

【材料 1-1】北京冬奥会创造消费新市场

国家统计局数据显示，自北京冬奥会申办以来，全国已有 3.46 亿人参与冰雪运动，实现了“带动 3 亿人参与冰雪运动”的目标。冬奥会的筹办不仅传承和发扬了体育精神，而且推动了国民走出家门、走向运动场。

2022 年北京新闻中心主任、北京市人民政府新闻发言人徐和建指出：“北京冬奥会对冰雪产业发展、基础设施建设和民生水平提升有巨大的促进作用。”2022 年 2 月 6 日，阿里巴巴发布的《虎年春节消费趋势报告》显示，从除夕到正月初四，天猫滑雪装备销量同比增长超 180%，冰上运动品类销量同比增长超 300%；同程旅行发布的《2022 春节假期旅行消费数据报告》显示，2022 年春节期间，全国冰雪类型景区订单量较 2021 年春节同期上涨 68%。寒冷的冬季挡不住人们对冰雪运动的热情，冬奥会同样刺激着与冰雪相关的运动装备和旅游观光的消费需求。

时任国务院总理李克强在 2022 年《政府工作报告》中指出，“发展冰雪运动和冰雪产业。建设群众身边的体育场地设施，促进全民健身蔚然成风”。冬奥会已然落幕，但它所释放的经济效应是积极的、强劲的。虽然国内冰雪运动相关的场地设施在数量和质量上还有所欠缺、产业链还不够完善、冰雪运动知识的普及程度还不够高，但这也同样意味着产业潜力巨大、市场前景广阔。因此冰雪产业要抓住冬奥会的契机，在国家政策的推动和支持下，加快构建产业结构新生态，充分利用冬奥会留下的精神和物质遗产，不断提高国民体育素质，进而实现我国从体育大国到体育强国的飞跃。

资料来源：赵新昊，《冬奥会的经济效应》，《新理财》，2022 年第 4 期，内容有改动。