

中国冰雪行业市场发展现状及前景趋势与 投资分析研究报告

一、中国冰雪行业市场发展概述

1.1 发展历程及政策背景

(1) 中国冰雪行业的发展历程可以追溯到 20 世纪 50 年代，当时以冬季运动训练和竞赛为主，主要集中在东北、华北等地区。随着改革开放的深入，中国冰雪产业逐渐兴起，尤其是在北京、哈尔滨、长春等城市，冰雪旅游、体育赛事等活动逐渐增多。进入 21 世纪，随着国民经济的快速发展和人民生活水平的不断提高，中国冰雪产业进入快速发展阶段，市场规模不断扩大，产业链逐渐完善。

(2) 在政策背景方面，中国政府高度重视冰雪产业的发展，出台了一系列政策措施予以支持。从 2008 年北京奥运会以来，国家层面多次发布关于发展冰雪产业的指导意见，明确提出要将冰雪产业作为国家战略性新兴产业来培育。2015 年，国务院发布了《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》，明确提出要大力发展冰雪运动，推动冰雪产业发展。此外，国家体育总局、发展改革委等部门也陆续出台了一系列配套政策，包括资金支持、人才培养、基础设施建设等方面，为冰雪产业的快速发展提供了有力保障。

(3)近年来，随着 2022 年北京冬奥会的成功举办，中国冰雪产业迎来了前所未有的发展机遇。在“三亿人参与冰雪运动”的目标引领下，全国各地纷纷举办各类冰雪赛事和活动，冰雪运动参与人数持续增长。同时，冰雪产业相关企业纷纷涌现，产业链不断延伸，市场规模不断扩大。在此背景下，中国冰雪产业有望成为国民经济新的增长点，为经济社会发展注入新的活力。

1.2 市场规模与增长速度

(1)近年来，中国冰雪市场规模持续扩大，已成为全球增长最快的冰雪市场之一。根据相关数据显示，2019 年中国冰雪市场规模已达到 1200 亿元，同比增长约 20%，预计到 2025 年市场规模将达到 5000 亿元。其中，冰雪旅游、体育赛事、装备制造、冰雪娱乐等领域均呈现出高速增长态势。

(2)在增长速度方面，中国冰雪产业展现出强劲的增长动力。从 2010 年到 2019 年，中国冰雪产业年均增长率达到 30%以上，远高于全球平均水平。特别是近年来，随着政策扶持力度加大和消费需求提升，冰雪产业增速进一步加快。例如，2019 年全国冰雪旅游人次达到 3.46 亿，同比增长约 20%；冰雪赛事活动数量也呈现出快速增长，各类冰雪赛事举办场次超过 1000 场。

(3) 中国冰雪产业的快速增长得益于多方面因素。首先，国家政策支持为产业发展提供了良好的外部环境。其次，消费升级和居民收入水平提高使得人们对冰雪运动的兴趣和需求不断提升。此外，随着冰雪运动基础设施的不断完善，冰雪运动参与门槛降低，吸引了更多人群加入冰雪运动。未来，随着产业规模的进一步扩大和产业链的不断完善，中国冰雪产业有望继续保持高速增长态势。

1.3 市场竞争格局

(1) 中国冰雪市场竞争格局呈现出多元化的发展态势。目前，市场主要由国有企业和民营企业共同参与，形成了以国有冰雪企业为龙头，民营企业、外资企业等多种所有制企业并存的市场格局。其中，国有企业在冰雪场馆建设、赛事运营等方面占据主导地位，而民营企业则更多集中在冰雪用品销售、冰雪旅游等领域。

(2) 在市场竞争中，企业间的竞争策略各具特色。一些大型国有冰雪企业依托其品牌影响力和资源优势，积极拓展产业链上下游业务，实现多元化发展。同时，众多民营企业则通过创新经营模式、提高服务质量和产品品质来争夺市场份额。此外，随着外资企业的进入，市场竞争更加激烈，国内企业面临来自国际品牌的挑战。

(3) 在区域市场方面，中国冰雪市场竞争格局呈现出东强西弱的特点。东部地区由于经济发展水平较高，冰雪产业基础较好，市场竞争相对激烈。而西部地区虽然冰雪资源丰富，但受限于经济发展水平和基础设施条件，市场竞争相对较弱。随着国家政策的扶持和区域协调发展，西部地区冰雪产业有望迎来快速发展，市场竞争格局将逐步优化。同时，随着“北冰南移”战略的实施，南方市场也逐渐成为冰雪产业竞争的新焦点。

二、冰雪运动普及与消费需求分析

2.1 冰雪运动参与人群特征

(1) 冰雪运动参与人群在中国呈现出多样化的特征。首先，从年龄结构来看，参与冰雪运动的人群主要集中在 20-40 岁年龄段，这一群体具有较高的消费能力和对新鲜事物的追求。同时，随着冰雪运动的普及，越来越多的中老年人群也开始关注并参与其中，形成了老中青三代共同参与的良好局面。

(2) 在性别比例方面，冰雪运动的参与人群男性略多于女性，但近年来女性参与度逐渐提升。这一变化得益于冰雪运动的多样性和时尚性，以及相关企业对女性市场的关注和推广。女性参与冰雪运动不仅可以增强体质，还能提升个人形象和气质。

(3) 从地域分布来看，冰雪运动参与人群主要集中在北方地区，尤其是东北、华北等省份。随着冰雪运动在南方的

普及，南方地区的参与人群也逐渐增多。此外，随着冬季奥运会的成功举办，中国冰雪运动的参与人群还涵盖了海外华人、留学生等，形成了国际化的参与群体。

2.2 冰雪消费需求分析

(1) 冰雪消费需求在中国市场呈现出多元化趋势。消费者对冰雪产品的需求不仅限于运动装备和器材，还包括冰雪旅游、教育培训、赛事观赏等多个方面。随着冰雪运动的普及，越来越多的消费者对冰雪相关文化、体验和服务的需求不断提升。

(2) 在消费需求的具体内容上，消费者对冰雪旅游的需求尤为突出。他们希望通过冰雪旅游来体验冬季的独特魅力，享受雪上运动的乐趣，以及感受冰雪文化的氛围。此外，家庭亲子游、情侣度假、朋友聚会等也成为冰雪旅游消费的重要需求。

(3) 在消费行为上，消费者对冰雪产品的购买渠道和方式也呈现出多样化的特点。线上购物平台、电商平台以及线下实体店成为主要的消费渠道。消费者在购买冰雪产品时，不仅关注产品的品质和价格，还注重品牌、售后服务等因素。随着消费升级，消费者对个性化、定制化的冰雪产品需求日益增长。

2.3 消费渠道与模式

(1) 中国冰雪消费渠道多样化，主要包括线上和线下两大渠道。线上渠道以电商平台为主，如天猫、京东、拼多多等，消费者可以通过网络轻松购买到各类冰雪运动装备、门票、课程等。线上渠道的优势在于便捷、信息透明、选择丰富，且能够享受到优惠促销活动。

(2) 线下渠道则以实体店、专卖店和冰雪场馆为主。实体店和专卖店提供面对面的服务和试穿体验，尤其在高端冰雪装备和定制产品方面，线下渠道更具吸引力。冰雪场馆内，消费者可以直接购买门票参与滑雪、滑冰等活动，同时，场馆内的商店也提供相关消费服务。

(3) 在消费模式方面，中国冰雪消费呈现出从单一消费向综合消费转变的趋势。传统的单一消费模式主要以购买冰雪装备为主，而现在的综合消费模式则涵盖了冰雪旅游、教育培训、赛事观看等多个方面。此外，会员制、套餐式消费等新型消费模式也逐渐流行，消费者可以通过预付会员费或购买套餐来享受更多优惠和服务。这种消费模式不仅提高了消费者的消费体验，也为冰雪企业提供了新的盈利点。

三、冰雪产业链分析

3.1 产业链上下游构成

(1) 中国冰雪产业链上游主要包括冰雪资源开发、基础设施建设等环节。这一部分涉及自然雪资源的开发、人工造雪系统的建设、滑雪场、滑冰场的规划与建设等。此外，还包括冰雪体育设施的设计、制造和安装，以及相关的技术研发和人才培养。

(2) 中游环节涉及冰雪运动装备制造、赛事运营、教育培训等。冰雪运动装备制造包括滑雪板、滑雪服、护具等产品的设计与生产；赛事运营则包括冰雪赛事的策划、组织、推广和执行；教育培训则涵盖冰雪运动的普及教育、专业培

训等。

(3) 下游环节主要包括冰雪旅游、冰雪娱乐、冰雪文化等相关产业。冰雪旅游涉及滑雪、滑冰、冰雪节庆等旅游产品和服务；冰雪娱乐则包括主题公园、冰雪乐园等娱乐项目；冰雪文化则涵盖冰雪艺术、冰雪文学、冰雪影视等文化产品。这些下游环节不仅为消费者提供了丰富的冰雪体验，也为产业链上下游企业创造了巨大的市场空间。

3.2 产业链各环节分析

(1) 产业链上游的冰雪资源开发环节是整个产业链的基础。这一环节涉及对自然雪资源的合理利用和人工造雪技术的研发与应用。目前，中国多地正积极推广人工造雪技术，以弥补自然雪资源的不足。同时，对滑雪场、滑冰场的规划与建设也日益注重生态保护和可持续发展。

(2) 中游环节的冰雪运动装备制造是产业链的核心。随着冰雪运动的普及，对专业装备的需求不断增长。国内企业通过技术创新和产品升级，不断提升冰雪装备的品质和性能，以满足消费者多样化的需求。同时，赛事运营和教育培训环节的快速发展，也对装备制造提出了更高要求。

(3) 下游环节的冰雪旅游、娱乐和文化产业的发展，为产业链注入了新的活力。冰雪旅游已经成为冬季旅游的重要组成部分，吸引了大量游客。冰雪娱乐项目如主题公园、冰雪乐园等，为游客提供了丰富的娱乐体验。此外，冰雪文化的发展，如冰雪节庆、艺术展览等，进一步提升了冰雪产业的附加值。

3.3 产业链发展趋势

(1) 未来，中国冰雪产业链将呈现出更加专业化和细分化的发展趋势。随着消费者对冰雪产品和服务需求的不断升级，产业链各环节将更加注重专业化分工和协作，以满足市场多元化的需求。例如，冰雪装备制造将更加注重技术创新和品质提升，赛事运营将更加专业化，教育培训将更加系统化。

(2) 产业链上下游的融合将成为未来发展的关键。上游资源开发与中游装备制造、赛事运营等环节的紧密结合，以及与下游冰雪旅游、娱乐、文化等产业的深度合作，将有助于形成完整的产业链条，提高整个行业的竞争力和市场占有率。

(3) 随着“北冰南移”战略的推进，中国冰雪产业链将迎来区域均衡发展。北方地区将继续发挥冰雪产业优势，而南方地区则通过政策扶持和基础设施建设，逐步缩小与北方地区的差距。这种区域均衡发展将有助于扩大中国冰雪产业的覆盖范围，提升整体市场规模。同时，国际合作的加强也将为中国冰雪产业链带来新的发展机遇。

四、重点区域市场分析

4.1 北方地区市场分析

(1) 北方地区作为我国冰雪产业的发源地，拥有丰富的冰雪资源和较为成熟的冰雪产业链。东北地区，尤其是黑龙江、吉林、辽宁三省，凭借其独特的地理位置和气候条件，形成了较为完善的冰雪旅游和冰雪运动产业体系。哈尔滨国

际冰雪节、长春国际冰雪旅游节等地方节庆活动，进一步提升了北方地区的冰雪品牌影响力。

(2) 北方地区的冰雪市场以滑雪、滑冰等运动项目为主，同时，冰雪旅游、冰雪文化、冰雪体育赛事等多元化业态也在不断发展。滑雪场、滑冰场等基础设施完善，吸引了大量国内外游客。此外，北方地区的冰雪产业还涵盖了冰雪装备制造、冰雪教育培训等多个领域，产业链条较为完整。

(3) 在政策支持下，北方地区的冰雪产业得到了快速发展。政府加大对冰雪产业的投入，优化产业结构，推动产业链升级。同时，北方地区积极打造冰雪品牌，提升国际竞争力。随着冰雪产业的不断壮大，北方地区的冰雪市场有望成为全国乃至全球冰雪产业的重要增长极。

4.2 南方地区市场分析

(1) 南方地区近年来在冰雪产业发展上取得了显著进展，成为推动中国冰雪产业均衡发展的重要力量。由于南方地区冬季气候相对温暖，人工造雪技术的应用使得南方冰雪运动和旅游成为可能。上海、广州、深圳等一线城市以及云南、贵州等省份，通过建设室内滑雪场、滑冰场，吸引了大量冰雪爱好者。

(2) 南方地区的冰雪市场呈现出快速增长的态势，主要得益于消费者对冰雪运动的兴趣日益浓厚，以及冬季旅游市场的扩大。随着冰雪运动的普及，南方地区的冰雪教育培训市场也迅速发展，为冰雪产业的长期发展奠定了基础。此外，南方地区的冰雪产业也逐渐形成了以冰雪旅游为核心，冰雪运动、冰雪文化等多业态融合的发展模式。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/948074113044007010>