



三亿人点燃冰雪热潮 万亿市场“热”效应显现

本报记者 许礼清 孙吉正 北京报道

冰雪运动的热,点燃了更多人的激情。

“25岁,身处北京的我终于实现了滑雪梦。”作为一名初学便爱上滑雪的人,小林(化名)在谈起这项25岁才得以开启的运动,脸上仍旧掩盖不住

冰雪运动掀热潮

目前,年轻人尤其是青少年,是冰雪运动的中坚力量。

冰雪运动的热,从业者感触最为深刻。“现在在北京滑雪的人数明显增加,雪场在周末基本都是爆满状态。我们周末和周中都会组织滑雪活动,每次大约100人,雪场的成年人和小朋友都挺多的。除了滑雪,赏冰瀑、踏冰、龙庆峡冰灯等也受到大众的喜爱。”北京天空户外俱乐部领队闫春磊告诉《中国经营报》记者。

在此背后,滑雪场、培训机构等冰雪相关产业生意都十分火爆。北京渔阳滑雪场工作人员张先生表示,滑雪场平日客流量很大,较往年相比,目前滑雪场每个票种的票价大约上涨了20元,整体效益应该是不错的。

与受天气影响、处于远郊的室外滑雪场不同,室内滑雪场交通便利,受到不少冰雪爱好者的喜爱。雪乐山北京能量城市店的工作人员表示,目前店里有两台室内滑雪机,基本上每天都是满票,打电话咨询的人特别多,一般需要提前三四天才能约上课。

透过雪乐山放眼整个行业,室内滑雪已经开启狂欢。雪酷城市滑雪空间、VanKoo滑雪工厂滑雪场、

兴奋。“我对滑雪的初印象还停留在这是一项‘富人运动’,总觉得跟平民百姓的生活范围相距很远,但现在身边同事讨论的都是周末去哪儿滑雪。”

依托2022年北京冬奥会的契机,冰雪运动正在由小众走向大众化,在“三亿人上冰雪”引燃的热情催



中小學生、青少年是冰雪運動的核心增長點。

SNOW51和Supsnow等機構相繼入駐購物中心。

室內滑雪品牌雪乐山董事長王展表示,從冰雪行業滲透率上來說,受起步晚和自然條件限制,中國滑雪行業的滲透率較低,仍然處於產業發展的起步階段,但在北京冬奧會的帶動下,大眾參與冰雪運動熱情高漲。冬奧會期間,雪樂山的諮詢和體驗人數同比漲了3倍。

多位業內人士都提到,目前年輕人尤其是青少年,是冰雪運動的中堅力量。因此,培養和提高青少年對於冰雪運動的認知度和參與度是很有必要的。

公開數據顯示,自2017年以來,北京、遼寧、濟南、吉林、廣東等地學

化下,無論是普通大眾還是專業人員都有更多機會走上冰雪,參與和體驗這項富有激情的運動。與此同時,在冬奧會及國家政策雙引擎的推動下,冰雪產業的發展紅利頻頻釋放,冰雪運動培訓、滑雪場、滑雪裝備等構成的冰雪產業正在崛起。



本報資料室/圖

校都在開展“冰雪運動进校园”系列推廣普及活動。以北京為例,北京市教委副主任劉曉明曾在2022年冬奧會和冬殘奧會北京主辦城市系列發布會上表示,自2017年至今,“冰雪運動进校园”推廣普及活動及體驗課已走進16個區共計600餘校次,覆蓋學生50餘萬人次。

深圳市思其晟CEO伍岱麟表示,冰雪運動进校园,長期來看,有利於青少年心理素質和體質等的提升,同時可以從中發現有潛力的兒童少年,向專業運動員發展,提高專業人才儲備。而基於愛好人群的擴大,相應的娛樂運動場所、主體性樂園得以發展,並帶動以冰雪為主題的相關產業的發展。

冰雪產業迎黃金發展期

2021年,在冰雪行業有十幾家細分領域的頭部企業獲得了千萬級甚至億級的融資。

國家體育總局日前發布的報告顯示,2015年北京成功申辦冬奧會以來,冰雪運動參與人數達到3.46億人,這意味著“帶動三億人參與冰雪運動”的目標已經實現。

而在3.46億背後則蘊含著更加龐大的行業潛力。根據《中國冰雪運動發展規劃(2016—2025年)》,我國2022年冰雪產業總規模將超過8000億元,或將在2025年爭取實現市場規模突破1萬億元的目標。北京冬奧會後,未來冰雪產業如何繼續發揮“熱效應”,成為行業共同關注的問題。

王展表示,冬奧會是讓大眾接觸和了解冰雪行業非常好的窗口和契機,不管是大眾還是資本市場,對於冰雪行業熱情參與的種子已經伴隨冬奧會深深扎下,不會因為冬奧會的結束而消失。2021年,在冰雪行業有十幾家細分領域的頭部企業獲得了千萬級甚至億級的融資,其中也包括雪樂山,這些都表明了資本市場對於冰雪行業的熱情。

政策鼓勵也在推動著行業的發展。國家體育總局2016年發布的《全國冰雪場地設施建設規劃(2016—2022年)》中就對於冰上運動的設施作出規劃並明確提出,到2022年全國滑冰館數量要不低於650座,滑雪場數量達到800座,雪道面積達到10000萬平

方米,雪道長度達到3500千米。

RET睿意德董事,全聯房地產商會商業地產工作委員會副秘書長索珊表示,國內的冰雪產業是從專業的競技,到全民健身,再到泛化的休閒娛樂,這是一個由“重”到“輕”的過程,它與旅遊、文化、科技以及人的娛樂聯繫越緊密,大眾參與者的融入度和擴充量就會越大。

因此,某種程度上來說,冰雪產業的未來發展依托於冰雪運動與文化、科技、旅遊、娛樂等融合的程度。集合商業與冰上項目打造多业态的綜合體也是一個發展方向。例如位於京西的五棵松開設了華熙HI-ICE冰樂園,而旁邊的華熙冰上中心2021年5月成為冬奧會冰球訓練館,後期也會招收冰上項目的學員。

中聯聯購物中心發展委員會主任郭增利表示,中國購物中心很早就有溜冰場,後來也出現了不少冰雪樂園,未來還會有更多冰雪運動類的品牌出現,特別是冬奧會之後,或許能夠激活萬億級的消費市場,相信很多商業地產都會圍繞冰雪的樂趣、體驗和運動項目做出新的嘗試,對一些冰雪運動進行新的轉化。

王展表示,為了快速佔領市場,雪樂山已經開放了加盟模式,目前全國已有50多家門店,現在的目标是3年在全國新開1000家

門店。

“整個冰雪產業規模的擴大,從小眾變成大眾,一定是要降低難度和門檻,與消費者更加貼近,實際上購物中心是一個選擇方向。但也要考慮一些現實問題,冰場能源費用占比高,坪效有优化的空間,購物中心在引入这类业态的时候需要评估整体效率、安全保障等方面。”索珊表示。

對於冰雪產業未來的規模化發展,索珊認為,除了冰雪運動裝備、場地等因素,大眾的意願很重要,尤其是青少年的培養。

2020年,教育部出台文件,計劃到2025年面向全國中小學,遴選建設5000所全國青少年校園冰雪運動特色學校和700余所北京2022年冬奧會和冬殘奧會奧林匹克教育示範學校。2020年開始,北京市冰雪特色校納入北京市體育傳統項目學校,可面向本區招收冰雪類特长生。而在哈爾濱,早在2014年就將冰雪體育項目納入中考體育考試。

“‘3億人上冰雪’的目标已經實現,大眾參與冰雪運動的熱情已經全面調動起來,冬奧會結束後,在國家的政策鼓勵和行業內企業的共同推動下,我們相信會有更多的群眾參與到冰雪運動中來,這些都有利於冰雪產業的持續健康發展。”王展說。

冬奧會帶動冰雪裝備產業升級 滑雪產業趨於全民化

本報記者 孫吉正 北京報道

隨著冬奧會的進行,谷愛凌、蘇翊鳴等一批明星運動員將冰雪運動推至了新的高峰。除此之外,

嶄露頭角的“國貨”

伴隨著北京冬奧會的舉辦,在近五年時間內,大量國產冰雪裝備品牌如雨后春筍般出現。

三夫戶外創始人張恒告訴記者,戶外裝備尤其是冰雪運動裝備是門檻較高的一个細分行業,但戶外裝備對於材料和工藝是有一定要求的,因為滑雪服技術含量高,材料功能要求高,工藝複雜,產品生產成本較高,加價率、毛利率甚至低於一般服裝產品,但零售價偏高。國內在冰雪裝備方面起步較晚,具備和符合資質的企業和品牌并不多,因此在冰雪裝備方面主要以國外品牌為主。

“Burton、Nitro基本算是國際品牌的入門品牌,入門產品價格在

冰雪運動培訓開始逐步普及,關於冰雪運動裝備的討論也在各個社交平台發酵。

北京關鍵之道體育諮詢公司創始人張慶向《中國經營報》記者表

示,從上述討論的重点不难发现,我國冰雪運動的裝備較歐洲、日本等國家起步較晚,且資深玩家都較為推崇國外品牌系列裝備,但伴隨著冰雪運動的普及,國內冰雪裝備在

碰和損傷。

但伴隨著國產裝備的逐步興起,冰雪運動裝備的入門門檻降低,尤其是在固定器、护具等配套設備上,國產化大大降低了購買門檻。山東威海一家體育用品的廠家負責人表示,其工廠主要以生產固定器、滑雪杖等為主,供應多個滑雪場並對外出口,且是多个国外品牌的代工厂,近年來伴隨著各地滑雪場的興建,滑雪场租赁业务使得相关装备需求猛增,尤其是在2019年前后,其工厂产量增加了超过三成。

伴隨著冰雪運動的普及,大量諸如匹克、安踏等國產運動品牌也

今年迎來了重大的發展機遇。

與此同時,伴隨著“3億人上冰雪”的目标,國內已經實現了滑雪場地和規模的新發展,未來冰雪項目有望成為國內全民性質的體育活動。

鏡等裝備外,匹克等品牌甚至推出滑雪板,價格可以降低至百元區間。除此之外,近年來諸如冷山、三夫戶外等在滑雪裝備的渠道上也開始逐步發力,並收購和培育自由產品和品牌。

Mob研究院數據顯示,向消費者零售滑雪板毛利率約為40%~50%。“冰雪運動長期以來是歐美國家熱衷的運動項目,特別受到中產階級以上中青年的喜愛,因此很多冰雪裝備開始逐步向潮流化發展,尤其在冬奧會上,很多明星運動員的裝備更是成為了圈內潮流的風向標,在冰雪裝備上,大眾關注的並不是功能性與否的問題,更多的是潮流屬性。”張慶說。

冠軍教練的苦惱:十年間徒弟減少一半

本報記者 寒雪 北京報道

即便是冬奧會冠軍的啟蒙教練,賈俊深也很難為體校“海選”出短道速滑的“苗子”。“現在體校只能訓練中考之後的孩子,對於培養專業運動員而言,已經太晚了。”賈俊深說。

作為黑河市體校短道速滑教練,中考後開始訓練已經晚了

練,賈俊深最得意的弟子曲春雨,在北京2022年冬奧會上獲得了短道速滑混合團體接力的金牌。

十幾年前帶曲春雨的時候,正是賈俊深執教生涯的黃金時代,在這個黑龍江省邊陲城市黑河,“最多的時候,教練手里可以有十七八個年齡很小的孩子在訓練,但是現

但很少去考黑河體校,他們更願意前往條件更好的城市進行訓練。

“黑河沒有標準的室內冰場,只能假期去哈爾濱的免費室內冰場訓練。”賈俊深非常理解這些家長的選擇,“他們只想選擇更好的訓練環境,這是人之常情。”

沒有去哈爾濱,只能在黑河本地訓練的日子,運動員只能在露天冰場進行訓練,而這裡的緯度偏高,冬季最低溫度達到零下30攝氏

在,每個教練帶的學生減少了一半,且年齡偏大”。

賈俊深像很多教練一樣,看見好的短道速滑苗子,就想收入麾下,但是,“按照現在的規定,我們只能招初中畢業生,這個時候再來培養,一切都晚了”。

他所在的黑河市體校是黑龍江

度。目前,室內冰場訓練已經成為全國主流,這也是每個教練員和運動員夢寐以求的訓練環境。

從黑河到哈爾濱路途遙遠,當年,賈俊深曾帶著曲春雨等20多個學生,在哈爾濱租房子住,“每天买菜、做饭、训练啥都干了”。

當年的付出,現在都獲得了回報。賈教練還是希望能夠像帶曲春雨那樣,從小開始培養運動苗子,“現在,來體校的都是中考之後

省體育局授予的“後備人才基地”,屬於中專學校,一切費用都由政府出資,畢業後可以考大學。“因為不能從小培養孩子,所以很難像曲春雨那個時代一樣,一手把運動員帶大”。

體校生招生困難是全國性的現象,很多曾培養出世界冠軍的學校,都處於這種尷尬的局面。

的孩子,他們年齡很大了,有些要從零學起,要知道,曲春雨在他們這個年紀已經出成績了,他們之間差距非常大,根本追不上。”

黑龍江省剛剛印發的《關於深化體教融合促進青少年健康發展的實施意見》指出,嚴格規範青少年運動員培訓、參賽和流動,執行培訓補償政策,切實保障“誰培養誰受益”。

能夠接觸小運動員的教練,無疑是收穫最大的。

全民體育迅速發展

與十幾年前曲春雨訓練的時代相比,讓賈俊深感到高興的是,“政府部門重視體育,推廣全民健身,讓老百姓真正地熱愛上了冰上運動。”

每年12月,黑河市的體育場都會澆築冰場並對外開放。冰場劃分為初學者場地、330米標準速滑場地、冰球場地三部分,每天上午10時開放,吸引了很多冰上愛好者前來滑冰。

“過去冬天的冰場上,只有我們體校十幾個孩子在滑冰,現在你來看看體育場的冰場,真是人頭攢動,滑冰的人特別多。”賈俊深說。

據了解,2020~2021年度,黑龍江省舉辦中小學冰雪體育賽事活動2355項,中小學學生參加冰雪活動人數達206萬人,占全省中小學學生總數的77.44%。

但這不足以彌補賈俊深心中的缺口,能夠跟著他進行專業訓練的小隊員越來越少。像冬奧會金牌得主曲春雨那樣,9歲就跟著

賈俊深學習短道速滑,隨後還能跟著賈俊深去哈爾濱冰上訓練基地,全身心投入到短道速滑訓練的弟子已經越來越少。

“我帶過的很多弟子,也達到了一定的體育等級,考上了大學。”賈俊深時常這樣對家長說。

按照規劃,未來更多專業教練和退役優秀運動員將逐漸走進校園,體校的困境將是全國性的。

這種專業訓練與學校的緊密結合已經成為主流,短道速滑奧運冠軍楊揚就曾呼吁中學重視人才培養。楊揚在新冠肺炎疫情發生之前,接受《中國經營報》記者採訪時曾經表示,希望有更多的中學能夠重視培養體育人才。她舉例說,2018年,北京校級的冰球隊隊伍有120個,其中只有11個隊伍來自中學。一些孩子到了中學,每周訓練有時減少為一次,而中學人才培養是非常重要的,因為孩子小的時候是通過愛好在學習,而12歲以後,才會真正地展現出天賦。