单量更是占到了全年的 9 成左右。比起对场地、气候和休闲时间都要求更高的滑雪旅游，更偏向大众的雪世界、雪乐园、滑冰

场等冰雪休闲娱乐项目在全年各个月份有更平均的分布，在每年暑期和十一假期期间，也会有不少消费者进行室内冰雪运动的休闲体验（见图3）。近年来，这种“专业运动+大众娱乐”的冰雪旅游发展趋势更加显著。

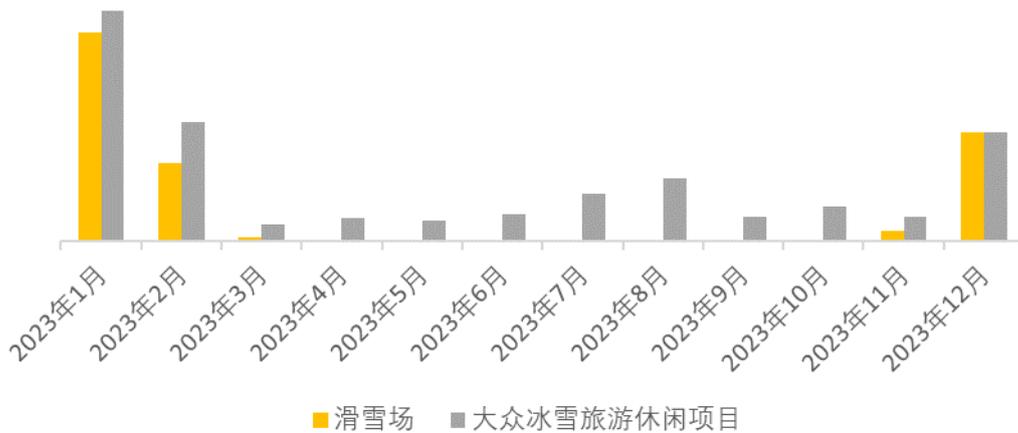


图3 2023年中国冰雪旅游消费月度分布情况

数据来源：美团研究院

（三）多业态融合发展产生综合带动作用

旅游业是具有较强的综合带动作用的行业，冰雪旅游休闲虽然以“冰雪风光、冰雪运动”等作为核心吸引物，但其近年来的快速发展离不开旅游目的地的餐饮、住宿、娱乐、休闲、购物等多种消费业态的跨场景融合，大部分游客既希望能获得不同于惯常环境的新奇性体验，又想要享受到与自己日常生活习惯相适应的优质服务。体现在冰雪旅游

过程中，平日难得一见的冰雪风光是出游的重要动力，但吃地道的地方菜，逛本地人常逛的街区，光顾特色打卡地，体验地方民俗文化，享受惬意娱乐休闲，购买旅行纪念品等多种活动都成为旅游的“标配”。纵观近期冰雪旅游发展，可以发现热门的旅游目的地无一不把多业态融合作为增加城市吸引力、提升游客满意度的重要抓手，多地开展丰富多样的主题线路、特色街区、节庆庙会、餐饮盛宴、体育赛事、亲子娱乐等冰雪休闲旅游活动。在冰雪旅游过程中，生活服务平台也综合了“食住行游购娱”等多种要素，给异地游客提供了多种多样的便利化消费选项。“查点评、做决策”以寻找必吃餐厅，“先预订、再消费”以提前确定滑雪+住宿行程，“线上购买、线下体验”在游山玩水之余感受东北洗浴文化，“人在宾馆、送货上门”足不出户购买雪具、保暖用品等成为许多游客的新选择，也让冰雪旅游消费体验不断提升。美团数据显示，2023年下半年冰雪季，全国异地游客在餐饮、酒店、民宿、休闲娱乐、即时零售等业态上的消费规模分别同比增长了76.4%、146.8%、196.5%、356.6%和65.7%，而黑龙江、吉林、辽宁、新疆、河北、北京等热门的冰雪旅游目的地以上几类业态消费规模的同比增速基本均高于全国水平，其中新疆维吾尔自治区这几类

业态的平均增速超过 570%，黑龙江平均增速超过 420%（见图 4），可见业态多样性和消费融合度对当地旅游发展的重要性。

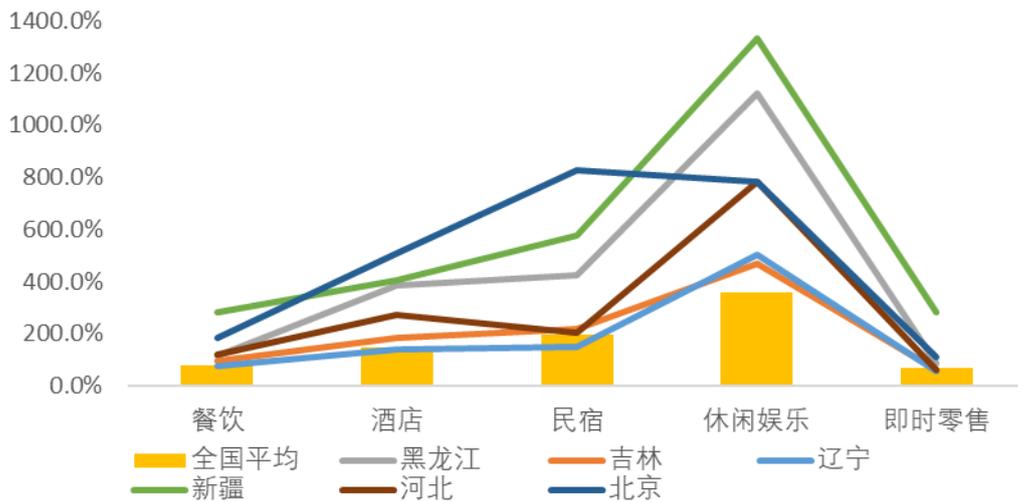


图 4 2023 年下半年冰雪季全国及部分地区冰雪旅游消费者各业态消费增长情况

数据来源：美团研究院

近年来，地方菜作为“城市名片”，对当地经济和文旅发展的带动促进作用愈发显现，也获得各地政府的高度关注。特色餐饮成为越来越多游客希望体验的“必选项”。以东北地区为例，美团数据显示，2023 年下半年冰雪季，黑龙江、吉林、辽宁三省的东北地方菜和东北烧烤两大类菜系的消费规模均实现了较大幅度的同比增长。就具体城市来看，哈尔滨市的东北菜同比增幅高达 73.1%，延边的朝鲜族特色餐饮和延边风味烧烤也受到越来越多游客的欢迎，

同比增幅分别达到 51.6%和 50.3%（见图 5）。除此之外，新疆菜、河北菜、内蒙菜等地方特色餐饮也为新疆、河北、内蒙三地的冰雪旅游消费贡献较大增长份额，“冰雪+餐饮”正体现出业态融合之后的强大增长动力。

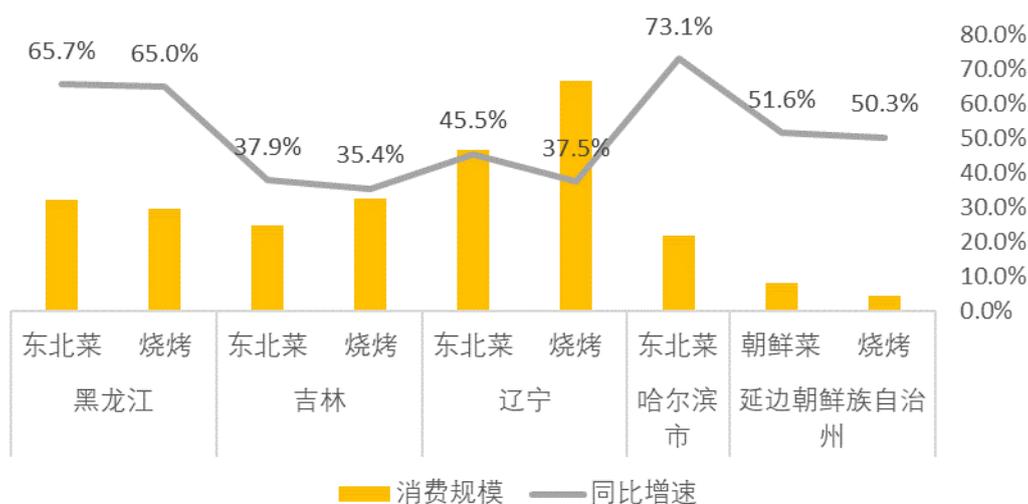


图 5 2023 年下半年冰雪季东北地区部分省市餐饮消费情况

数据来源：美团研究院

二、重点区域冰雪旅游消费发展形势分析

（一）北上南进：冰雪消费在全国多地繁荣发展

对重点省份的冰雪旅游消费情况分析发现，2023 年冰雪季，不仅东北、西北等传统的热门目的地展现出较强的吸引力，中部地区和部分南方省份也形成明显的冰雪休闲娱乐风潮。美团数据显示，按照订单量计算，2023 年全年，黑龙江省冰雪旅游规模同比增长 40.9%，吉林省同比增长 20.4%，新疆维吾尔自治区同比增长 21.3%，广东、浙江、江苏等

省份的消费也有显著提升，主要冰雪旅游目的地省份的游客规模和消费规模均呈现出同比增长态势，相较 2019 年同期也有大幅增长。在岁末年初，“去东北”成为一股旅游热潮，大量南方游客到冰天雪地的北方体验当地居民的似火热情，感受东北城市的独特魅力。从 2023 年下半年冰雪季的数据观察，黑龙江、北京、辽宁、吉林、广东、山东、浙江、陕西、江苏、河北等省份的冰雪旅游消费规模位居前列，其中黑龙江省更成为当之无愧的旅游热门（见图 6）。

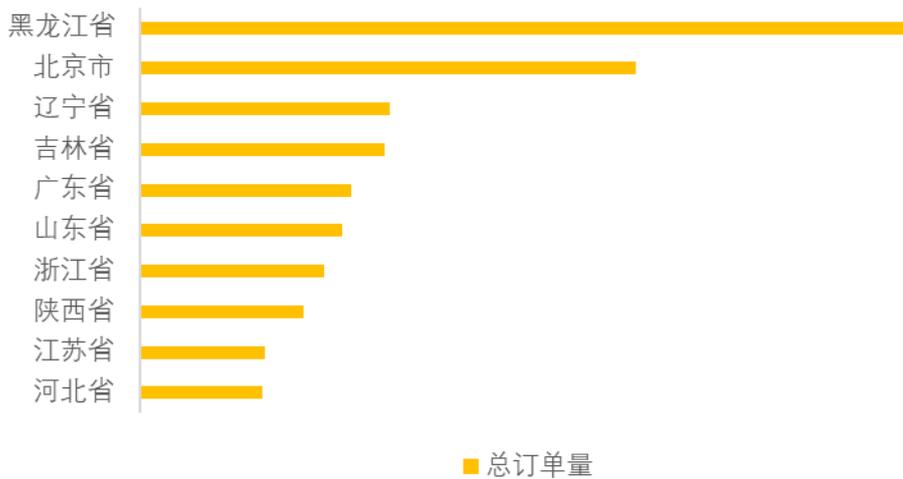


图 6 2023 下半年冰雪季冰雪旅游 TOP10 省份消费规模情况

数据来源：美团研究院

分项目看，不同地区在滑雪场和大众冰雪旅游休闲项目上各有侧重。在滑雪场旅游消费方面，北京、吉林、山东、辽宁、陕西等地名列前茅（见图 7）。北京市的滑雪消费具有较为明显的“本地化”特征，在 2023 年下半年冰雪季，

北京市本地居民的消费占比超过了 88.6%，既体现出了普通市民大众对滑雪休闲活动的高涨热情，也表明京郊滑雪场因兼具专业性和便利性，可以让更多的市民在平时就能享受到滑雪乐趣。在大众冰雪旅游休闲消费方面，黑龙江、广东、北京、辽宁、江苏位列前几名（见图 8），其中黑龙江省不仅消费规模位于榜首，其外地游客消费占比也高达 84.4%，突出体现了旅游业的带动作用；以广东省为代表的南方地区的冰雪休闲消费潜力也不容小觑，越来越多的本地市民选择在室内冰雪娱乐场馆中感受冰雪运动的魅力。此外，湖北、湖南、四川等省份的冰雪消费也呈现快速增长态势，冰雪旅游的热潮正逐步向全国铺开。

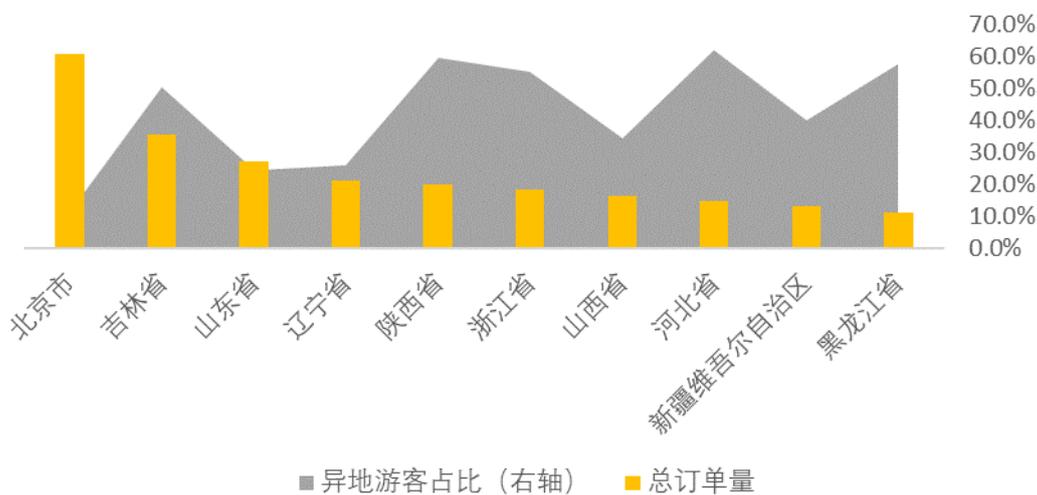


图 7 2023 下半年冰雪季滑雪场项目 TOP10 省份消费总量及异地游客占比情况

数据来源：美团研究院

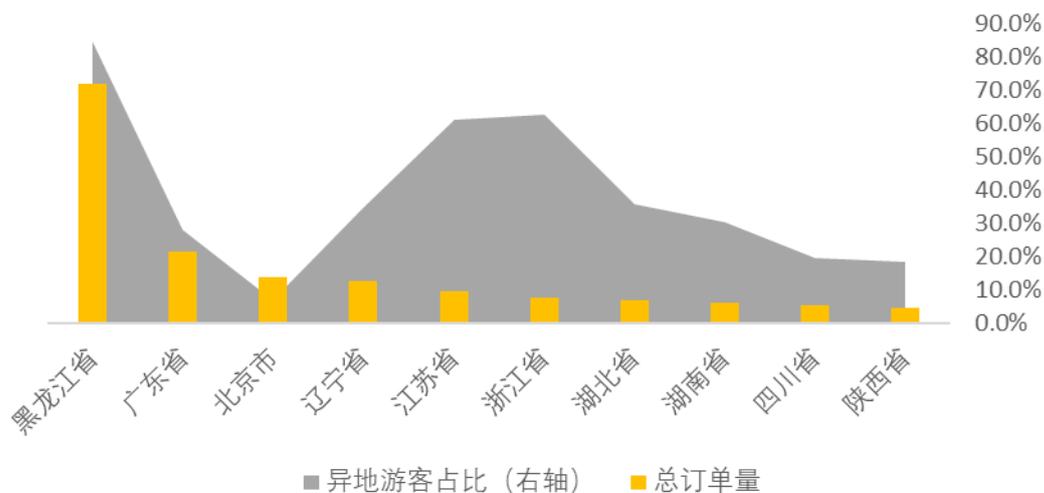


图 8 2023 下半年冰雪季大众冰雪旅游休闲项目 TOP10 省份消费总量及异地游客占比情况

数据来源：美团研究院

2023 年下半年雪季，东北、京津冀、西北等区域的六个省份，最热门的旅游项目如表 1 所示。值得关注的是，黑龙江的冰雪大世界、冰雪嘉年华等具有较强休闲属性的项目纷纷上榜，这体现出大众娱乐需求在当地的潜力和动力，其它地区的热门冰雪旅游项目更集中在滑雪场，也彰显出以滑雪为代表的冰雪运动的发展势能。

表 1 2023 年部分冰雪旅游目的地省份最热门冰雪旅游项目 TOP5

黑龙江	吉林	辽宁	新疆	河北	北京
哈尔滨冰雪大世界	天定山滑雪场	棋盘山冰雪大世界	白云滑雪场	西部长青四季滑雪场	军都山滑雪场
哈尔滨松花江冰雪嘉年华	北大湖滑雪度假区	怪坡国际滑雪场	丝绸之路国际滑雪场	万龙滑雪场	南山滑雪场
哈尔滨热雪奇迹	长春莲花山滑雪场	东北亚滑雪场	维斯特滑雪场	无极山滑雪场	北京渔阳国际滑雪场
天恒山冰雪运动大世界	长春冰雪新天地	白清寨滑雪场	天山明月城冰雪奇乐园	正定冰雪嘉年华	北京怀北国际滑雪场
亚布力新体委滑雪场	鸣山绿洲滑雪场	林海滑雪场	将军山国际滑雪度假区	滦州研山滑雪场	第十四届陶然亭冰雪嘉年华

数据来源：美团研究院

（二）标杆引领：哈尔滨旅游火热形成带动效应

从城市维度看，主要冰雪旅游目的地城市在 2023 年呈现出良好的发展态势，尤其是哈尔滨在 2023 年下半年冰雪季“出圈”，逐渐成为现象级的冰雪旅游消费目的地。美团数据显示，2023 年下半年雪季，主要城市的冰雪旅游消费规模均有明显增长，哈尔滨、沈阳、长春、西安、杭州等城市的冰雪旅游消费规模位居全国前列，位于东北地区的哈尔滨、沈阳、长春等城市仍是受到广大游客欢迎的热门冰雪旅游目的地（见图 9）。与 2022 年同期相比，多个目的地城市的消费规模有大幅增长，其中哈尔滨的冰雪旅游消费规模同比增长高达 207.0%，同样位于东北地区的沈阳、

长春两城也分别同比增长 186.8%和 139.5%，充分显示出冰雪旅游的复苏韧性和增长确定性。在热门目的地城市中，嘉年华、雪世界和滑雪场等多种项目全面开花，进一步激发冰雪消费活力（见表 2），以哈尔滨为例，其最热门的旅游项目哈尔滨冰雪大世界在 2023 年 11 月和 12 月的总订单量已经同比增长超过 859.2%，哈尔滨松花江冰雪嘉年华和哈尔滨热雪奇迹两大旅游项目也分别增长 36.1%和 563.6%。

这一方面得益于以哈尔滨为代表的众多热门旅游城市近年来不断提升旅游产品的有效供给；另一方面也在于各大城市为了给远道而来的游客带来更好的旅游体验，多措并举提升公共服务水平。如哈尔滨制定长效整治措施的同时，加强行业自律，实施“黑白名单”制度，推进“守信联合激励、失信联合惩戒”，加强导游队伍建设和导游服务专项提升行动，建立导游行业“正负面清单”，持续净化旅游市场环境。张家口市铁路部门为缓解北京和崇礼之间的交通紧张状况，专门增开了滑雪游列车班次，张家口宁远机场也增开了数趟往返此地与南方城市的滑雪游航班。吉林省从消费券、直通车、航线、项目投资、贷款贴息等方面推出 11 条优惠政策，为游客带来更具性价比的体验。

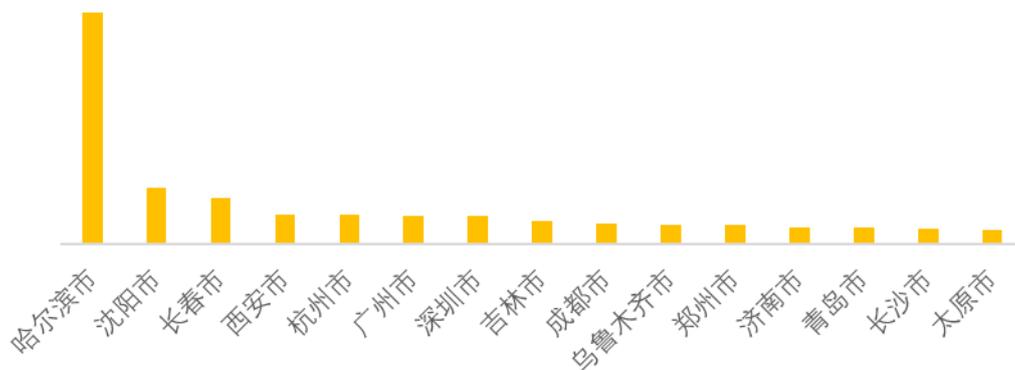


图 9 2023 年下半年冰雪季冰雪旅游 TOP15 目的地城市消费情况

数据来源：美团研究院

表 2 2023 年热点冰雪旅游目的地城市最受欢迎冰雪旅游项目 TOP5

哈尔滨	沈阳	长春	西安	乌鲁木齐市	张家口
哈尔滨冰雪大世界	棋盘山冰雪大世界	天定山滑雪场	白鹿原滑雪场	白云滑雪场	万龙滑雪场
哈尔滨松花江冰雪嘉年华	怪坡国际滑雪场	长春莲花山滑雪场	西安热雪奇迹	丝绸之路国际滑雪场	富龙滑雪场
哈尔滨热雪奇迹	东北亚滑雪场	长春冰雪新天地	翠华山滑雪场	维斯特滑雪场	云顶滑雪场
天恒山冰雪运动大世界	白清寨滑雪场	净月潭滑雪场	西安银基冰雪世界	天山明月城冰雪奇乐园	翠云山银河滑雪场
亚布力新体委滑雪场	沈阳奥体冰雪嘉年华	庙香山滑雪场	竹林畔滑雪场	阳光滑雪场	多乐美地滑雪场

三、冰雪旅游消费客群特征分析

（一）跨省异地游快速复苏

2023年，跨市、跨省的异地旅游消费快速复苏，美团平台数据显示，2023年下半年冰雪季，全国范围内异地游客消费占比达到49.1%，同比2022年上升15.2个百分点。从全国冰雪旅游客源地城市分布情况看，北京、上海、深圳、广州、杭州等城市成为2023年十大冰雪旅游客源地城市，南方游客在冬季北上，感受北方的冰雪风光逐渐成为潮流。

（二）年轻人群消费潜力凸显

根据美团数据，从冰雪旅游消费者年龄结构看，2023年冰雪季，年轻人群成为消费主力，其中20岁以下用户占比已经接近3%，20-25岁用户占比22%，35岁以下用户整体占比近八成，冰雪旅游愈发成为受到年轻人喜爱的消费活动。

（三）冰雪旅游“合家欢”氛围渐浓

冬奥会的成功举办进一步拉动了各类消费群体“喜冰乐雪”的热情，许多滑冰场、滑雪场和雪世界、雪乐园等项目也受到更多家长的青睐。美团平台数据显示，从2023年全国冰雪旅游消费者的整体特征看，亲子用户占比达10.6%，相较于2022年提升3.6个百分点，冰雪旅游日益呈现出

“合家欢”的趋势。从性别比例上看，女性游客消费占比为 53.5%，略高于男性消费者。

四、促进我国冰雪旅游高质量发展的政策建议

为更好地满足广大人民群众不断升级的冰雪旅游消费需求，促进我国冰雪旅游高质量发展，建议重视下述方面的工作：

一是不断扩大高质量产品供给，发挥多业态融合带动作用。人们对美好生活的追求是无止境的，随着生活水平的提高，对高质量冰雪消费产品和高水平旅游休闲服务的潜在需求将持续扩大。一方面，各地应以需求为导向，加大冰雪上下游产业的投资力度，不断提高冰雪运动场馆、冰雪休闲项目的建设水平和利用水平，争取形成“消费和投资相互促进的良性循环”；另一方面，应积极构建多场景融合的旅游休闲设施，除了发力建设冰雪场馆、旅游景区、基础设施、旅游线路等，还要围绕游客“食住行游购娱”一系列需求，丰富目的地生活服务消费业态，通过“冰雪+餐饮”、“冰雪+运动”、“冰雪+娱乐”、“冰雪+文化”等方式，更好挖掘冰雪旅游消费潜力，形成热门目的地冰雪旅游对当地发展的综合带动效应。

二是持续提升行业线上化和数字化发展程度，提升冰雪消费便利度。数字经济已经向各行业纵深发展，为文化和旅游融合创新和高质量发展提供了新动能，线上消费也成为消费者的日常习惯。建议借助平台经济模式和数字技术在触达客户、精准营销、数据分析、精细管理等方面的优势，扩大冰雪旅游项目的宣传范围，降低消费者决策成本，增强旅游消费便利度；通过管理数字化赋能传统冰雪旅游企业，创新商业模式，提高经营效率，持续提升其服务质量和经营管理能力，提高旅游休闲行业的有效供给。充分发挥平台经济的长尾效应，为冰雪旅游休闲及各类相关业态的中小商户提供线上交易场所，不断丰富和完善本地生活服务及旅游产品，形成主客共享的冰雪旅游发展氛围。

三是不断提高目的地城市治理和旅游公共服务水平，形成良好品牌效应。旅游景区或城市对游客的吸引力，除了精彩丰富的文旅活动和园区、场馆建设，更离不开良好的公共服务。2023年底冰雪季，大量江浙沪地区的南方游客前往东北体验冰雪趣味，以哈尔滨为代表的各省市，各部门密切协作，坚持以游客为中心，提升市场化服务、标准化建设、规范化运营和智慧化赋能水平，共同打造最佳旅游环境，通过公安消防、交通应急、发改市场、宣传网信等

部门加大市场监管和护游力度，不断完善监管守护“一堵墙”，处置问题“不隔夜”机制，为广大游客营造了放心舒心安心的旅游环境，也很好地维护了城市形象，塑造了城市品牌，同时为未来的旅游发展奠定了良好基础。因此，各地应不断提升城市治理能力和旅游公共服务水平，为广大游客持续带来良好的消费体验。

美团研究院 刘佳昊