

冰约冰雪 一起向未来

04
行业观察

随着北京冬奥会开幕,乘着“冬”风,我国多地启动冰雪旅游季。大众对冰雪运动、冰雪旅游的热情不断高涨,冰雪旅游消费火热。

谷爱凌同款滑雪板热销、滑雪运动类商品卖断货,冬奥会极大地激活了冰雪产业链,俨然成了“带货王”,我国冰雪产业迎来黄金发展期。

■三湘都市报全媒体记者 卜岚 叶竹 实习生 王普

冰雪运动装备热销、冰雪旅游市场火爆……冬奥会成“带货王” 乘着“冬”风,冰雪经济持续火热

冰雪旅游消费热度高涨 主题度假酒店预定火爆

飞猪数据显示,从2021年12月开始,全国各地的冰雪主题游预订保持周均46%的增长。无论是北方还是南方,丰富多样的冰雪活动成了这个冬天最热烈的休闲旅游项目。

“冬奥会的举办,让中国冰雪运动持续升温。中国作为最大的初级滑雪者市场,滑雪年频次为1-2次的滑雪体验者占比高达77%,滑雪成为很多游客冬季旅游初体验的首要选择。”驴妈妈旅游网CEO邹庆龄表示。

除了相关的接待和度假酒店预定火爆,冰雪主题度假酒店热度也走高。途牛旅游网相关负责人介绍,东北地区酒店+滑雪+温泉套餐的预订量同比去年增幅440%。

中国旅游研究院日前发布的《中国冰雪旅游发展报告(2022)》显示,尽管有疫情影响,但是全国冰雪休闲旅游人数从2016-2017冰雪季的1.7亿人次增加到2020-2021冰雪季的2.54亿人次,预计2021-2022冰雪季我国冰雪休闲旅游人数将达到3.05亿人次,我国冰雪休闲旅游收入有望达到3233亿元。

冰雪运动装备热销,相关产品成“香饽饽”

2月4日晚,随着北京冬奥会开幕,许多周边产品几乎“秒空”。其中,各国运动员穿带的冰雪运动装备也掀起讨论热潮,相关产品随即成了“香饽饽”。

在北京冬奥会自由式滑雪女子大跳台决赛中,18岁的中国选手谷爱凌斩获冠军,谷爱凌同款滑雪板火出圈了。“2月8日,店铺销售额环比7日增长接近一倍,与6日相比,翻了超7倍。店内最受欢迎的是谷爱凌比赛同款滑雪板,价格根据不同尺寸,从3690-3990元不等。”faction天猫旗舰店的客服介绍。

不仅如此,冬奥同款也带火了冰雪装备产品。2月11日,在位于长沙市芙蓉北路的迪卡侬门店,记者看到滑雪运动类商品的货架上,不少商品已被抢购一空。滑雪手套、滑雪袜、雪地徒步袜等货架已经是货品寥寥。“人们对冰雪类运动的热情高涨,我们店的滑雪服、滑雪手套等装备销量同比去年上涨了100%-120%。”该店销售员张先生介绍。

近日,阿里巴巴发布的《虎年春节消费趋势报告》也显示,从除夕到正月初四,天猫滑雪装备同比增长超180%,冰上运动品类同比增长超300%。京东春节消费数据显示,滑雪运动类商品整体成交额同比增长322%,其中滑雪面罩成交额同比达15倍,滑雪裤、滑雪镜、单板滑雪板、滑雪服、滑雪鞋等也都取得了较高增长。

冰雪运动正从小众化逐步向大众化发展,带动众多滑雪场和特色冰雪小镇建成。据估算,到2022年,国内滑雪场数量将达到1000座。



市民在长沙湘江欢乐城体验滑雪快乐。受访者供图

五环美甲冲上热搜 不少人“恋上”冠军同款

不仅仅是滑雪运动类商品成功出圈,就连运动员的同款美甲也登上了热搜。

“比赛和领奖都要精致美丽!谷爱凌的美甲竟然是‘奥运五环’,冠军同款安排一下?”网友叶小姐还在微博晒出了自己的五环美甲,“五环美甲干净又大气,真的超好看!第一眼看到就爱上了,结合我自己的想法做了一些调整,底色选了更温柔的裸粉色搭配冰墩墩,上手真的超级可爱。”

在位于长沙市万家丽路附近的贤妹子美学生活馆,店员佩佩正在帮客人美甲,“最近有十几个客人都是要求做五环美甲的,因为手绘比较麻烦,所以价格相对较高,为388元。”

Lily Nails长沙泊富店的负责人黄经理告诉记者,他们这里的谷爱凌同款五环美甲是388元起,在此基础上还可以画上憨态可掬的冰墩墩美甲彩绘,“五环美甲加两只冰墩墩彩绘的价格是488元,这几天我们已经做过两套了。”

“冬奥会的带货方向,可分为官方周边、赞助品牌、冠军同款、热门运动四大类。”业内人士介绍,不管是滑雪装备,冰墩墩抑或是冠军同款,引发了市民野性消费的原因在于,今年大多数市民只能隔着屏幕观看赛事,参与感较弱,“而购买相关周边是与冬奥会产生关联的方式之一,也能制造更多话题,分享胜利的喜悦。”

延伸

三足鼎立、全面开花 我国将构建 冰雪旅游大国产业体系

业内指出,可借助冬奥契机,进一步完善政策体系,加速激发我国冰雪产业及体育产业的巨大发展潜力。

目前,我国冰雪旅游市场空间新格局形成:“三足鼎立、两带崛起、全面开花”。“三足鼎立”就是东北地区、京津冀、新疆三个区域,“两带崛起”是指西藏、青海为代表的青藏高原冰雪观光旅游带和以川贵鄂为代表的中西部冰雪休闲旅游带,“全面开花”是指不论是四季分明的北方、温暖的南方还是遥远的西部,都不同程度通过科学、艺术、运动、旅游等相结合手段实现了冰雪休闲旅游产品的供给。

在看到成绩的同时,也需要注意到后奥运时代冰雪旅游还存在一些挑战。中国旅游研究院发布的《中国冰雪旅游发展报告(2022)》提到,冰雪旅游相关的产业促进政策多,综合改革政策相对少,亟需加快从政策红利向市场红利转变;很多冰雪场馆设施处于封闭管理状态,冰雪设施公共服务效能还有较大提升空间;冰雪旅游设施存在地区不平衡,大众冰雪旅游市场潜能需要进一步释放;现代冰雪旅游产业体系还未建立,冰雪产业链关键环节世界竞争力不强;中国传统冰雪文化和现代冰雪文化内涵挖掘不足。

后奥运时代,要坚持冰雪旅游高质量发展方向不动摇,大力培育大众冰雪旅游市场,释放冰雪旅游市场潜能;加快冰雪旅游供给侧改革,构建中国特色的现代冰雪产业体系;加快传统冰雪文化和现代冰雪文化产业化,持续推进冰雪文化和旅游融合发展;加强冰雪文化国际交流与合作,提炼传统冰雪文化、现代冰雪文化的共同价值,向国际游客展示中国冰雪文化的独特魅力;提升冰雪旅游国际吸引力,在商品免税、出入境便利化、数字冰雪建设、冰雪旅游境外传播等方面积极作为。