

我们一起滑雪吧

本报记者 宋美倩 通讯员 张 洁

消费价格亲民

有着近30年教练经验的石家庄圣亚滑雪学校校长李彬告诉记者，他的老家哈尔滨气候寒冷，冬季冰雪季较长，是中国冰雪运动最早的发起地之一，他早年一直在哈尔滨做教练。“在中国，冰雪运动以前并不普及，大家都觉得这是一项奢侈运动。现在情况不同了，随着人们收入及消费水平的提升和冰雪运动的普及，冰雪运动场所逐渐多起来，入场门票也由三五百元下降到了二三百元，教练费用也由过去每小时800元下降到了150元；购买一套普通运动装备大概需要几千元，中等收入人群一般能够接受，这项运动已经开始大众化。”

随着中国冰雪运动的消费热潮南移，李彬将教练学校由哈尔滨开到了石家庄。他认为，西部长青冰雪小镇的设施不错，费用适中，非常适合群众性冰雪运动的开展。“滑雪门票价格相对公道，工作日、周末、法定节假日分别为150元、190元、230元，近年来政府给予每人50元价格补贴，门票价格进一步下降，这个价格水平对滑雪人群来说完全可以接受，因此来消费的人逐渐增多。”

冰雪运动的大众化，与政府的扶持、年轻人的消费热情是分不开的。石家庄市体育局通过向中小学发放滑冰公益体验券，开展让冰上运动走进校园、让校园滑冰课走进滑冰馆等活动，推进青少年冰雪运动。据了解，在不到一个月的时间里，已有6000人次参与了免费体验活动，这对冰雪运动的推广普及有着非常重要的示范意义。

室内滑雪提速

在西部长青冰雪小镇室内滑雪场，记者遇到了一群来自济南的年轻人。其中的尚荣智告诉记者：“青年人聚在一起，除了工作、学习、娱乐之外，体育锻炼也是一个很重要的内容。冬天雪场多的时候，我们会选择上东北或者去崇礼。夏天雪场少，石家庄的西部长青冰雪小镇就成了首选。这里的环境不错、雪质不错，价格也不贵，我们每周都来。”他们表示，目前国内的室内雪场还比较少，“如果人口比较多的大城市都像石家庄一样建设一两个室内滑雪场，在夏季我们想要享受冰雪运动的乐趣就不用像现在这样远距离奔波了。”

从2017年申办冬奥会成功以来，河北省采取了一系列措施，积极推进群众性冰雪运动的发展。截至目前，河北省已成功举办了两届全省性冰雪运动会，实现了全省县级以上冰雪运动会、室内滑冰馆、冰雪运动协会、冰雪联赛和冰雪运动进校园“五个全覆盖”，同时对全省冰雪运动场所实行价格补贴。其中石家庄市的22个县（市、区）共建有9个真冰馆、13个仿冰馆，一些地方还通过政府购买服务来组织赛事和培训，有力推动了冰雪运动的推广普及。据统计，河北省参与冰雪运动的人数在2020年末已经达到了2200万人；预计到今年年末，将实现带动全省3000万人参与冰雪运动的目标。



图① 今年8月，中国冰雪大篷车开进秦皇岛，在老君顶景区内，游客体验速滑训练板。

图② 在河北省石家庄市西部长青滑雪场体验滑雪运动的孩子。

8月15日上午，河北省石家庄市居民张灿带着两个女儿驱车十余公里来到位于该市鹿泉区的西部长青冰雪小镇室内滑雪场学习滑雪。张灿告诉记者：“滑雪不仅新潮时尚，而且对身心健康都有益处。特别是在夏季，滑雪可将消暑纳凉和锻炼身体有机结合。经过实践和筛选，我决定长期保留这一运动项目。孩子们平常每周来上一次课，寒暑假期间隔天来一次。”

和张灿一样，喜欢冰雪运动的人不在少数。西部长青冰雪小镇经理刘研告诉记者：“通过近10年的市场培育，西部长青冰雪小镇名气越来越大，参与人员越来越多，运动群体已经覆盖了华北和中原两个地区，年接待量超过20万人次。”

冬奥点燃激情

据刘研介绍，冰雪小镇主要包括室外滑雪场、室内冰雪馆、托斯卡纳风情商业街和度假酒店。这里的室外滑雪场设有高、中、初级雪道和索道、拖牵、魔毯等设施设备，雪道长度2000余米；室内滑雪场面积14000平方米，雪道长度230米，戏雪区设有冰雕、城堡、雪圈道等景观配套设施。为满足不同人群的需求，冰雪小镇还配套了2000

多套冰雪运动个人装备，使这里成为一处四季滑雪、昼夜滑雪、亲子戏雪的理想场所。

“冰雪小镇刚建好的时候，国内冰雪运动正处于萌芽状态，了解这项运动的人员并不广泛。当时的冰雪运动是一个‘烧钱’项目，配齐一套中档单板滑雪装备，至少需要一万元以上的投入，再加上雪场建设及运维费用较高，入场门票少说也得三五百元，消费人群并不广泛。”2017年，我国申办冬奥会，点燃了人们冰雪运动的激情，形成了一个全民了解冰雪运动、参与冰雪运动的浪潮。冬奥会申办成功后，国家积极推动“带动3亿人参与冰雪运动”的目标，通过各种活动对全民冰雪运动进行组织和补贴。河北省不仅进行广泛的宣传动员，而且给予每位滑雪者50元的门票补贴，为群众性冰雪运动的规模化、规范化发展提供了契机。“来冰雪小镇参与运动的人数成倍增长，小镇年销售收入达到3000万元左右。”刘研说。

北京游客李向明对记者说：“从2017年申办冬奥会开始，我喜欢上了冰雪运动。过去对这项运动不是很了解，不知到哪里买装备、哪里有雪场、去哪里找教练。申办冬奥会后，各地出现了许多不错的冰雪运动基地。其中，西部长青冰雪小镇不仅各项设施完善，而且还有室内滑雪场，我夏天经常来这里滑雪。”

国产运动品牌何以破圈

东京奥运会落下帷幕，中国代表团获得了本土以外奥运会的最好成绩。与此同时，国产运动品牌也借助奥运东风实现品牌破圈。据相关机构统计，2020年国产运动品牌销售额同比增长365%。

国产运动品牌的市场爆发之势引人注目。数据最有说服力，阿迪达斯近日公布的财报显示，在各大城市市场里，二季度只有大中华区收入不及去年同期，下降15.9%。阿迪达斯CEO称，中国消费者已经偏向中国本土品牌而不是全球品牌。而李宁发布的半年业绩报告显示，今年上半年实现净利润19.62亿元，同比增长187.18%；安踏上半年实现净利润同比增长131.6%。

是什么让国产运动品牌迅速“破圈”成为顶流？一方面，国产运动品牌质量稳步提升，成为其不断圈粉的硬核要素。Made In China撕掉了劣质、廉价等标签，高质量、高性价比的产品不断涌现，凭借好用好看却不贵等特点，逐步树立起中国品牌的影响力，让消费者重新认识了“中国造”。另一方面，人们的消费观越来越成熟，尤其是年轻消费者，以平视的眼光看待世界，不再盲目迷信国外品牌，对国产运动品牌的认同感越来越强。愿意支持国货，这既是他们的理性选择，也是他们的情感流露。“以国为潮”的消费心理形成一种趋势，促进了国产品牌的发展。此外，全民健身意识日新月异，逐步培养起人们的体育消费习惯，在运动健身上越来越舍得花钱。

前不久，国务院印发《全民健身计划（2021—2025年）》明确提出，到2025年，经常参加体育锻炼人数比例达到38.5%，带动全国体育产业总规模达到5万亿元。可以预见，体育市场的活力和体育消费的热情将不断被激发。那么，“涨势如虹”的国产运动品牌能够成为引领潮流的中坚吗？

本土品牌应该以更优质的服务报答市场。对企业而言，要进一步提升品牌竞争力，做到内外兼修，才能行疾如风。当前，与国外品牌相比，国产运动品牌在产品设计等方面仍有待提高，要坚持科技创新，不断提升设计及创新能力，实现设计和技术上的“破圈”，在文化上找到植根点，让外观更潮，自身竞争力更强。另外，要专注练就过硬内功，把产品和服务做得更扎实，并分析预判当下消费者的审美趣味，围绕需求创新供给，真正做出引领潮流且性价比高的产品，形成持续长久的发展动力和竞争力，而不是在国潮的水面上过把网红瘾。

再过半年，我们就要迎来北京冬奥会。期待本土运动品牌把握新一轮机遇，努力让品质更优、专业性更强的爆款持续“破圈”，用产品塑造品牌形象，让国潮成为世界潮。

市场瞭望

本版编辑 康琮艳 美编 夏 祎

信阳毛尖成“网红”

本报记者 夏先清 通讯员 董 勇

探访特色产品消费

河南省信阳市浉河区，年近七旬的国家级制茶大师周祖宏反复琢磨着一件事——为什么一个饱经世事的工匠老人，却斗不赢一个初出茅庐的小姑娘。

周祖宏所谓的“对手”，就是他24岁的外孙女肖珺景。2019年，肖珺景从郑州大学毕业回到村里。作为茶人世家的后代，她用先进的理念担起了“网络直播销售信阳毛尖”的重任。

“自尝试电商营销以来，茶叶产品从传统的大袋（盒）茶变成了精致独立的小包装产品，便捷化和品牌化优势也逐步呈现出来。”谈到自己创立的信阳毛尖品牌——珺景与茶，肖珺景眼睛里闪烁着青春的光芒。

如何提振信阳毛尖的知名度和影响力？她决定试水网络电商销售。

为了让传统技艺与互联网科技比翼齐飞，她通过在社交媒体推送原创文章、网络视频传播、直播带货等方式，讲解茶历史、推广茶文化、科普茶功效，努力让信阳毛尖绿茶的销售渠道和品质内涵取得新拓展。正是由于“网红”肖珺景对信阳毛尖茶的热爱和专注，她的作品吸引了很多年轻消费群体，也引发了多家媒体的关注。

肖珺景怎么也想不到，就连外国友人对她的茶叶品质也好评如潮。6月9日，河南省文化和旅游厅及信阳市发起的“发现丝路最美茶乡”活动在浉河区启动。多国驻华大使和参赞品尝了肖珺景家的手工茶，不仅对她的茶艺表演赞不绝口，还纷纷通过抖音平台网购了茶叶伴手礼。

在推动家乡优质农产品走出去的过程中，河南省信阳市昌东商贸有限公司总经理程继东同样搭乘上了互联网快车。信阳毛尖经销商陈珍军说：“我们一直在郑州做‘信阳毛尖’



近年来，信阳市浉河区茶产业持续壮大，信阳毛尖品牌价值达到71.08亿元。

董 勇摄（中经视觉）

的电商销售。由于产品质量有保障，网友的下单量势头很强劲，销量异常红火。”

“我们通过‘线上+线下’模式，与天猫、京东、大润发、丹尼斯等多家商超品牌建立了多渠道、深领域的合作，开启了新零售模式。另外，我们与大品牌电商平台联手开启了线上直播。通过网络订单，我们还把茶远销到非洲、欧洲等地的‘一带一路’沿线国家。下一步，我希望通过电商直播充分发挥信阳毛尖的品牌效应，让信阳毛尖卖出河

南、卖到全国、卖到世界。”程继东说。

依托独特的资源优势和良好的区位优势，浉河区成立了电商办，联合多家快递企业推动茶产业发展，从线上品牌推广、线下物流保障等渠道开展合作，并在采茶乡镇茶叶市场设立快递直投站点，打通信阳茶销售最后一公里。随着浉河区在线企业活跃店铺数量和线上营业额的快速增长，该区还将打造电商实训基地，开展电商现场培训、直播及孵化等工作，为全区电商发展培育人才、积蓄力量。