

经济日报携手京东发布数据——

冰雪装备迎“冬”风

冰雪运动装备大受欢迎

随着冬奥会的到来，冰雪运动装备成为消费者新宠

冬奥会开幕前1个月
冰雪运动装备销售额
同比增长情况



不少冰雪运动都是专业性很强的项目，对器材的要求很高。随着运动技能和水平的提高，消费者的运动配套产品也往往会随之升级。从租用到自己购买平价货，再到成为“装备狂”，是很多冰雪爱好者的必经之路。因此，冰雪消费专业化是一个明确的发展方向，其中有很多细分和垂直领域的商机，值得品牌商、制造商深耕。

在冬奥会的加持下，冰雪服饰及器材需求充分释放

南方地区消费者更偏爱冰雪运动服装，北方地区消费者更爱买冰雪运动器材

2021年冰雪运动器材销售额增长TOP5省份



不同性别对冰雪运动服饰的偏好差异不大，但女性对器材的偏好高过男性



2021年男性冰雪运动服饰及器材销售额增长率



2021年女性冰雪运动服饰及器材销售额增长率



冰雪运动的服装和装备消费具有鲜明的地域和人群差异。服装是参与某项运动最基础的需求，因此冰雪运动服装消费会在这项运动还处于萌芽和成长初期的省份表现出更强活力。随着该项运动的渗透率提升、参与人数增多，以装备为代表的专业需求会有明显提升。相关企业在区域布局时就要因地制宜，用符合当地冰雪消费需求的产品和服务赢得市场。

滑雪“高手”主要集中在北方地区，新疆、河南占比最多

2021年滑雪“高手”占比TOP5省份



2022年北京冬奥会盛大开幕，冰雪运动的热烈氛围逐渐达到顶点，冰雪运动相关商品也成为最热销的“新年货”。

数据显示，今年以来，冰雪运动装备成交金额同比增长135%，冰雪运动装备成交数量同比增长108%。冰雪运动已成为全民健身新时尚，冬奥加持让冰雪运动装备更受欢迎。

不同的细分项目产生了对运动装备的不同需求。以滑雪为例，单板滑雪以特有的滑行方式和潮流穿搭，形成了独特的单板文化，逐渐成为潮流的代名词，极大刺激了潮流运动服装服饰消费；双板滑雪则往往走向技术流，酷爱双板的消费者会购买更多高端、专业设备和器材。相关企业可以根据消费者偏好，有针对性地进行产品布局 and 营销。

享受冰雪乐趣，护具也是必需品。消费数据显示，近半冰雪运动爱好者都会购买护具。其中，滑雪护具、滑雪镜、面罩/头套等是最受欢迎的品类。

随着参与冰雪运动的人数增多，具备中高级运动水平的人也越来越多。从购买入门级的冰雪服饰，到挑选更加专业的冰雪器材，进而成为装备达人，冰雪运动消费结构不断优化升级，消费者对冰雪运动器材装备的实用性、观赏性、专业性都有了更高要求。

为迎合消费者不断增长的冰雪消费需求，我国冰雪运动装备器材生产制造也在不断升级。2022年，中国冰雪装备器材产业预计年销售收入超过200亿元，年均增速在20%以上。产品从无到有，品牌从有到优，提升从量到质，相关企业通过优质材料以及不断创新的研发设计，给消费者提供了多样化的选择。从服饰护具类逐渐延伸到设备、器材领域，冰雪装备的专业性和装饰性也在努力实现齐头并进，力求让业余爱好者和职业选手都能找到适合自己的产品。

除了运动装备器材，冰雪相关服务也有很多发展机会。例如，各类室内滑雪场、滑冰场通过开展培训，打破了季节限制，让消费者在任何季节都能提升运动技能、享受冰雪乐趣。

以冬奥会为契机，在“全民上冰雪”热潮带动下，我国冰雪运动相关产业正迎来飞跃式发展。相关企业要借力冬奥东风，大力培育自主品牌和知识产权，培养消费者对“中国制造”的忠诚度，加强原创性技术和核心技术，提供更优质的冰雪服务，打造具有国际竞争力的企业和品牌。

(作者系京东零售V事业群营销运营部总经理)

冰雪

康博

说数



更多内容 扫码观看