

随着气温下降,省内多个室内、室外滑雪场预定火爆。
滑雪带动下游餐饮、户外装备、娱乐等“冰雪+”衍生产业链发展。

冰雪产业火了



12月2日,“冬季恋歌,来湖州滑雪吧”2023浙江省湖州市文旅冬季产品(上海)推介会开幕,滑完雪,泡个汤,食暖锅……本次推介会展示了湖州的冬季旅游新品,以滑雪、温泉、美食等为主。

今年滑雪有多热?

美团数据显示,11月1日至9日,滑雪门票团订单量较2019年同期,增长209%。去哪儿数据显示,进入11月,平台上关于“滑雪”的相关搜度环比增长3倍,全国滑雪场门票预订量较2019年同期,增长147%。2023-2024雪季,被一些业内人士称为后冬奥时代的第一个完整雪季,滑雪市场或许将迎来新的爆发。



在浙江,滑雪也早已盛行。浙江省目前拥有16家滑雪场,其中室外滑雪场10家。为迎接即将到来的游客潮,各大室外雪场“各显神通”。不少滑雪场近期将对赛道升级,将高级、中级赛道换成初级赛道,并大幅增加了儿童滑雪装备数量。同时,在开放期间,还会开展像帐篷体验、在冰雪世界里玩飞盘、拔河等项目,用更多丰富的体育运动带动冰雪消费。

目前,随着气温的下降,省内多家室外滑雪场陆陆续续开门营业。安吉云上草原滑雪场负责人说,早前已在线上售出预订门票8000余张。



而作为相对不太受气温影响的室内滑雪场则一直与冰雪爱好者“打得火热”。据了解,进入11月,绍兴乔波滑雪场接待滑雪爱好者12000人,较2019年11月增加约3200人,增幅36%。近些年,除绍兴乔波滑雪场外,浙江省建设了丽水青田乐园滑雪场、文成天鹅堡滑雪场等室内滑雪场,实现了在非滑雪季也能“上冰”。同时,冰雪项目的“旅游+体育”消费新模式体验正为游客假日出游增添了新活力。

“三亿人参与冰雪运动”不仅让众多此前对冰雪活动不了解的人们加入其中、爱上冰雪活动,带来冰雪旅游人次的激增,还促进了南北互联、四季持续的国内大循环格局。根据去哪儿网数据显示,国内滑雪热度已经超过2019年同期的3倍。冰雪经济的上扬也为城市发展打开新的窗口,截至2020年,全国已经有28个省份提出发展冰雪运动、旅游、经济,助推了相关基础设施建设,扩大了冰雪产业基本盘,提升了装备制造、个人用品等领域的投资热度,进而拉动了国内冰雪消费市场。

滑雪教练Rebecca发现今年喜欢滑雪的人很多,“今年三个月,我大概教了800多个学生,现在我的工作已经排满了,差不多有两百多个学生等着上课。”现在Rebecca维持着6-8小时的工作量,每天大概2到3个一对一教学的学员。

一位滑雪度假区的工作人员说,与往年相比,今年来滑雪的人比去年增加了很多,现在他们大部分酒店已经满房。每个月大约能有25万游客,多为青年或中年,平均年龄在35岁左右。

◎ 记者 王 珏

为什么今年滑雪这么热?

综合滑雪爱好者、教练、雪场工作人员多方观点,他们认为大致原因有三。

首先是前几年疫情,让滑雪爱好者们憋坏了。虽然年初有不少人开始滑了,但大部分还没有行动起来。Rebecca说,很多学员年初都没怎么滑,准备等着这个雪季好好玩。

其次是冬奥会上谷爱凌等运动员的“明星效应”,以及一批运动博主在各大平台晒出“速度与激情”的美照,多方带动下,让越来越多年轻人对滑雪产生了好奇。

点开线上平台,现在关于滑雪的短视频越来越多,时不时就能刷到。每一篇关于滑雪的帖子,点赞量都还不错。

研究冰雪的发展模式,或许可以作为产业未来参照系。

首先,高线城市的年轻中产人群是冰雪市场的主力消费者。

冰雪市场消费者画像主要来自一、二线城市的新中产阶级,年轻人是两行业的主力消费者,冰雪市场中约75%的消费者是35岁以下的年轻人。80%的冰雪人群是中高能力和高能力消费者。虽然,目前也出现了一部分的“穷滑”,那也不过是与之前的高消费做的一个比较。

其次,冰雪运动“易上瘾”,消费粘性和频次高。

冰雪运动有“上瘾性”的特征,参与者的消费频次较高、粘性高。

2021年冰雪运动消费者中高频消费者(一年3次以上)占总 数46.2%。根据《2020中国滑雪产业白皮书》数据,一次性体验滑雪者在滑雪人群中的占比从2019年的72.04%降至2020年的57.64%,降幅达14.4pct,低频体验型消费者不断减少、转化为中高频消费者。

再次,消费者停留时间较长,带动“冰雪+”衍生体系发展。

冰雪运动具有外地客源占比大、停留时间长等特点。2020-2021冰雪季的冰雪旅游者中40%是外地游客,过夜游客占比超过85%,停留4-5天的游客占比超过35%。外地游客、长时间停留的游客促进冰雪运动的服务场景——冰雪小镇的高速发展。根据易观分析的数据,2017年中国冰雪小镇数量为26座,2020年增长至约40座,保持稳步增长势头。

冰雪小镇作为一体化服务提供场景,带动下游餐饮、户外装备消费、娱乐等丰富的“冰雪+”衍生产业链发展。由于冰雪运动消费者停留时间长,在冰雪运动外存在包括餐饮、观光、户外运动、社交性娱乐活动和装备消费等大量衍生消费需求,冰雪小镇为此类需求提供了场地和服务支撑。

