2024 中国冰雪行业发展监测及投资战略研究报告

一、中国冰雪行业发展概况

1.1 中国冰雪产业发展历程

(1) 中国冰雪产业自 20 世纪 80 年代起步，经历了从无到有、从小到大的发展历程。早期，随着滑雪、滑冰等冬季运动项目的普及，冰雪产业主要集中在东北和华北地区。这一时期，冰雪产业以冰雪旅游和冰雪运动为主要形态，市场规模相对较小。然而，随着国家对体育事业的重视和冬季运动项目的推广，冰雪产业开始逐渐受到关注。

(2) 进入 21 世纪，中国冰雪产业迎来了快速发展期。2008 年北京奥运会和 2014 年索契冬奥会的成功举办，极大地推动了冰雪运动的普及和冰雪产业的发展。政府也出台了一系列政策措施，鼓励和支持冰雪产业的建设。在此背景下，冰雪产业开始向多元化、高端化方向发展，产业链逐渐完善，市场规模迅速扩大。

(3)

近年来，随着我国经济发展和人民生活水平的提高，冰雪消费需求持续增长。冰雪旅游、冰雪运动、冰雪教育培训等细分市场逐渐兴起，为冰雪产业提供了广阔的发展空间。同时，冰雪产业与旅游、体育、文化等产业的融合发展，也使得冰雪产业成为推动区域经济发展的重要力量。如今，中国冰雪产业已经成为全球冰雪产业的重要组成部分，未来发展潜力巨大。

1.2 冰雪产业市场规模及增长趋势

(1) 近年来，中国冰雪产业市场规模呈现出快速增长的趋势。根据相关数据显示，2018 年中国冰雪产业市场规模已达到 6000 亿元人民币，预计到 2025 年，市场规模将突破万亿元大关。这一增长速度在国内外冰雪产业中处于领先地位，反映出中国冰雪市场巨大的发展潜力。

(2) 冰雪产业市场规模的快速增长得益于多方面因素。首先，国家政策的支持为冰雪产业提供了良好的发展环境。政府通过举办冬奥会、推动全民健身运动、加大对冰雪基础设施建设的投入等举措，有效推动了冰雪产业的快速发展。其次，随着居民收入水平的提升和消费观念的转变，越来越多的消费者开始关注和参与冰雪运动，带动了冰雪消费市场的扩大。此外，冰雪产业的多元化发展，如冰雪旅游、冰雪赛事、冰雪装备等领域的不断拓展，也为市场规模的扩大提供了动力。

(3)

从细分市场来看，冰雪旅游和冰雪运动是市场规模增长的主要动力。冰雪旅游方面，随着冬季旅游市场的日益成熟，冰雪旅游目的地和产品不断丰富，吸引了大量游客。冰雪运动方面，各类冰雪赛事的举办和冰雪运动的普及，使越来越多的人参与到冰雪运动中来，为冰雪产业创造了巨大的消费需求。未来，随着冰雪产业的进一步发展，市场规模有望继续保持高速增长态势。

1.3 政策环境与产业发展政策解读

(1) 中国政府高度重视冰雪产业的发展，出台了一系列政策以支持产业壮大。自 2015 年国家体育总局发布《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》以来，政策支持涵盖了冰雪运动普及、基础设施建设、产业融合发展等多个方面。特别是 2019 年发布的《关于以 2022 年北京冬奥会为契机加快体育强国建设的意见》，明确提出要推动冰雪运动普及和发展，将冰雪产业作为国家战略性新兴产业进行培育。

(2) 在政策环境方面，政府实施了税收优惠、资金支持、土地政策等激励措施，鼓励社会资本投入冰雪产业。例如，对冰雪运动场地设施建设给予财政补贴，对冰雪运动装备制造企业实行税收减免，对冰雪旅游项目提供贷款贴息等。此外，国家体育总局与教育部、文化和旅游部等部门联合发布了一系列指导意见，旨在推动冰雪运动进校园、进社区，提高全民冰雪运动参与度。

(3)

产业发展政策方面，政府强调冰雪产业的区域协调发展，鼓励在东北地区、华北地区、西南地区等具有冰雪资源优势的地区建设冰雪产业集聚区。同时，政策也注重产业链的完善和产业结构的优化，鼓励企业加大研发投入，提高冰雪产品的技术含量和附加值。此外，政策还强调加强国际交流与合作，借鉴国际先进经验，提升中国冰雪产业的国际竞争力。

二、中国冰雪产业链分析

2.1 冰雪产业上游：装备制造及基础设施建设

(1) 冰雪产业上游主要包括装备制造和基础设施建设两个环节。装备制造方面，中国冰雪产业已具备一定的自主研发和生产能力，涵盖了滑雪板、滑雪服、冰刀等运动装备。随着技术的不断进步，国产冰雪装备在性能和品质上逐渐与国际品牌抗衡，市场份额逐年上升。同时，国内企业也在积极探索智能化、轻量化的产品研发，以满足市场多样化的需求。

(2) 基础设施建设是冰雪产业发展的基础。近年来，我国政府加大了对冰雪基础设施的投入，包括滑雪场、滑冰场、冰雪旅游小镇等。截至 2020 年，全国已建成各类滑雪场 700 余家，其中高等级滑雪场近 200 家。这些基础设施的完善，为冰雪运动的普及和冰雪旅游的发展提供了有力保障。此外，政府还鼓励社会资本参与基础设施建设，推动产业多元化发展。

(3)

在基础设施建设过程中，政府注重绿色、可持续的发展理念。通过引入环保材料和技术，减少对自然环境的破坏，实现人与自然和谐共生。同时，政府还鼓励各地方根据自身资源禀赋，打造特色冰雪小镇，推动区域经济发展。此外，基础设施建设还涉及人才培养和引进，通过举办各类培训和赛事，提升从业人员的专业素质，为冰雪产业的发展提供人才支撑。

2.2 冰雪产业中游：赛事运营与旅游服务

(1) 冰雪产业中游以赛事运营和旅游服务为核心，是产业链中连接上游装备制造和下游消费市场的重要环节。赛事运营方面，中国冰雪产业已成功举办了多项国内外知名赛事，如全国冬季运动会、国际雪联世界杯等，这些赛事不仅提升了我国冰雪运动的竞技水平，也带动了相关产业的发展。同时，赛事的举办还促进了冰雪运动文化的传播，吸引了更多民众关注和参与冰雪运动。

(2) 在旅游服务方面，中国冰雪旅游市场逐渐成熟，形成了以冰雪旅游目的地为核心，涵盖冰雪运动、冰雪娱乐、冰雪文化等多种业态的综合性旅游产业链。各地纷纷打造特色冰雪旅游产品，如哈尔滨冰雪大世界、长白山滑雪场等，吸引了大量国内外游客。此外，随着冬季旅游市场的拓展，冰雪旅游与温泉、民俗文化等元素的融合，为游客提供了更加丰富的旅游体验。

(3) 为了满足游客多样化的需求，冰雪旅游服务不断升

级。旅游企业通过优化产品结构、提升服务质量、创新营销模式等措施，为游客提供更加便捷、舒适的旅游体验。同时，冰雪旅游服务还注重与当地文化、生态保护相结合，推动旅游业的可持续发展。在赛事运营和旅游服务领域，政府也出台了一系列政策措施，鼓励企业创新，提升产业整体竞争力。

2.3 冰雪产业下游：教育培训与消费市场

(1) 冰雪产业下游主要包括教育培训和消费市场两个部分。教育培训方面，随着冰雪运动的普及，越来越多的学校和社会机构开始开展冰雪运动培训，旨在培养专业运动员和普及冰雪运动知识。从幼儿启蒙教育到成人专业培训，形成了较为完善的冰雪运动教育培训体系。这些培训不仅提升了参与者的技能水平，也为冰雪产业输送了专业人才。

(2) 在消费市场方面，冰雪产业下游涵盖了冰雪装备销售、冰雪旅游产品、冰雪主题活动等多个领域。随着消费者对冰雪运动的兴趣日益增加，冰雪装备市场需求旺盛，各类滑雪服、滑雪板、冰刀等装备销售量持续攀升。同时，冰雪旅游市场也呈现出多元化发展趋势，除了传统的滑雪、滑冰项目外，还包括冰雪主题乐园、冰雪节庆活动等，为消费者提供了丰富的选择。

(3) 冰雪产业下游的发展还与市场营销和品牌建设密切相关。企业通过线上线下相结合的营销策略，提高产品知名度和品牌影响力。同时，借助社交媒体、短视频平台等新兴渠道，推广冰雪运动文化，吸引更多年轻人参与。在消费市场，消费者对个性化、高品质产品的需求不断增长，促使企业不断创新产品和服务，以满足市场多元化需求。此外，政府也通过政策扶持，鼓励企业加强品牌建设，提升整个冰雪产业的竞争力。

三、区域冰雪产业发展现状

3.1 东北地区冰雪产业发展特点

(1) 东北地区作为中国冰雪产业的发源地，具有独特的地理优势和气候条件，形成了鲜明的冰雪产业发展特点。首先，东北地区拥有丰富的冰雪资源，冬季降雪量大，雪质优良，为滑雪、滑冰等冬季运动提供了良好的自然条件。此外，东北地区历史上形成了浓厚的冰雪文化，民众对冰雪运动的热爱和参与度高。

(2) 在产业布局上，东北地区形成了以哈尔滨、长春、沈阳等城市为中心的冰雪产业集聚区。这些城市依托自身优势，发展特色冰雪产业，如哈尔滨的冰雪大世界、长春的净月潭滑雪场等，吸引了大量游客。同时，东北地区还积极推动冰雪产业与其他产业的融合发展，如冰雪旅游与农业、文化、体育等领域的结合，形成了一批具有地方特色的冰雪产业集群。

(3) 东北地区在冰雪产业发展过程中，注重人才培养和科技创新。通过建立冰雪运动学校、举办各类冰雪赛事和培训活动，培养了一批专业冰雪运动人才。同时，东北地区还加大了对冰雪产业技术的研发投入，引进和消化吸收国际先进技术，提高冰雪产业整体技术水平。这些举措为东北地区冰雪产业的可持续发展奠定了坚实基础。

3.2 华北地区冰雪产业发展潜力

(1)

华北地区作为中国冰雪产业的重要发展区域，具有巨大的发展潜力。首先，华北地区交通便利，人口密集，消费市场潜力巨大。北京作为2022年冬奥会的举办城市，对周边地区的冰雪产业发展产生了积极的辐射效应，带动了周边省份的冰雪运动普及和冰雪产业升级。

(2) 华北地区拥有丰富的冰雪资源，冬季降雪稳定，为滑雪、滑冰等冬季运动提供了良好的自然条件。同时，华北地区部分城市拥有良好的气候条件，适宜建设四季滑雪场，延长冰雪旅游季节，增加旅游收入。此外，华北地区历史文化底蕴深厚，结合当地特色，可以开发出具有地域特色的冰雪旅游产品。

(3) 在政策支持方面，华北地区各级政府高度重视冰雪产业发展，出台了一系列政策措施，如财政补贴、税收优惠、土地政策等，为冰雪产业发展提供有力保障。同时，华北地区积极推进冰雪运动进校园、进社区，提高民众参与度，为冰雪产业培养潜在消费群体。这些因素共同构成了华北地区冰雪产业发展的坚实基础。

3.3 华东、华南地区冰雪产业发展趋势

(1) 华东、华南地区作为中国冰雪产业的新兴发展区域，正展现出独特的增长趋势。首先，这些地区的气候条件适宜发展室内滑雪场和四季滑雪场，有效解决了传统滑雪场受季节限制的问题，为冰雪运动提供了更多可能性。室内滑雪场的建设不仅增加了冰雪运动的参与人群，也推动了相关产业

的发展。

(2)

华东、华南地区拥有较高的经济发展水平和居民消费能力，这为冰雪产业的发展提供了坚实的市场基础。随着人们对健康生活方式的追求，冰雪运动逐渐成为时尚消费的一部分，市场需求不断增长。同时，这些地区丰富的旅游资源也为冰雪产业的融合发展提供了有利条件，如与温泉、度假村等结合，打造综合性旅游产品。

(3) 在政策层面，华东、华南地区的政府积极推动冰雪产业发展，出台了一系列扶持政策。此外，通过举办冰雪运动赛事、节庆活动，提升地区知名度和影响力，吸引游客和投资。随着基础设施的完善和产业链的延伸，华东、华南地区的冰雪产业正逐步形成以冰雪运动为核心，集旅游、文化、体育于一体的综合产业体系。这一趋势预示着未来华东、华南地区冰雪产业的广阔发展前景。

四、中国冰雪消费市场分析

4.1 冰雪消费市场细分人群

(1) 冰雪消费市场细分人群主要包括冰雪运动爱好者、冰雪旅游爱好者、冰雪文化追随者和冰雪运动初学者。冰雪运动爱好者通常具有较高的运动技能和经验，他们追求竞技和极限运动，如滑雪、滑冰、冰球等。冰雪旅游爱好者则更注重休闲和体验，他们倾向于选择具有特色和文化的冰雪旅游目的地，享受冰雪带来的快乐。

(2)

冰雪文化追随者通常对冰雪文化有浓厚的兴趣，他们可能不亲自参与冰雪运动，但通过观看赛事、参与冰雪主题活动等方式，享受冰雪带来的文化氛围。这一群体往往对冰雪文化有较高的认知和审美需求，是推动冰雪文化产业发展的关键力量。而冰雪运动初学者则代表了冰雪消费市场的潜力，随着冰雪运动的普及和入门门槛的降低，这部分人群有望成为未来冰雪消费市场的重要增长点。

(3) 此外，冰雪消费市场还涵盖了家庭消费群体，家庭成员共同参与冰雪活动，如亲子滑雪、家庭度假等。这类消费群体注重家庭互动和亲子教育，他们的消费行为受到家庭氛围和价值观的影响。随着冰雪产业的不断发展，针对不同细分人群的个性化产品和服务将更加丰富，满足消费者多样化的需求。

4.2 冰雪消费需求变化趋势

(1) 冰雪消费需求的变化趋势呈现出以下特点：首先，消费需求逐渐从单纯的参与运动向追求体验和享受转变。消费者不再仅仅满足于参与滑雪、滑冰等运动本身，更注重运动过程中的体验，如个性化服务、文化体验、休闲度假等。

(2) 其次，随着生活节奏的加快，消费者对冰雪消费的需求呈现出便捷化和多元化的趋势。人们更倾向于选择离家近、时间灵活、服务周到的冰雪旅游产品，如周末滑雪、短途冰雪体验等。同时，冰雪消费市场也逐渐向年轻化、时尚化方向发展，迎合年轻一代消费者的喜好。

(3)

最后，随着消费升级和人们对健康生活方式的追求，冰雪消费需求更加注重品质和个性化。消费者对冰雪装备、场地设施、旅游产品等方面的要求越来越高，追求专业、舒适、安全的消费体验。此外，冰雪消费市场也开始关注可持续发展，环保、绿色、低碳的冰雪旅游产品越来越受到消费者的青睐。

4.3 冰雪消费市场潜力分析

(1) 冰雪消费市场的潜力分析表明，随着中国经济的持续增长和居民消费水平的提升，冰雪消费市场展现出巨大的增长空间。首先，中国庞大的年轻人口基数和日益增长的消费能力，为冰雪消费市场提供了充足的市场主体。其次，随着冰雪运动的普及和冬奥会的成功举办，公众对冰雪运动的认知度和参与度显著提高，为市场潜力转化为实际消费提供了条件。

(2) 从地理分布来看，冰雪消费市场潜力在全国范围内呈现差异化发展。北方地区由于气候条件适宜，冰雪资源丰富，冰雪消费市场较为成熟。而南方地区，尤其是华东、华南等地区，随着室内滑雪场的兴起和冰雪旅游产品的丰富，冰雪消费市场正逐步打开，显示出巨大的增长潜力。

(3) 冰雪消费市场的潜力还体现在消费需求的多样化上。从运动型消费到休闲型消费，从个人消费到家庭消费，再到商务会议和节庆活动等，冰雪消费市场能够满足不同消费者的需求。此外，随着冰雪产业的不断发展和创新，新型

冰雪产品和服务不断涌现，进一步拓宽了市场空间，增强了市场的整体潜力。

五、中国冰雪产业发展挑战与机遇

5.1 产业发展面临的挑战

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/047115131134010013