Mob研究院

—— 2020年成拐点，滑雪小众“出圈”

中国滑雪行业白皮书

Mob研究院出品

©2020 MobTech. All rights reserved.



数据说明

1. 数据来源

Mob研究院报告数据基于市场公开信息，MobTech自有监测数据，以及MobTech研究模型估算等来源。

2. 数据周期及指标说明

报告整体时间段：2017.12-2020.12

具体数据指标请参考各页标注

3. 版权声明

本报告为MobTech制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

核心观点

滑雪市场规模接近900亿元

- 在“中国申冬奥”热度和利好政策的影响下，我国滑雪产业发展驶入快车道，2019年滑雪人次超过2000万，市场规模接近900亿元

各细分滑雪产业方兴未艾

- 2019年我国滑雪场数量高达770个，以中小型滑雪场为主，经营模式单一，盈利受限。滑雪装备市场长期被国外品牌占据，本土品牌市场认可度低。滑雪培训市场日益庞大，规模近百亿

都市85后商务男为滑雪主力军

- 我国滑雪市场以体验型滑雪者为主，占比近八成。年龄集中在25-34岁，以一线城市高收入群体为主，男性占比超七成，女性市场尚待挖掘

未来滑雪场有望实现全季运营

- 未来滑雪场将突破季节限制实现全季运营，在非雪季经营越野山地车、真人CS等项目，并且业态不断丰富，向集旅游、文娱、商业、地产为一体的冰雪小镇发展

目录

CONTENTS

1 中国滑雪行业大环境分析

2 中国滑雪产业各细分领域分析

- 滑雪场及运营分析
- 滑雪装备分析
- 滑雪培训分析

3 中国滑雪人群大数据分析

4 中国滑雪行业未来趋势分析

Mobtech 袤博

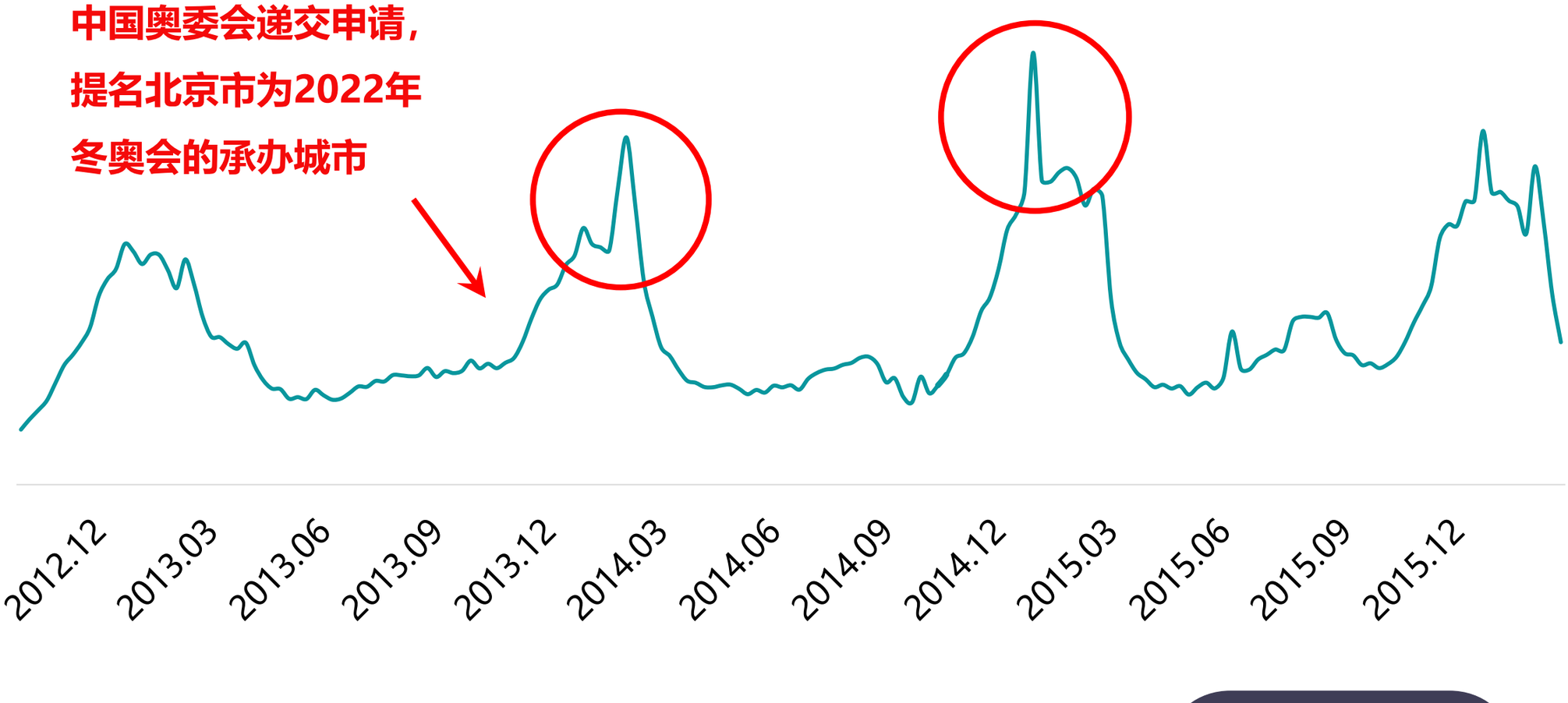
2020火爆异常，滑雪“出圈”正当时

2013年因“中国申冬奥”事件，国内掀起了连续两年的“滑雪热”，2020年滑雪热度再次蹿升，小众运动出圈正当时

Mob研究院

滑雪热度情况

“滑雪”关键词搜索热度



小红书

2020年，生活方式社区小红书上，**滑雪**相关笔记的发布量同比增长**89%**，11月下旬，滑雪内容相关搜索量同比增长**150%**，发布量同比增长**300%**；“**冰雪热潮**”被评为2021年生活方式趋势关键词



Source：百度指数，小红书发布的《2021生活方式趋势关键词》，Mob研究院整理

近年政策护航，滑雪运动受“呵护”

中国申冬奥时曾提出“三亿人参与冰雪运动”的目标，为达成目标，国家出台了一系列相关政策，推动滑雪行业繁荣发展

Mob研究院

滑雪行业相关政策梳理

2016.07

《体育产业发展“十三五”规划》

提出以足球、冰雪等重点运动项目为带动，通过开展青少年技能培养、完善职业联赛等手段，探索运动项目的产业化发展道路，重点打造冰雪运动等特色体育产业聚集区和产业带，**推动冰雪体育行业加快发展**，助力提高中国冰雪体育的质量和竞争力

2016.08

《冰雪运动发展规划（2016-2025年）》

推动“百万青少年上冰雪”和“校园冰雪计划”，促进青少年冰雪运动的普及发展，支持学校与社会培训机构合作开展冰雪运动教学，**大幅提高冰雪运动普及程度**，完善冰雪运动后备人才培养体系

2018.12

《关于加快发展体育竞赛表演产业的指导意见》

大力发展高山滑雪、跳台滑雪、冰球等冰雪体育赛事、推动专业冰雪体育赛事升级发展，为解决大众对冰雪体育消费的不积极性难题指明方向，加快冰雪体育竞赛表演产业发展

2019.03

《关于以2022年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见》

明确冬奥会备战任务，**改革冰雪赛事管理体制**，大力推进“科技冬奥”重点攻关，提升冬奥会备战水平，健全群众冰雪组织，对普及冰雪运动、落实冬奥会条件保障、实现冰雪运动跨越式发展起到积极推进作用

Source：Mob研究院整理

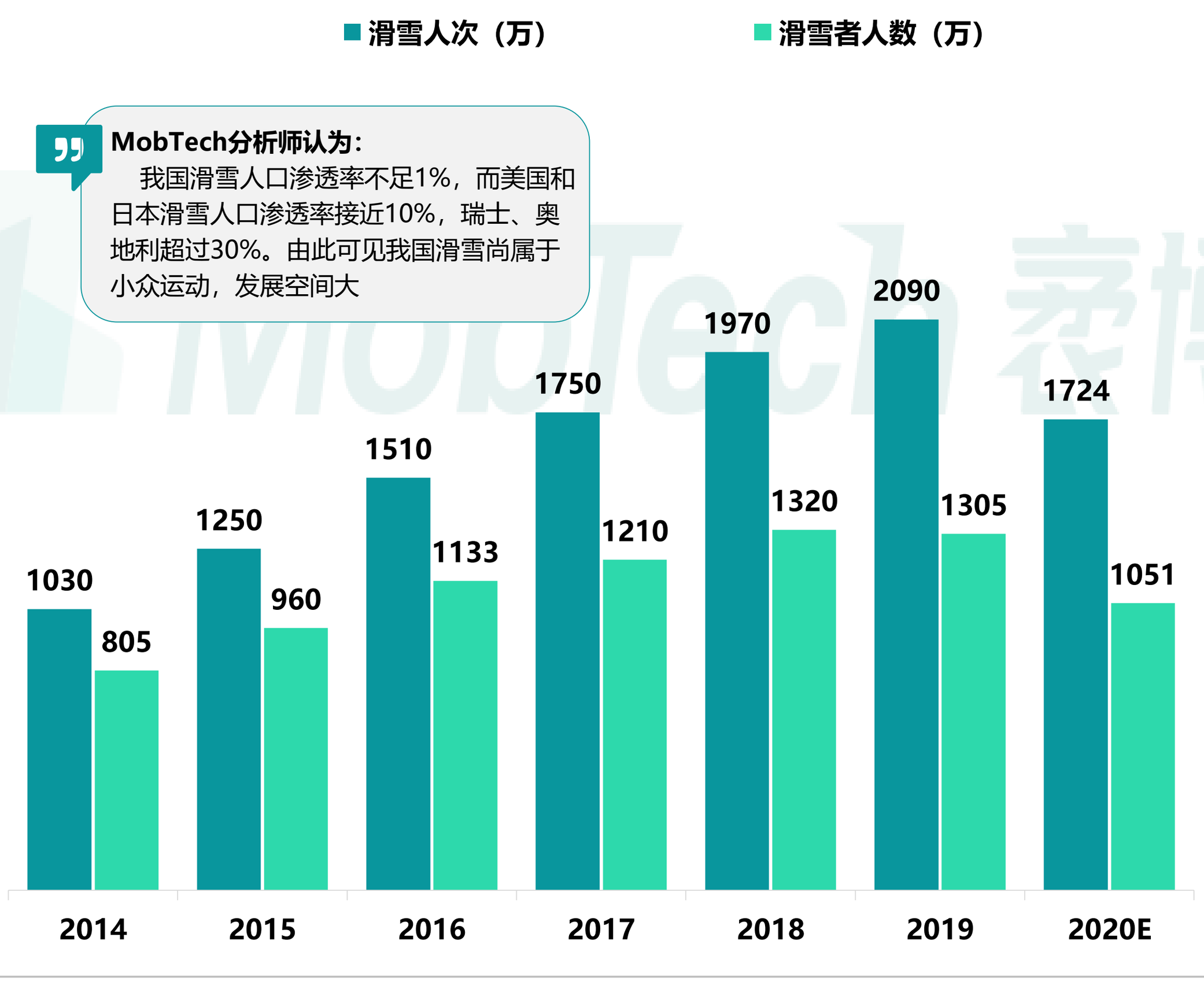
我国滑雪运动人次维持在2000万左右

在冬奥会和利好政策推动下，预计2019年我国滑雪人次已突破2000万，但行业渗透率不足1%，依旧有较大的增长空间

2014-2020年中国滑雪人数及人次

MobTech分析师认为：

我国滑雪人口渗透率不足1%，而美国和日本滑雪人口渗透率接近10%，瑞士、奥地利超过30%。由此可见我国滑雪尚属于小众运动，发展空间大



注：统计口径包括户外滑雪场、室内滑雪场，但不包含旱雪、模拟滑雪器等

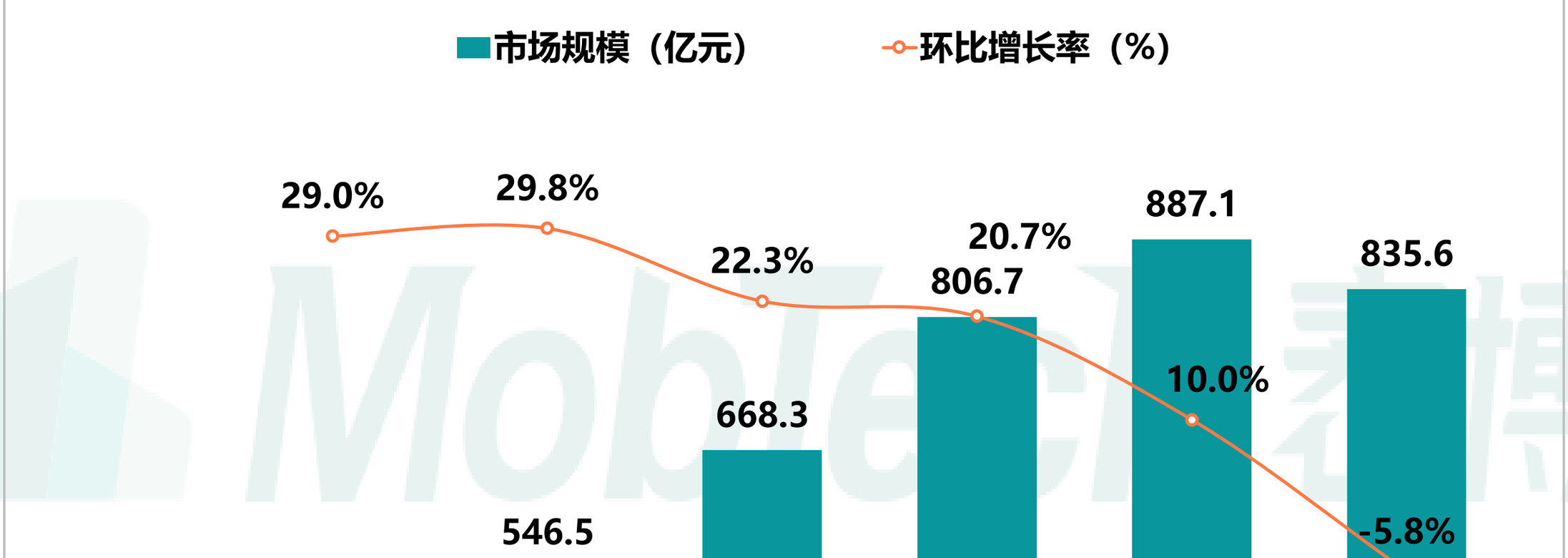
Source：《中国滑雪产业白皮书（2019年度报告）》，2020年数据由Mob研究院根据自有模型预测

市场规模接近900亿元

2019年之前，滑雪市场规模稳定增长，整体接近900亿元。

2020年受疫情影响有所下滑，但长期依旧向好

2014-2020年中国滑雪行业市场规模



注：滑雪行业市场规模包含滑雪场运营收入、个人滑雪装备、滑雪场建设设施装备、滑雪培训等板块

Source：Mob研究院根据自有模型测算

我国滑雪产业细分图谱

以滑雪场为核心，我国滑雪产业既包含面向B端的滑雪设备，又包含面向C端消费者的旅游、培训、个人装备等产业

滑雪细分产业情况

- 滑雪场建设设备：造雪机、压雪车、索道等
- 滑雪场建设咨询服务

……

- 滑雪场运营
- 滑雪各类赛事
- 滑雪技能培训
- 滑雪人才培训

……

- 滑雪保险
- 滑雪资讯平台
- 滑雪运动社区

……

- 滑雪服
- 滑雪靴
- 滑雪板
- 雪板固定器

……



Source：Mob研究院整理

各细分滑雪产业特点一览

滑雪场盈利模式单一且受季节限制，利润薄弱；滑雪装备市场盈利能力较强，但国产品牌认可度低；培训市场尚处于起步期

Mob研究院 中国各细分滑雪产业特点分析

	滑雪场运营	滑雪装备	滑雪培训	滑雪场建设设备
基本概况	具备资源优势，提供滑雪旅游等服务	为滑雪运动者提供服装、鞋子、活动器材等装备	为滑雪者及滑雪从业者提供滑雪技能、从业技能等培训	为滑雪场建设提供造雪机、压雪车、索道、魔毯等设备
产业现状	国内滑雪场以中小型滑雪场为主，盈利模式单一	国内滑雪装备市场长期被国外企业占据，国内企业以OEM为主	滑雪培训产业处于起步期，存在专业教练人才稀缺等问题	压雪车、造雪机等装备以进口品牌为主，国产品牌仅占30%-35%； 索道、魔毯等装备以国产品牌为主，占比超90%
盈利水平	毛利率约为15%	滑雪板、滑雪服毛利率约为40%-50%，头盔、雪镜毛利率约为70%-80%	毛利率为30%-35% 净利率10%-15%	毛利率为25%-35% 净利率约为10%
国内参与者	**万达长白山滑雪场、万科松湖滑雪场、北大壶滑雪场等**	**探路者、安踏体育等**	**微遇见、GoSki去滑雪、雪乐山等**	**卡宾滑雪、雪人股份等**

Source：Mob研究院整理

目录

CONTENTS

1 中国滑雪行业大环境分析

2 中国滑雪产业各细分领域分析

- 滑雪场及运营分析
- 滑雪装备分析
- 滑雪培训分析

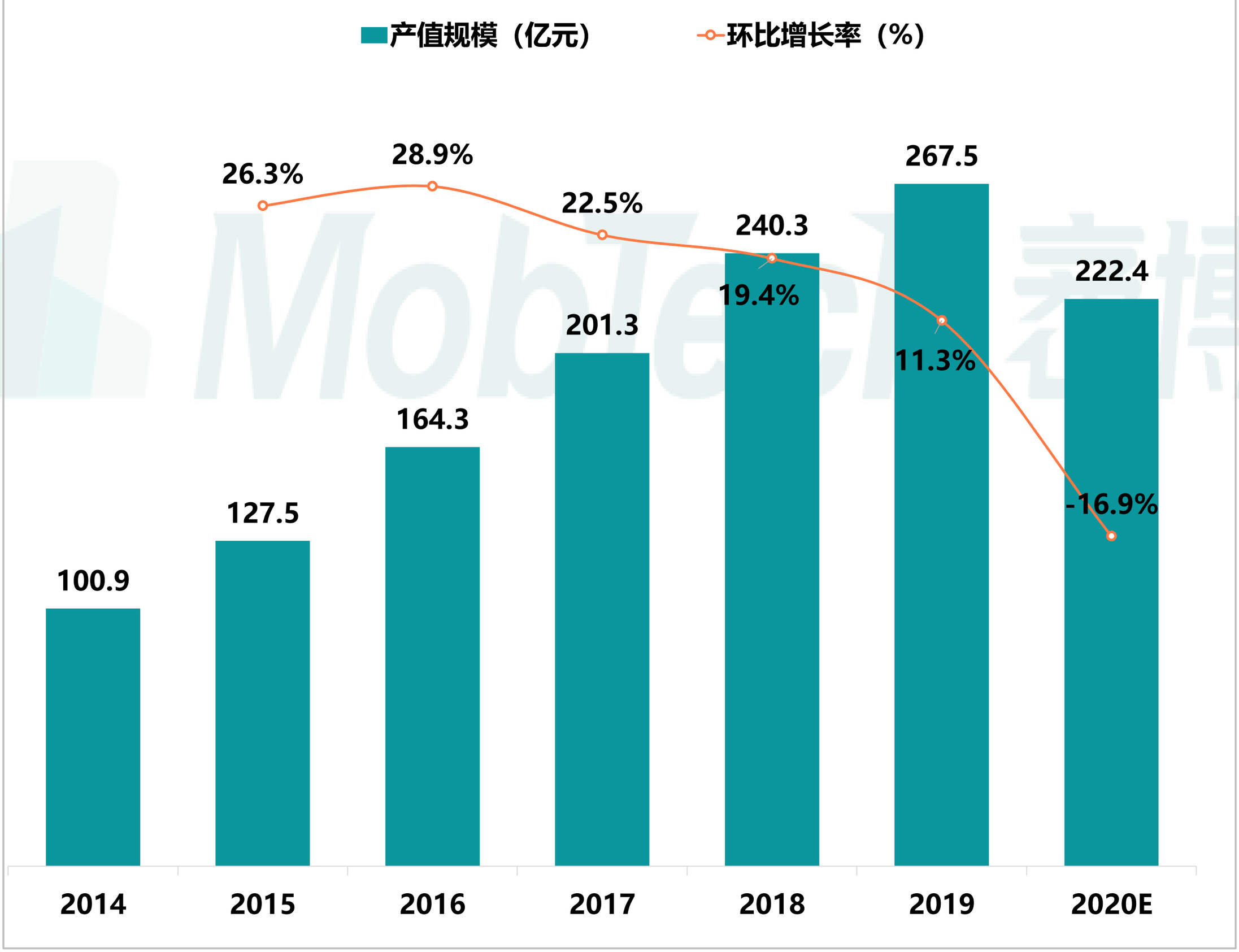
3 中国滑雪人群大数据分析

4 中国滑雪行业未来趋势分析

滑雪场—市场规模超200亿元

滑雪场的消费内容除门票外，还包括缆车、雪具租赁等项目，预计2020年整体市场规模超过200亿元

2014-2020年中国滑雪场市场规模

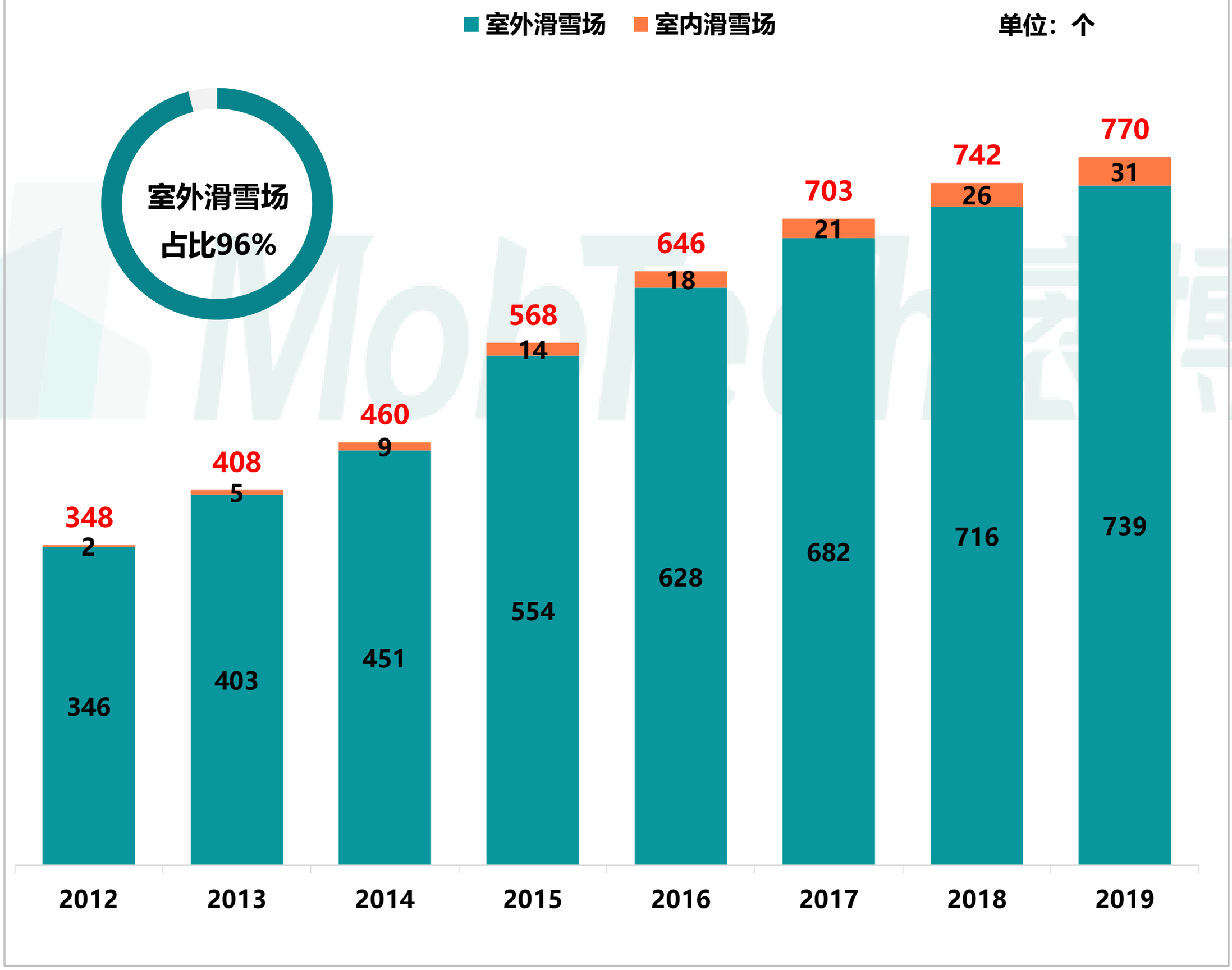


注：包含滑雪门票、缆车费、雪具租赁、餐饮、住宿等项目
Source：Mob研究院根据自有模型测算

室外滑雪场占比超九成

从20世纪80年代东北建立的第一个滑雪场发展至2019年，中国共有770个滑雪场，其中室外滑雪场占比超过96%

2012-2019年中国滑雪场数量分布



Source：《中国滑雪产业白皮书（2019年度报告）》

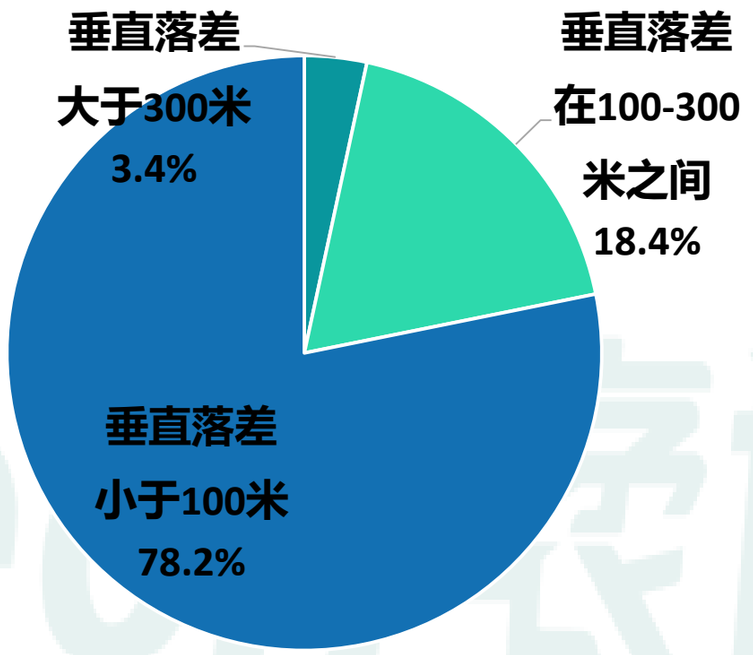
中小型场地居多，以提供滑雪体验为主

现阶段，我国滑雪场以中小型为主，占比接近80%，他们的经营模式单一，大部分仅提供滑雪体验项目，并无其他服务内容

中国滑雪场运营现状

中小型滑雪场为主，经营模式单一：

我国垂直落差在100米以下的小型滑雪场数量占比接近80%。这些滑雪场设备装备水平较差，四季运营困难，盈利模式单一。同时在配套设施方面，娱乐设施相对较少，大部分中小型滑雪场仅提供滑雪体验项目，并无其他服务内容。



01

02

	雪场数量	2019年滑雪人次/万
大型目的地滑雪度假村	8	256
中型目的地滑雪度假村	12	88

马太效应，高端滑雪度假村优势明显：

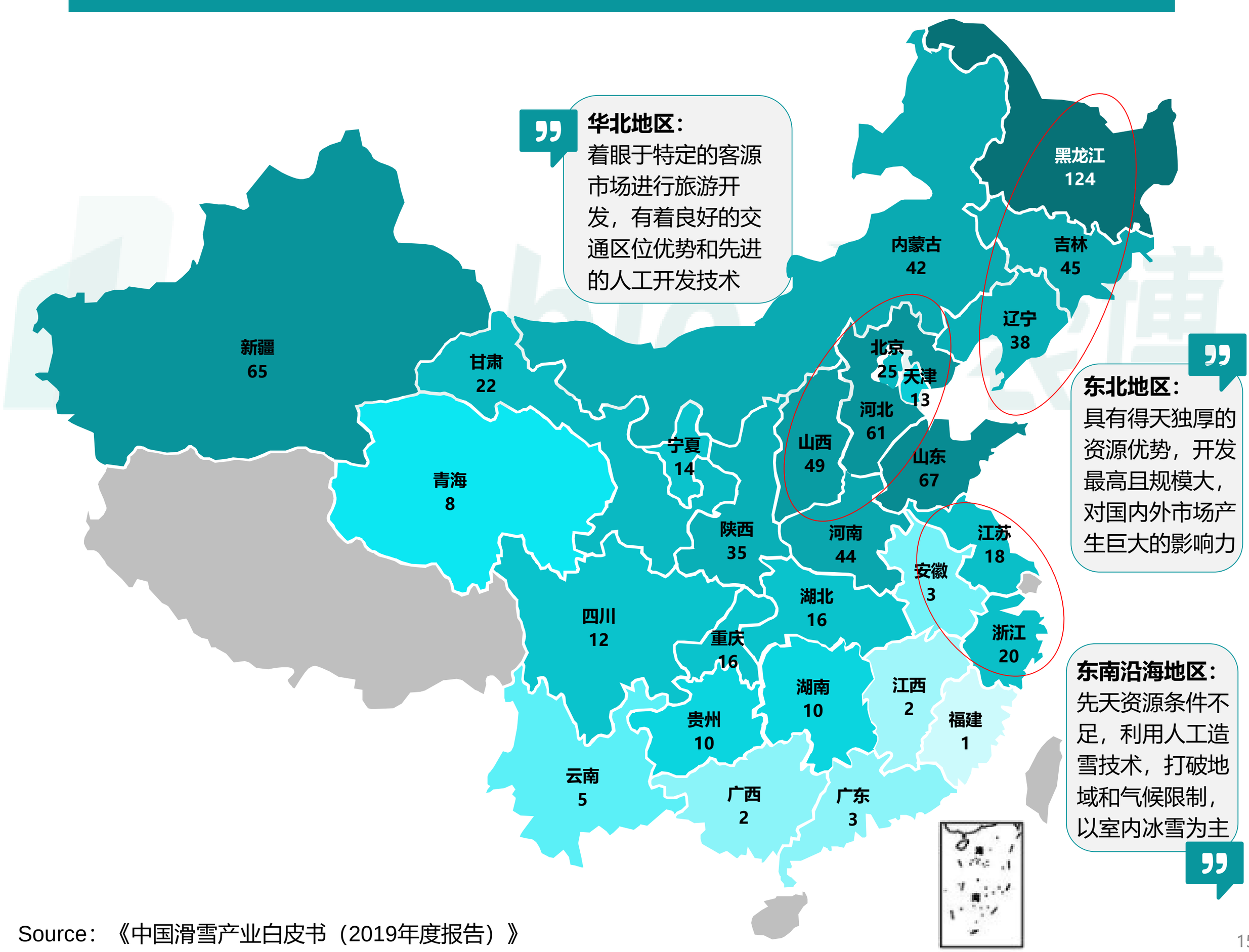
国内大型高端滑雪度假村具有比较大的盈利空间，依靠其品牌影响力带来大量的游客。同时由于其多元化经营，周边配套设施完善，营收结构多元化，消费者消费项目相对广泛，盈利状况相对较好。

Source：Mob研究院整理

滑雪场数量：黑龙江省独占鳌头

由于北方雪季较长，气候条件得天独厚，目前我国滑雪场主要分布在东北、华北，其中黑龙江滑雪场超过120个

2019年中国滑雪场地域分布情况

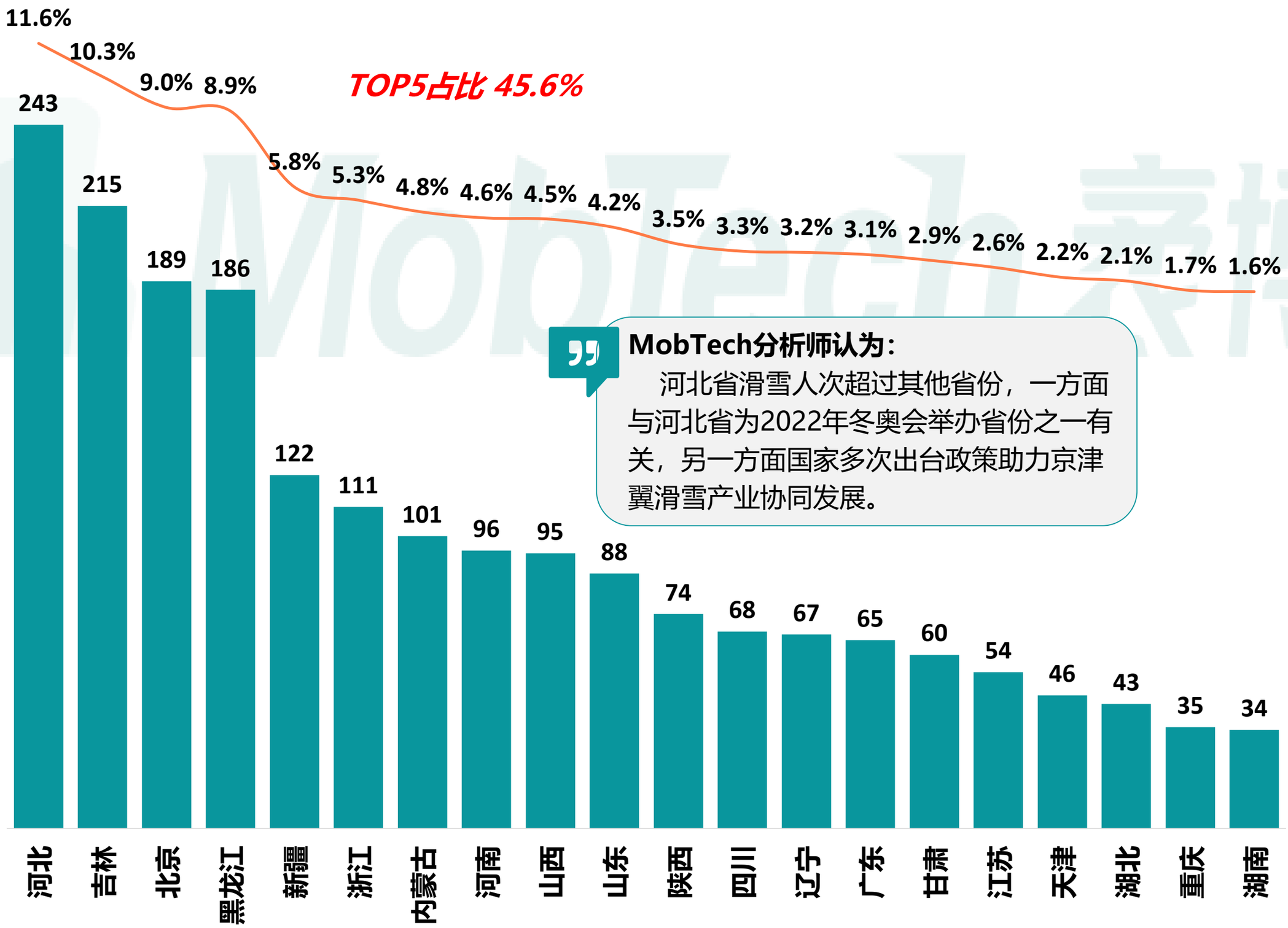


Source：《中国滑雪产业白皮书（2019年度报告）》

滑雪场人次：河北省位居第一

在2022年冬奥会举办省份加持以及国家政策的助力下，河北省滑雪人次遥遥领先，远超于全国其他省份

2019年中国各省滑雪场人次分布Top20



MobTech分析师认为：

河北省滑雪人次超过其他省份，一方面与河北省为2022年冬奥会举办省份之一有关，另一方面国家多次出台政策助力京津翼滑雪产业协同发展。

Source：《中国滑雪产业白皮书（2019年度报告）》

典型滑雪场—万达长白山滑雪场

万达长白山滑雪场地理位置优越，周边业态丰富，将观光、休闲、度假、娱乐等不同功能的产品项目进行整合，优势明显

万达长白山滑雪场基本情况

- **地点：**位于吉林省白山市抚松县松江河镇
- **占地面积：**项目占地面积21平方公里，其中建设用地11.5平方公里，旅游项目总投资200亿元
- **设施情况：**包含高、中、初级雪道43条，雪道总长度达到30公路，落差约为438米，缆车7条
- **票价：**299元/人
- **雪期：**长达6个月的超长雪期（每年11月到次年4月末），积雪期达140天左右，降雪量达1.5米



万达长白山滑雪场周边业态

度假

滑雪场 / 冬季雪上两项运动 / 夏季旅游项目 / 冬季健身项目

酒店

高级酒店群

购物

旅游小镇/万达购物广场

观览

剧院 / 博物馆 / 天池

文教

行政中心 / 医院 / 学校 / 文化中心

置业

花园洋房 / 别墅

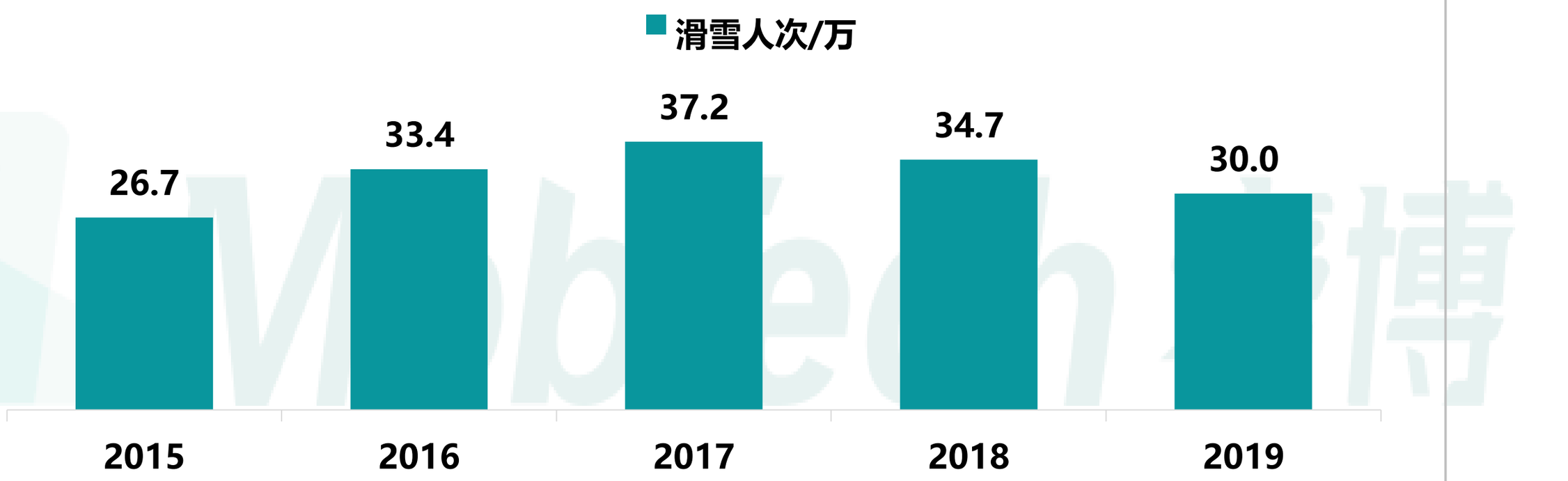
Source：Mob研究院整理

万达长白山滑雪场：年滑雪人次超30万

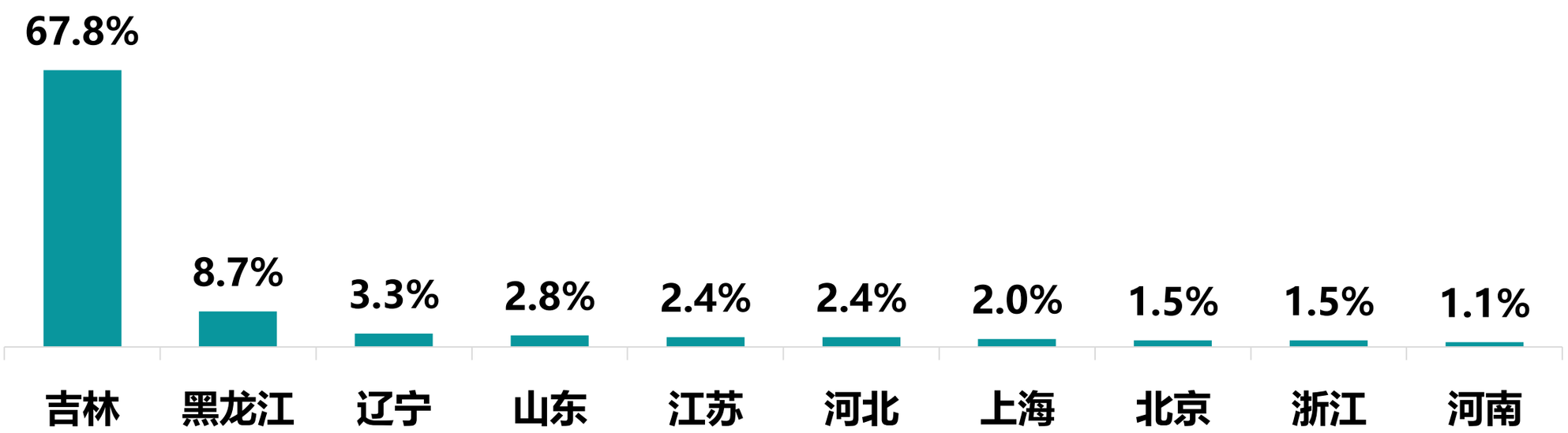
万达长白山年滑雪人次超过30万，在我国滑雪场中居前列，其中近八成游客来自东三省

万达长白山滑雪场游客情况

万达长白山滑雪场年客流量情况



万达长白山滑雪场客流来源 Top10



Source：年客流量由Mob研究院根据自有模型推测，客流来源来自于MobTech，2020.12

目录

CONTENTS

1 中国滑雪行业大环境分析

2 中国滑雪产业各细分领域分析

- 滑雪场及运营分析
- 滑雪装备分析
- 滑雪培训分析

3 中国滑雪消费者大数据分析

4 中国滑雪行业未来趋势分析

滑雪装备—价格不菲，3000元为起点

滑雪装备可细分为滑雪靴、滑雪服、滑雪板等产品。滑雪装备价格不菲，即便是入门级产品，一整套价格也接近3000元

滑雪装备分类情况



滑雪鞋服



滑雪靴
1000-8000元



滑雪服装
100-8000元

滑雪器材



滑雪板
500-40000元



滑雪杖
200-2000元



雪板固定器
1000-4000元

滑雪配件



滑雪手套
30-300元



头盔
100-6000元



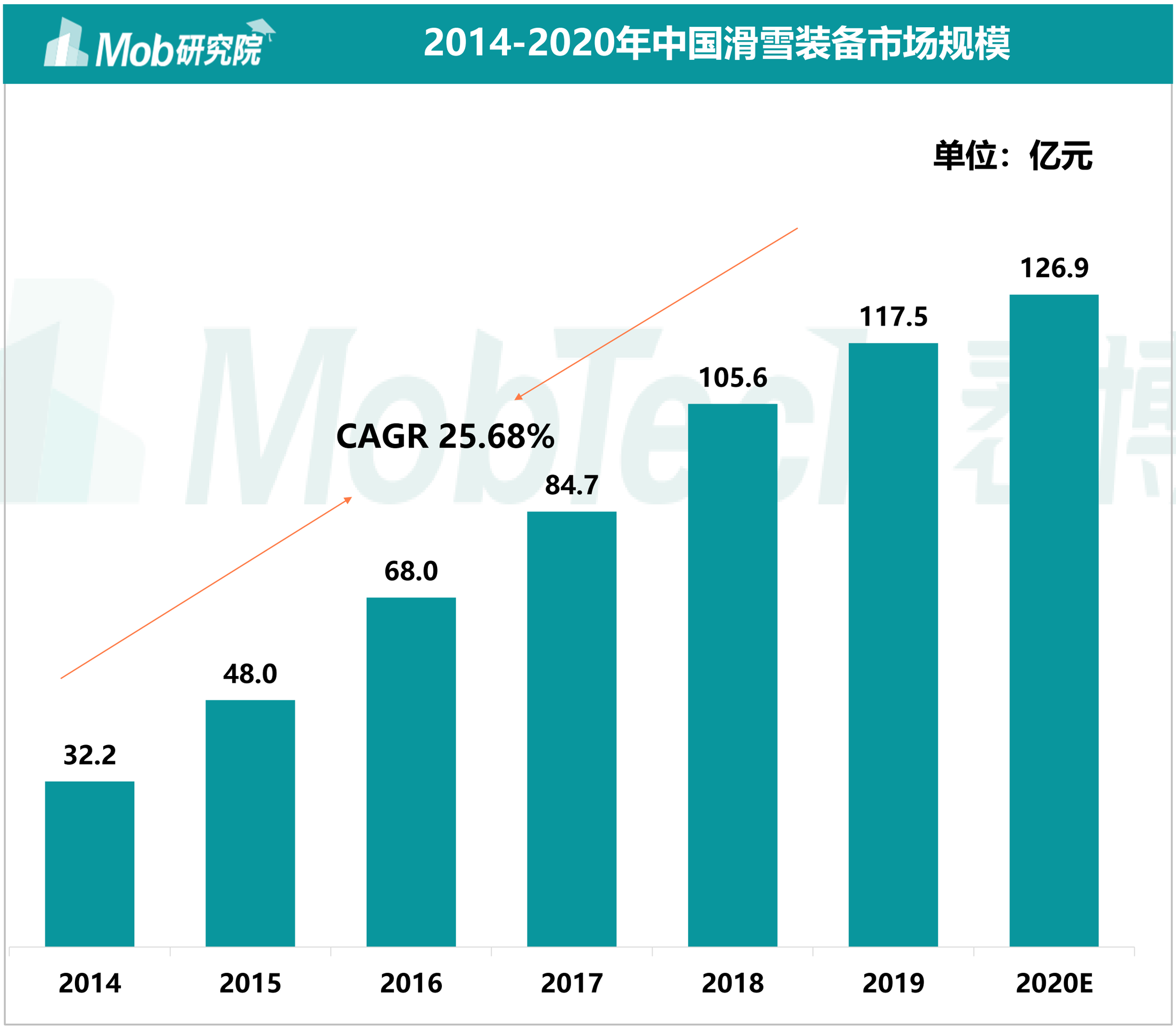
滑雪镜
100-3000元

注：产品价格参考天猫平台实时数据，2020.12.31
Source：Mob研究院整理

2020年整体规模超过100亿元

我国滑雪装备市场正处于蓬勃发展期，市场前景广阔，2020年整体规模超过100亿元，年复合增长率25.7%

2014-2020年中国滑雪装备市场规模



Source：Mob研究院根据自有模型测算

本土品牌尚待开发

我国滑雪装备市场长期被国外品牌占据，消费者对国外品牌认可度更高，而国内企业多以代工、代理为主，自主品牌受限

中国滑雪装备市场现状



01

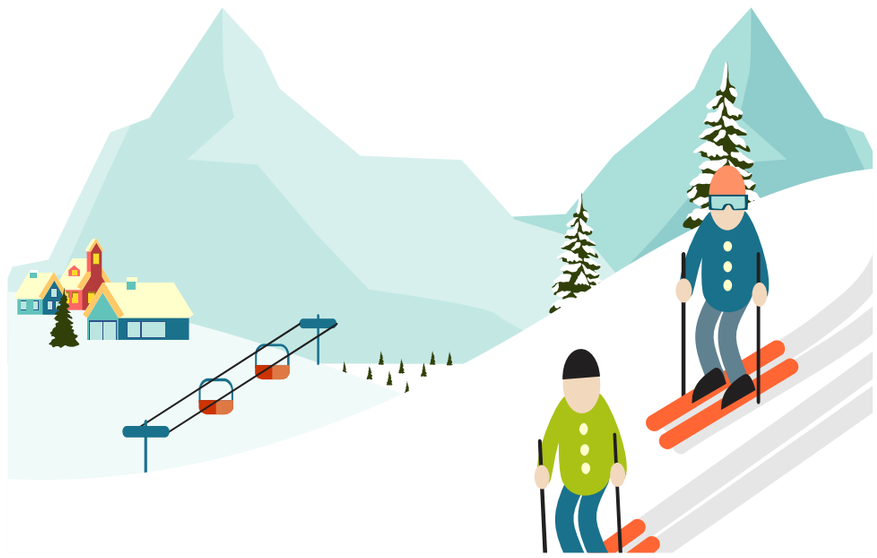
中国滑雪装备市场长期被国外品牌占据，国内品牌尚处于发展初期

滑雪运动对于滑雪装备的质量要求较高，奥地利、德国等国家进入滑雪装备市场早，产品技术经验丰富，品牌知名度高。**国内消费者目前对于进口的中高端滑雪装备认可度更高、需求大**

02

国内滑雪装备企业多以贴牌代工、代理为主，自身品牌发展受限

长期以来，我国企业多为外国品牌提供代工服务以及代理国外品牌。利润方面，**品牌方利润高，制造商依靠加工费获利，生产环节利润低**



Source：Mob研究院整理

近年政策扶持国产滑雪装备品牌

受冬奥会的影响，政府出台相关政策推动包含个人滑雪装备在内的冰雪装备市场发展，鼓励培育具有国际竞争力的知名品牌

中国滑雪装备市场相关政策

《冰雪装备器材产业发展行动计划（2019-2022年）》



开发一批物美质优的大众冰雪装备器材

01 研制安全性高、功能性强的冰刀、滑雪板、滑雪服等大众普及型个人运动器材，丰富细化品种，带动新材料创新应用，提升大众冰雪装备器材供给能力，促进大众冰雪消费市场有效释放



培育一批具有国际竞争力的企业和知名品牌

02 培育冰雪装备器材知名品牌。支持和引导冰雪装备器材制造企业增强品牌意识、加强品牌管理，强化品牌拓展延伸与宣传推广，不断提高冰雪装备器材品牌的知名度。鼓励企业利用冬奥会契机，提高国际化品牌运营能力，着力打造具有国际影响力的冰雪装备器材品牌



创建若干特色产业园区，初步形成具备高质量发展基础的产业体系

03 创建冰雪装备器材特色产业园区。在有条件的地区打造一批冰雪装备器材特色产业园区，支持和引导重点园区以龙头企业为引领，以重点项目为带动，加快产业集聚，提升研发设计、生产制造、现代服务等全产业链发展水平，发挥示范引领和辐射带动作用

Source：Mob研究院整理

典型国产滑雪装备品牌—探路者

探路者由单一的帐篷品类向滑雪服、冲锋衣、登山鞋等多种户外产品拓展，经历了高速发展期、战略转型期和业务收缩期

探路者企业发展历程

1999-2012年

高速发展期

- **产品品类扩张：**由单一的帐篷品类向**滑雪服**、冲锋衣、登山鞋等多种户外产品拓展
- **成功登陆创业板上市**
- **多品牌发展战略：**围绕探路者、Discovey Expedition、阿肯诺三大品牌发展

2013-2016年

战略转型期

- **布局“户外旅行综合服务平台”：**战略控股绿野网，以其为基础打造户外综合旅行服务平台
- **布局“大户外体育产业”：**成立探路者基金，专注垂直媒体及大众赛事领域的投资。

2017年至今

业务收缩期

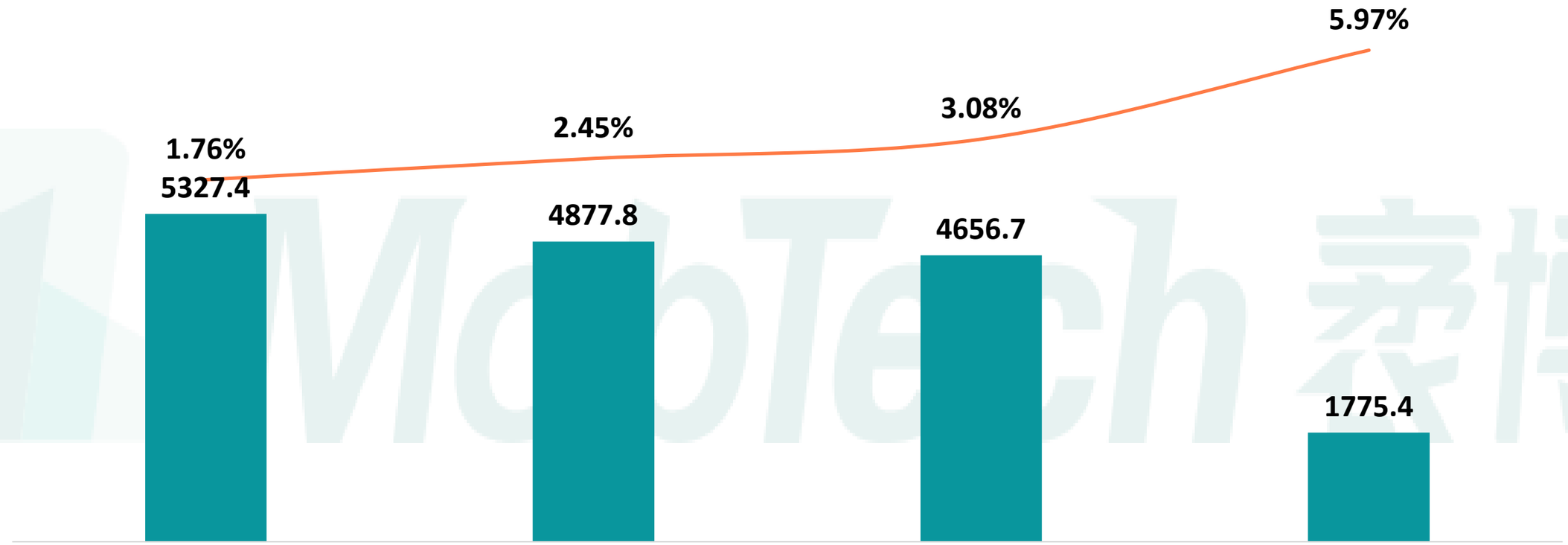
- **缩减不盈利板块，重回主营业务：**缩减盈利能力较低的旅游业务，集中资源推动户外用品的主营业务发展
- **重点布局线上销售业务：**有效加强线上销售和线上社群营销，优化线下渠道布局

Source：Mob研究院整理

探路者：重研发，多项专利“傍身”

探路者重视研发投入，早在2008年便建立了户外测试实验室，同时在滑雪服领域持有多项专利，屡次获得国际设计大奖

2017-2020H1探路者研发投入情况





探路者 TIEF 滑雪服

采用了探路者自主研发的TiEF-WARM防生中空发热纤维,可吸收太阳光中的红紫外线，增加30%热能

2019 德国 ISPO 全球设计大奖银奖



多功能都市滑雪两用滑雪服

采用斜纹棉涤精梳面料，具有防风耐磨抗撕裂、防水透湿、防泼水的功能

2017德国ISPO亚洲产品银奖

Source：探路者财报

典型国产滑雪装备品牌—安踏体育

安踏体育以合资的方式入局滑雪市场，旗下DESCENTE品牌聚焦滑雪、跑步等专业运动领域，定位于一二线城市高端市场

安踏体育品牌矩阵

	ANTA ANTA KIDS	FILA FILA KIDS	DESCENTE	KOLON SPORT
截止2019年12月31日店铺数量	10516	1951	136	185
品牌定位	定位于大众市场	定位于高端市场，偏时尚运动风	定位于高端市场，**以滑雪、训练、跑步运动产品为主**	定位于高端市场，专注于户外体育用品
城市布局	二线、三线及以下城市	一线、二线城市	一线、二线城市	一线、二线城市
店铺主要形式	街铺、店中店、奥特莱斯、电商	店中店、奥特莱斯、电商	店中店、奥特莱斯、电商	店中店、奥特莱斯、电商

- **合作背景：**2016年2月，安踏体育斥资1.5亿元，与迪桑特子公司Descente Global Retail Limited以及ITOCHU Corporation子公司伊藤忠**成立合资企业**，在中国（不包括香港及澳门）经营和从事带有“Descente”商标的所有类别产品，包括设计、销售及分销业务。

- **产品范围：包含滑雪、训练、跑步等高性能的体育用品。**以其适用于滑雪，溜冰等不同体育领域的运动功能性服装而享誉全球。

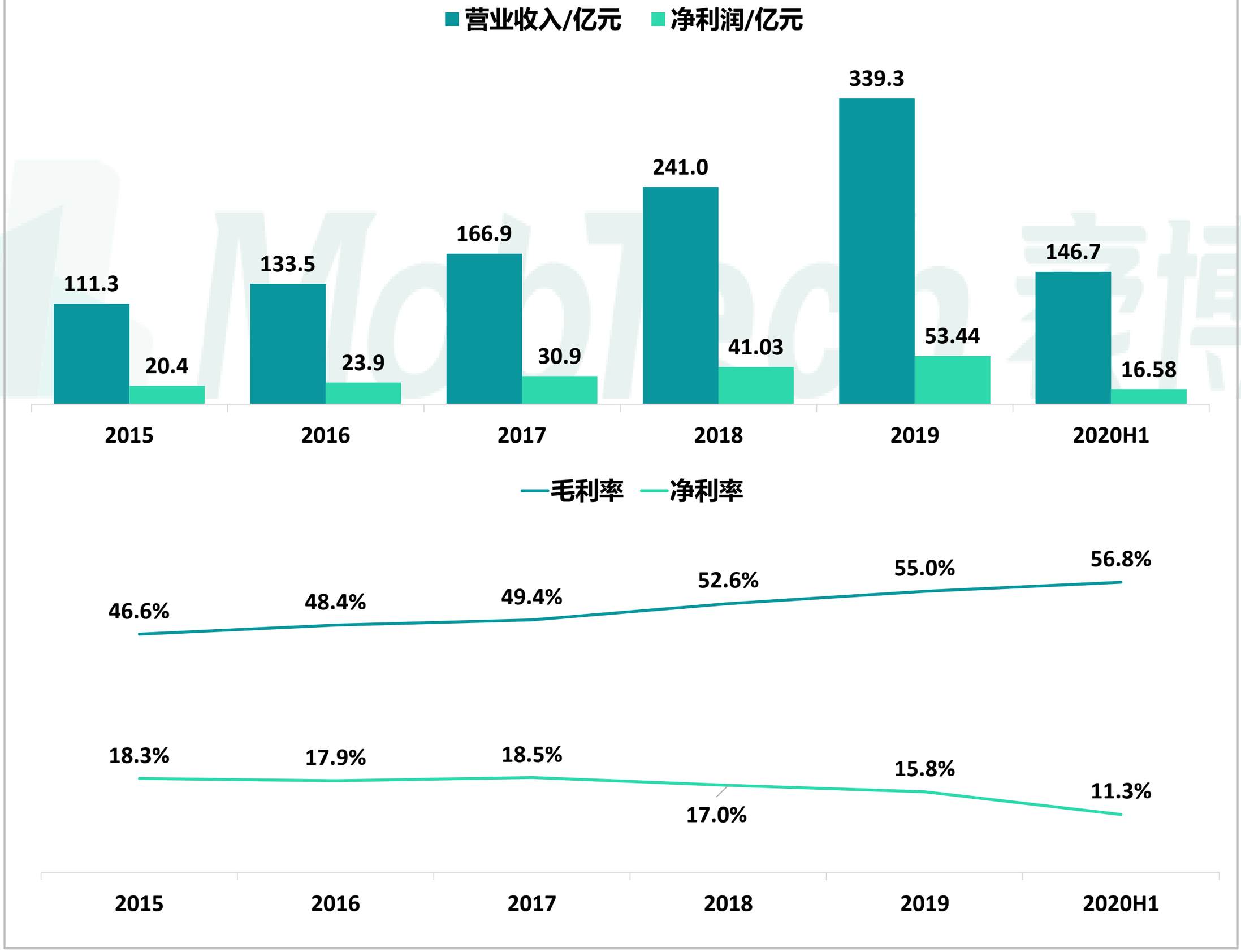
- **经营情况：**截止2019年12月31日，Descent店铺136家，销售额接近10亿元。

Source：安踏体育财报

安踏体育：营收喜人，表现亮眼

安踏的营收状况表现优异，2019年营收高达339亿元，净利润超过50亿元，净利率均值为16.5%

2015-2020H1安踏体育营收情况



Source：安踏体育财报

目录

CONTENTS

1 中国滑雪行业大环境分析

2 中国滑雪产业各细分领域分析

- 滑雪场及运营分析
- 滑雪装备分析
- 滑雪培训分析

3 中国滑雪人群大数据分析

4 中国滑雪行业未来趋势分析

滑雪培训—两百元入门，几千块进阶

根据场地不同，滑雪培训可分为室外培训、室内培训及线上教学。线上以免费为主，线下培训费用相对较高

滑雪培训收费情况

室外培训

在**户外实景滑雪场**进行培训

人均花费：

培训费(150-1000元/小时)+滑雪场门票+装备租赁费

培训费	半天	全天
1v1	1000-3000元	2000-5000元
1v2 / 1v3	500-1500元	1000-2500元
小班教学	300-800元	500-1300元



室内培训

在**室内模拟滑雪馆**进行培训

人均花费：

培训费(200-1000元/小时)+装备租赁费

线上平台

搭建滑雪者的线上社交矩阵，提供滑雪经验分享、线上教学的平台



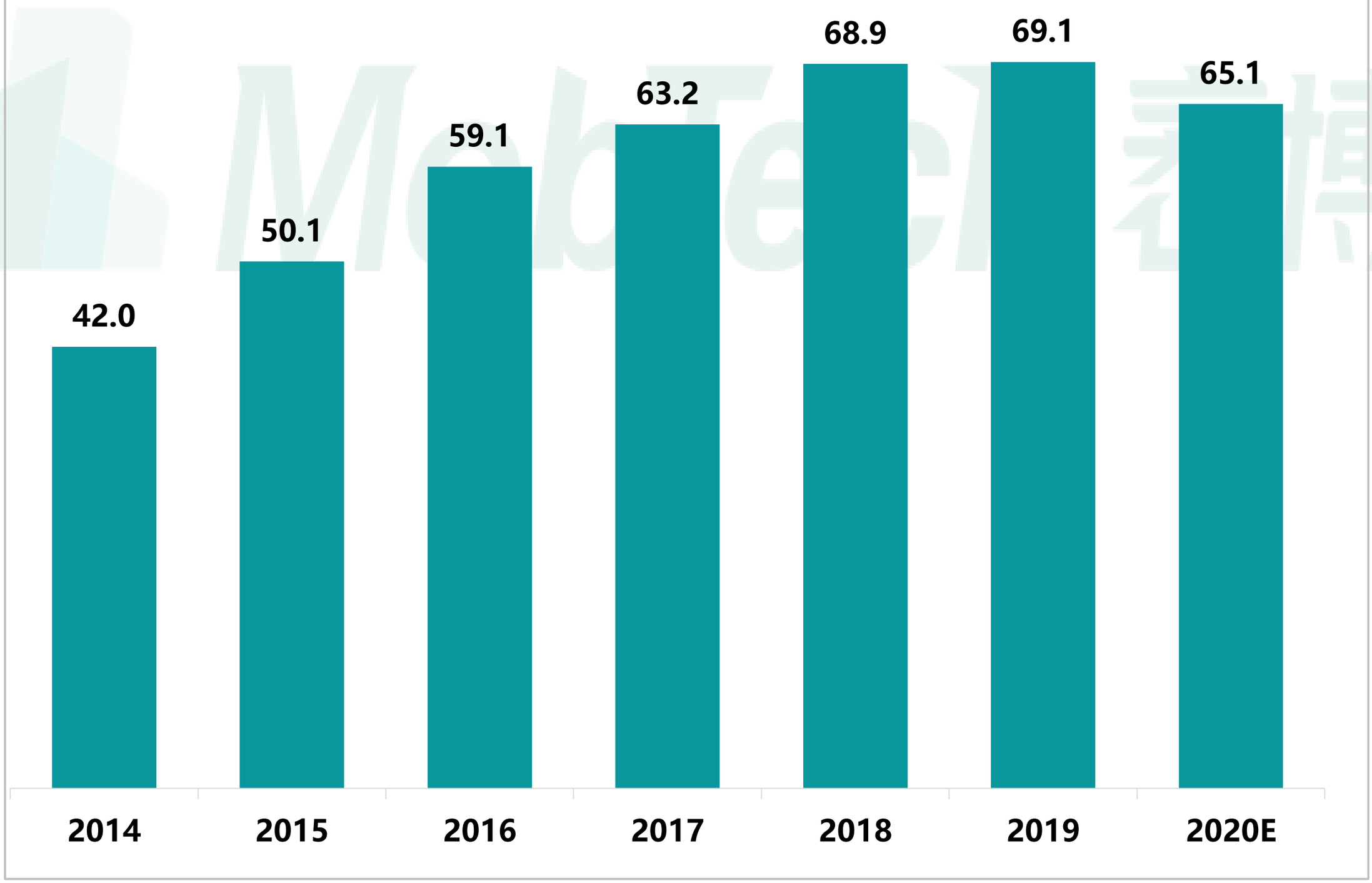
注：产品价格依据各培训机构官网及大众点评数据整理
Source：Mob研究院整理

预计2020年市场规模接近70亿元

我国滑雪培训市场尚处于快速发展期，整体规模接近70亿元。

随着深度滑雪爱好者的增多，未来市场将持续升温

2014-2020年中国滑雪培训市场规模



Source：Mob研究院根据自有模型测算

入局者众多，市场格局未定

随着滑雪产业的高速发展，各类培训机构不断涌现。除了面向社会的培训机构外，针对学生群体的职业学院也相继成立

滑雪培训机构图谱

高等教育学府

- 沈阳体育学院运动训练学院：开办冬季项目
- 黑龙江冰雪体育职业学院：2015年成立
- 北华大学冰雪学院：2019年成立
- 北京体育大学冰雪运动学院：2020年成立

线下培训机构

- AKID滑雪学院
- 雪乐山
- 微遇见
- 法米利亚户外运动学院

线上培训平台

- GoSki去滑雪
- FunSki
- Yeti雪帝

Source：Mob研究院整理

雪乐山：室内滑雪培训馆的先行者

雪乐山引进先进的室内模拟滑雪设备，在全国范围内布局室内滑雪培训馆，开启室内滑雪培训先河

雪乐山基本介绍

引进先进的室内模拟四维空间滑雪设备



雪乐山室内滑雪馆与Maxxtracks公司达成深度战略合作，引进荷兰国家队滑雪选手专用的**Maxxtracks大型滑雪训练设备实体模拟器**。不同于使用电子屏幕营造科幻互动感的电子滑雪模拟器，该模拟器通过履带滚动，创造出近乎“无限雪坡、无穷斜率、无尽雪道”，实现3D体验。拥有安全、便于操作控制、使用环境稳定等特性

2017.9

北京市滑雪协会确定雪乐山为**“北京市青少年滑雪队训练基地”**，同时被评为2017WSTOPS“冬季运动俱乐部30强”

2019.11

荣获**“2019中关村国际前沿科技创新大赛”**体育科技领域TOP10企业

2015.10

第一家雪乐山室内模拟滑雪馆落成开业，开启滑雪运动大众化、专业化、系统化、便捷化的新纪元

2018.4

提出百城千店计划。雪乐山将走出北京，布局全国，上海店，深圳店相继开业

Source：雪乐山官网，Mob研究院整理

雪乐山：采取“健身房式”盈利模式

盈利模式上，雪乐山出售单次卡、课时套餐、不限次年卡等培训产品，并且与企业和学校展开多维度合作

雪乐山盈利模式

收费模式

课时单价	499元/30分钟
课时套餐	9800元/20节正课
不限次年卡	约3万元



与学校合作

与校方联合开展滑雪教育，为校方提供“知识讲座”，“滑雪培训”，“打造滑雪队”，“滑雪机租售”等合作



与企业合作

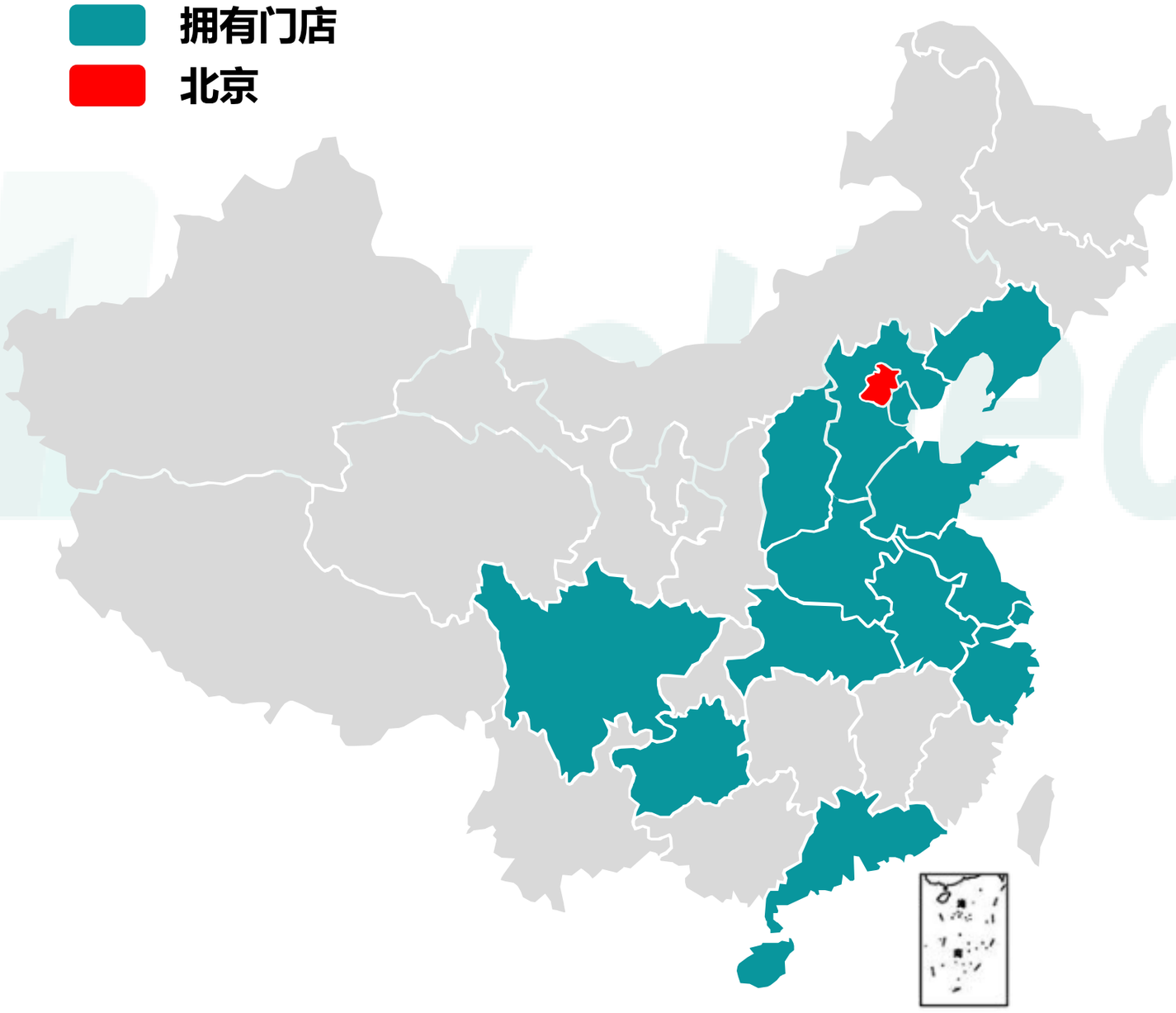
为企业客户提供企业内部福利，客户增值服务，完善会员服务等

Source：雪乐山官网，Mob研究院整理

雪乐山：门店规模迅速扩张

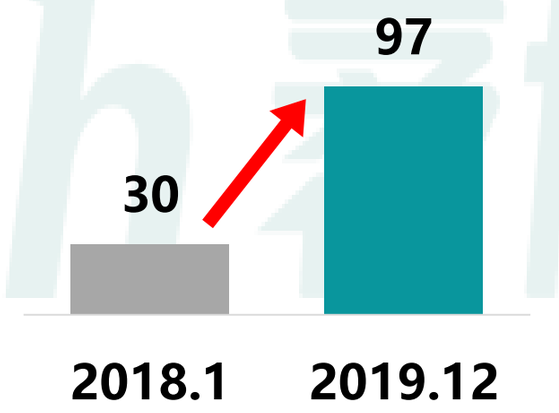
雪乐山的室内滑雪培训馆模式具有成本低、不受地域限制、可复制等特点，其门店规模迅速扩张，2019年门店数已经接近100家

雪乐山门店数及分布



自2018年启动”百城千店”战略计划，雪乐山持续保持着月均数家的新店开业速度

门店数





成立至今5+年

分布城市30+座

学员数突破5万名

接待体验超过30万人次

注：统计截止2019.12.31

Source：雪乐山官网，Mob研究院整理

GoSki：搭建社区，提供云教学课程

GoSki提供免费的线上滑雪课程，为滑雪爱好者搭建了线上社交矩阵，资深滑雪者可以在社区分享滑雪经验供初学者学习

GoSki基本介绍



线上滑雪培训视频

针对初学者，GoSki提供免费的单板、双板教学视频。教学视频一方面由合作伙伴提供，另一方面由GoSki自行购买版权。

线下GoSki青训营

青训营前身为单板地带青训营，是面向全国的、为有一定技术水平基础的单板青少年爱好者提供系统教学的训练营。培训周期为一个月左右，旨在发掘热爱单板滑雪、有能力的新锐滑手。

2015年10月

GoSki App面世，定位为一站式解决雪友滑雪需求的多功能社区服务平台

2016年7月

GOSKI宣布获得3300万元A轮融资，由新动金鼎和体坛传媒领投

2017年2月

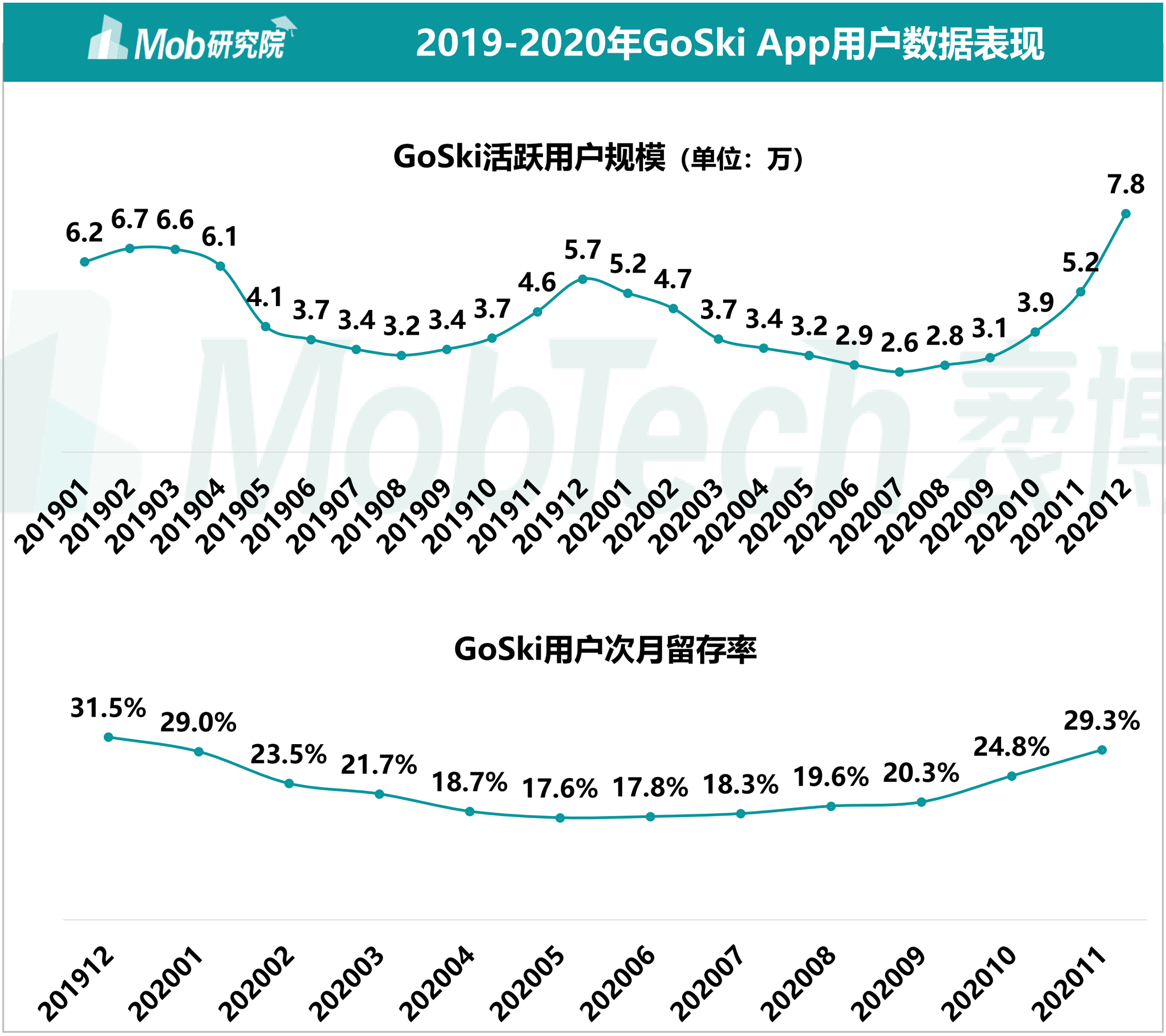
GoSki举办第三届南山双板自由滑雪公开赛，并且有7家平台进行在线直播，同时在线观看人数达34万

Source：Mob研究院整理

GoSki：用户规模呈现季节性波动

GoSki的用户规模呈现季节性波动，2020年底实现近8万活跃用户规模

2019-2020年GoSki App用户数据表现



Source：MobTech，2019.01-2020.12

目录

CONTENTS

1 中国滑雪行业大环境分析

2 中国滑雪产业价值分析

- 滑雪场及运营分析
- 滑雪装备分析
- 滑雪培训分析

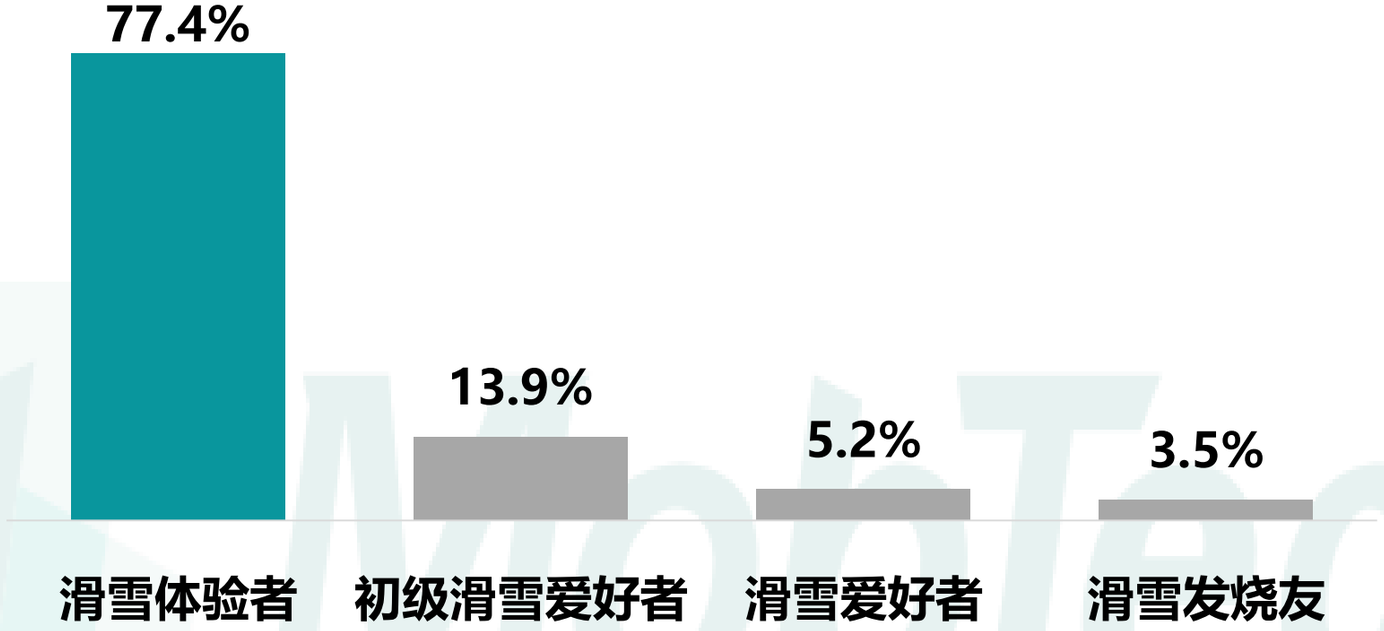
3 中国滑雪人群大数据分析

4 中国滑雪行业未来趋势分析

体验型滑雪者占比近八成

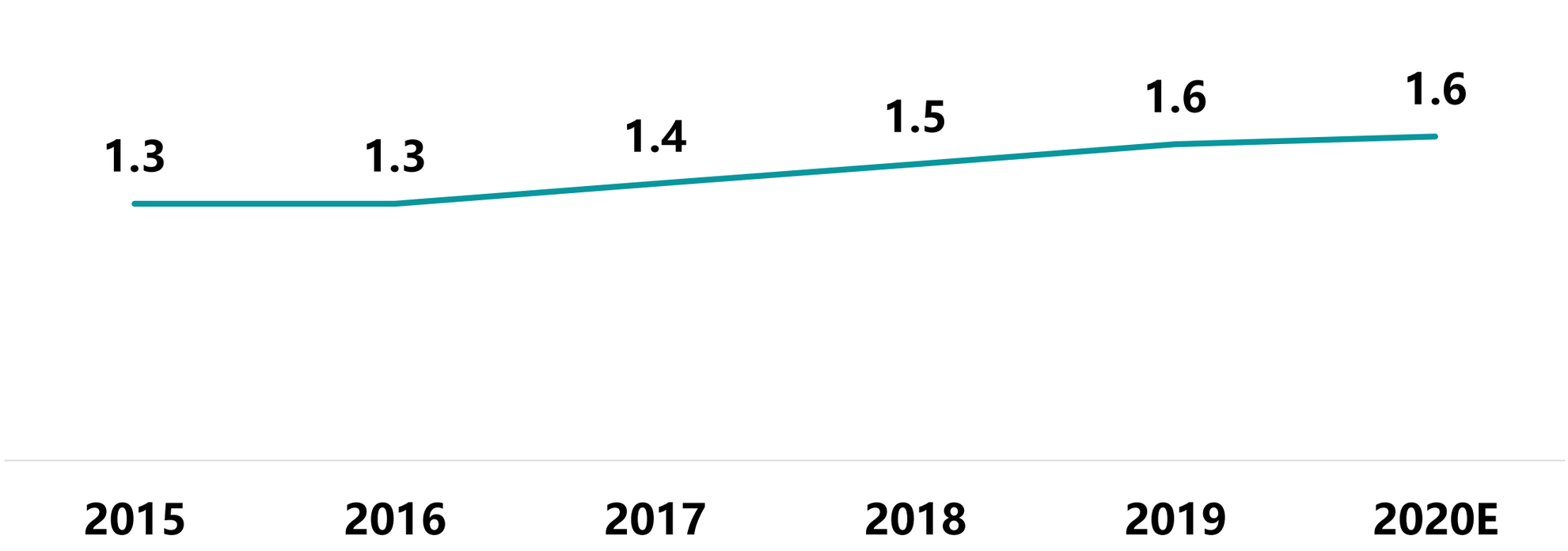
中国为最大的初级滑雪者市场，滑雪体验者占比高达77.4%。
但随着滑雪运动的普及，人均滑雪次数攀升，滑雪爱好者增多

滑雪人群类型分布及滑雪人次统计



标签	滑雪年频次
滑雪体验者	1-2
初级滑雪爱好者	3-5
滑雪爱好者	6-10
滑雪发烧友	11及以上

年人均滑雪次数（单位：次）

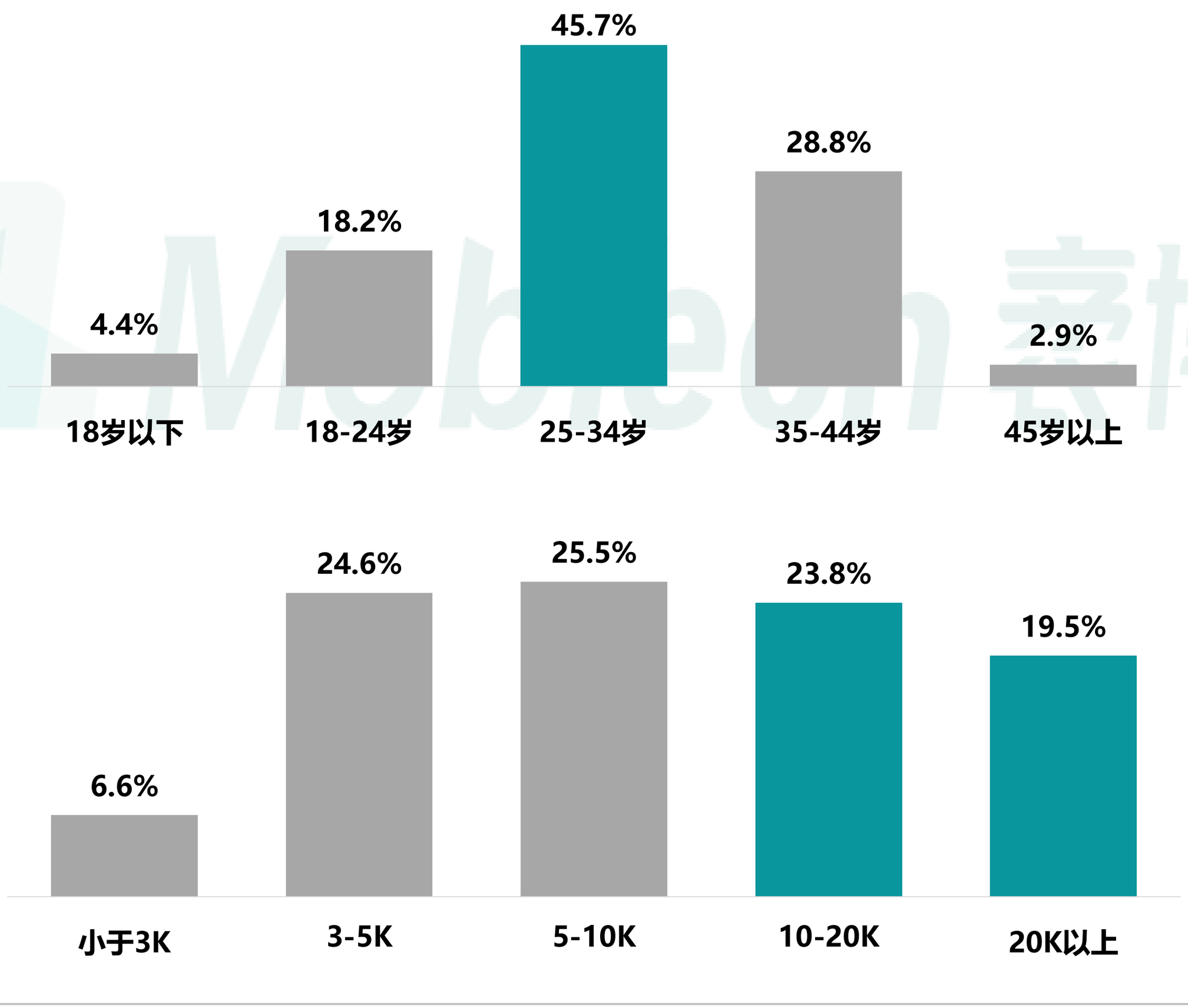


Source：《2019年中国滑雪产业白皮书》，MobTech，2020.12，2015-2020

85后专属的“贵族”运动?

滑雪人群年龄集中在25-34岁，收入集中在10K以上。这部分人收入相对较高，消费升级意愿较强

滑雪人群年龄及收入分布

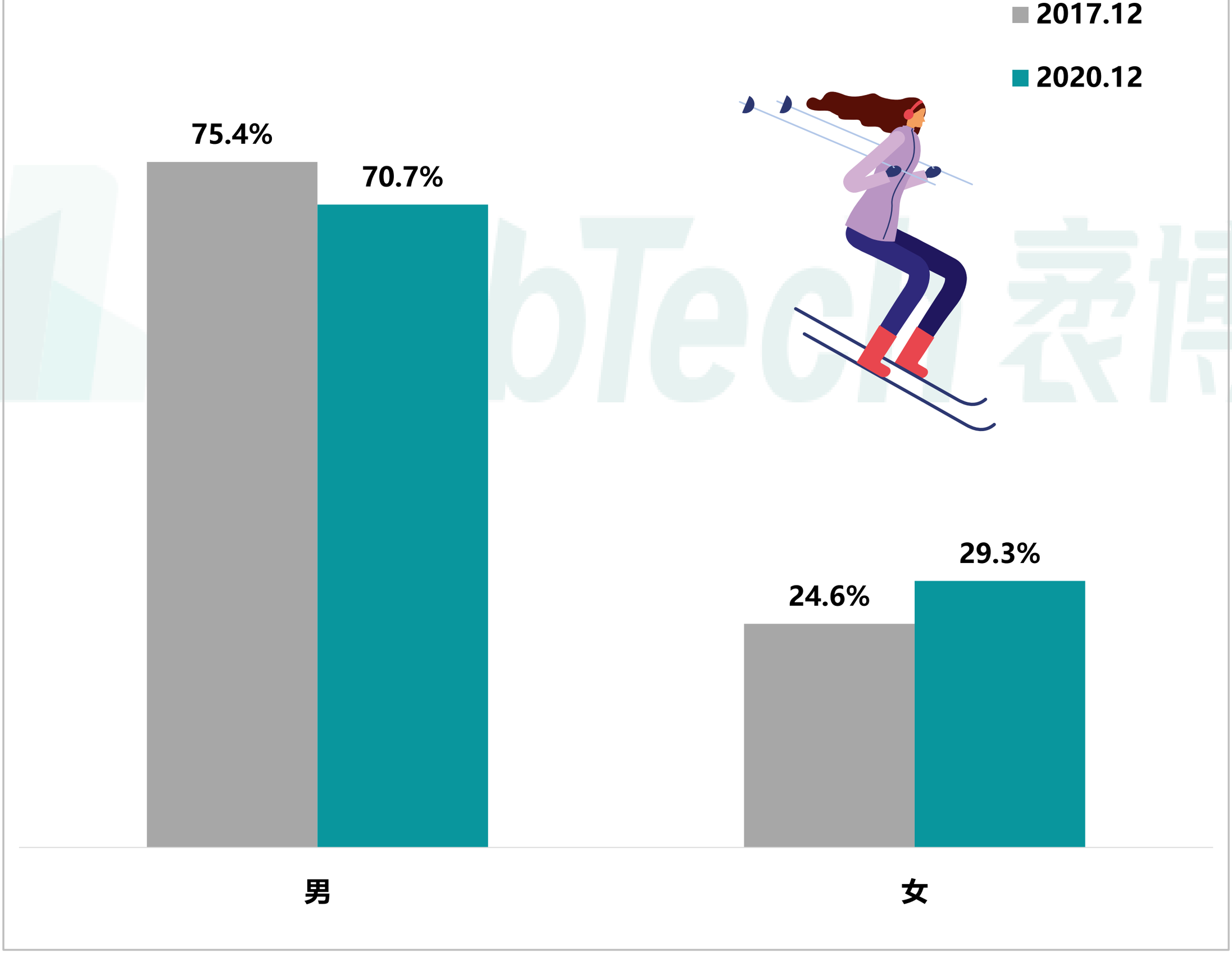


Source：MobTech，2020.12

男性的主战场，女性不足三成

作为危险系数较高的户外运动，滑雪运动更受男性的欢迎，男性占比超7成，而女性占比不足3成

滑雪人群性别分布



Source：MobTech，2017.12，2020.12

近四成来自于一线城市

滑雪人群的城市等级呈现阶梯式分布，近四成聚集于一线城市，这部分人最快接触前沿消费潮流、对新事物最具探索欲

滑雪人群城市等级分布



Source：MobTech，2020.12

滑雪人群画像总结：都市高薪商务男

滑雪人群主要特征：男性，一线城市，月收入10K以上，商务差旅人士居多

滑雪人群画像总结



性别： 男

年龄： 25-34岁

城市： 大都市

月收入： 10K及以上

人群细分： 商务人士，出差频率高，热衷旅游、理财

个人宣言： 身处繁华大都市，每天为了工作奔波，一年跟朋友们滑雪场聚个一两次，刺激！

Source：Mob研究院整理

目录

CONTENTS

1 中国滑雪行业大环境分析

2 中国滑雪产业价值分析

- 滑雪场及运营分析
- 滑雪装备分析
- 滑雪培训分析

3 中国滑雪人群大数据分析

4 中国滑雪行业未来趋势分析

滑雪场—将向全季运营发展

因为对自然环境的严苛要求，滑雪运动受季节影响较大。未来，滑雪场突破季节限制实现全季运营为必然趋势

国内滑雪场全季运营发展现状

国内雪场全季运营目前遭遇的障碍

内部障碍

01 投资成本高

项目庞大，投资成本高且投资回报期长

02 硬件设施不到位

国内硬件设施的建设尚不到位，难以对标国外全季运营较为成熟的雪场

03 交通条件受限

由于雪场对环境的要求，选址多在偏僻的山区，交通较为劣势



外部限制

01 整体行业及相关产业仍需发展

滑雪行业整体仍处于发展期，运营模式等尚不完全成熟，相关产业也仍处于建设期

02 区域经济及消费水平亟待提高

雪场区域整体经济及消费水平仍需发展

03 社会关注度尚不足

雪场旅游目前仍较为小众，社会关注度尚不足，急需扩大影响力

国内雪场开展的部分非雪季经营项目



越野山地自行车



丛林真人CS



山地高尔夫球场



登山徒步



水上项目

Source：Mob研究院整理

滑雪赛事—未来市场将突破300亿

近年来，滑雪赛事产业快速增长，各类型比赛、赞助商数量保持增长，社会关注度不断提高，未来市场规模将突破300亿

2014-2025年中国滑雪赛事市场规模

单位：亿元

俱乐部	赛事IP培养
赞助商	门票销售
转播权	……



Source：Mob研究院根据自有模型测算

冰雪小镇生态圈正加速形成

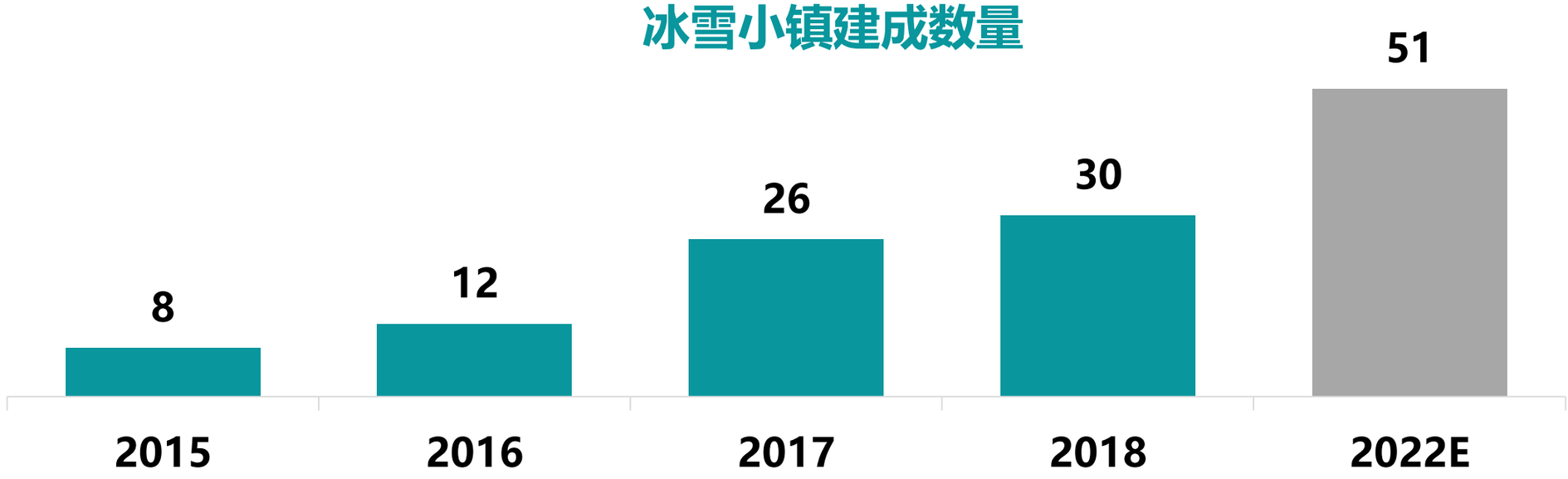
未来融合运动、度假、商业等多种业态的冰雪小镇将加速形成，经济效益巨大，预计2022年冰雪小镇数量将突破50个

冰雪小镇介绍及建设情况

冰雪小镇运营结构



冰雪小镇建成数量



Source：《2019年中国冰雪行业白皮书》，Mob研究院整理

免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合MobTech监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与MobTech无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

Mob研究院

全球领先的数据智能科技平台

关注我们

研究报告合作

周女士

zhoufang@mob.com