

经济日报携手京东发布数据——

冬奥会带旺冰雪消费



冰雪运动的

冬奥会这股东风，我国冰雪消费市场不断丰富，冰雪产业持续壮大，整个市场充满勃勃生机。特别是随着消费者冬季健身意识增强，冰雪运动的消费显著增长，冰雪运动相关品类更是成为最热销的“新年货”。

数据显示，1月9日以来，广西、安徽、云南、湖北和湖南成为年货节期间冰雪消费增速最快的省份，同比增幅均超过4倍；北京冬奥会开幕前1个月，冰雪器材成交金额同比增长107%，冰雪运动服装同比增长99%，冰雪运动护具同比增长41%。这个春节，大家都迫不及待穿着新的滑雪服、带着新的滑雪用具奔赴雪场，用“速度与激情”开启新的一年。

冰雪运动发展至今，堪称一部“破圈”史。从传统的北方冰雪运动大省，到广东、浙江、四川等新兴冰雪运动大省，随着冬奥会带动中国冰雪体育产业快速增长，冰雪运动一路向南渗透。不过相较于北方地区，南方在场馆建设上没有地理环境优势，建设和运营成本较高，消费价格往往高于北方，因此冰雪运动的南移，也是从经济较为发达的省份开始逐步升温。例如，广东、浙江等省份已具有较强冰雪运动基础。其中，广东主要以室内滑雪培训场馆入手，降低消费者参与门槛；浙江则配合服务产业推进冰雪度假。这些南方省份的冰雪产业发展经验有望借鉴给其他地区，进一步推动“南方人上冰雪”。

从个人冰雪体育运动，到全家齐上阵的冰雪娱乐。越来越多的儿童坐上滑雪车，尝试冰雪运动的乐趣。当前，儿童冰雪运动领域仍是一片崭新的蓝海，随着儿童装备器材、娱乐设施、培训机构包括相关赛事等一系列产业链日趋完善，冰雪运动将会拥有更广泛的群众基础。

从北方人群占据主导地位到全国各地开始兴起冰雪热，这是冰雪运动逐渐普及、冰雪爱好者不断扩容、冰雪相关产业快速发展互相推动的结果。冰雪产业者可以积极入局抓住机遇，借助冬奥的火热时机提高产品质量、服务质量，做好产业联动，打造适合不同等级爱好者的冰雪运动消费场景，既能降低大众参与冰雪运动的门槛，又能转化出一批稳定的、有黏性的冰雪运动消费者。

相信在这些积极因素的助推下，未来的冰雪运动会进一步突破人群、季节、地域等的限制，在更大规模上实现“全民上冰雪”。

(作者系京东集团副总裁、京东零售V事业群负责人)

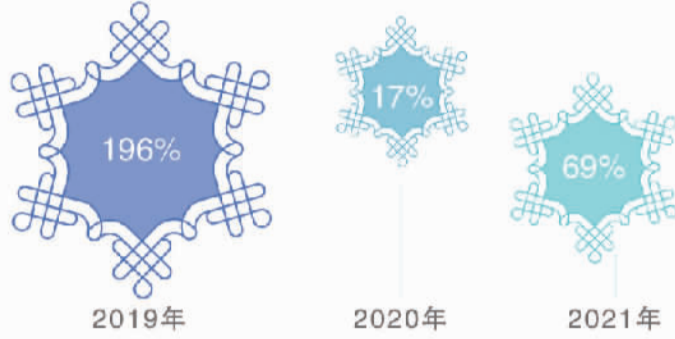
说数

韩瑞
出圈
路

冰雪运动吸引力大大增强

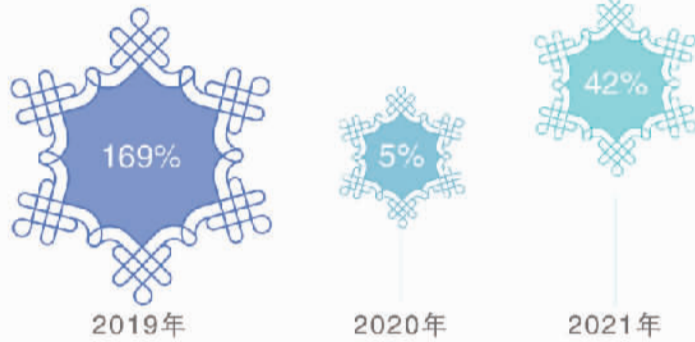
冬奥会带动冰雪相关消费增长明显

▼ 冰雪运动消费金额同比增长



消费者冬季健身意识增强，冰雪运动渗透率大幅攀升

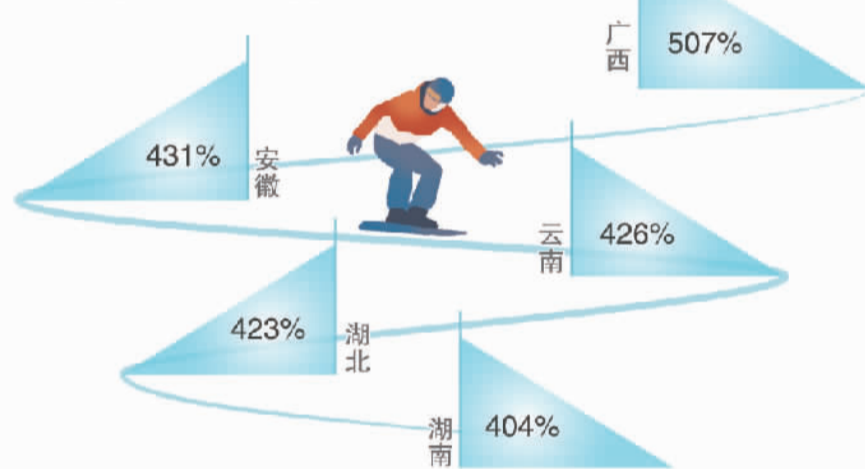
▼ 冰雪运动渗透率增速



受冬奥会影响，冰雪运动热度在全国各地持续升温，冰雪运动消费增长显著。随着消费者冬季健身意识增强，冰雪运动正从“小众”走向“大众”。商家可以紧抓冬奥会这股东风，持续深挖冰雪运动带来的消费潜力，在产品功能、售后服务、场地建设等方面下功夫，打造更具个性的冰雪消费场景。

冰雪运动南移趋势明显

▼ 冬奥会开幕前1个月冰雪消费金额增速TOP 5省份



浙江和四川等已经成为全国最有冰雪运动群众基础的南方省份

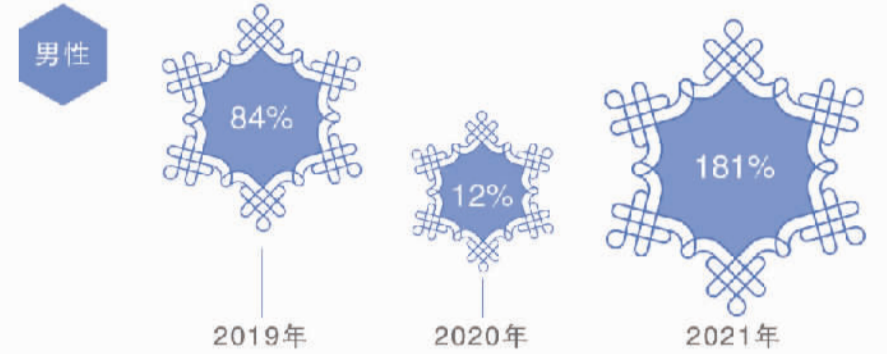
▼ 2021年冰雪运动参与用户最多的省份TOP5



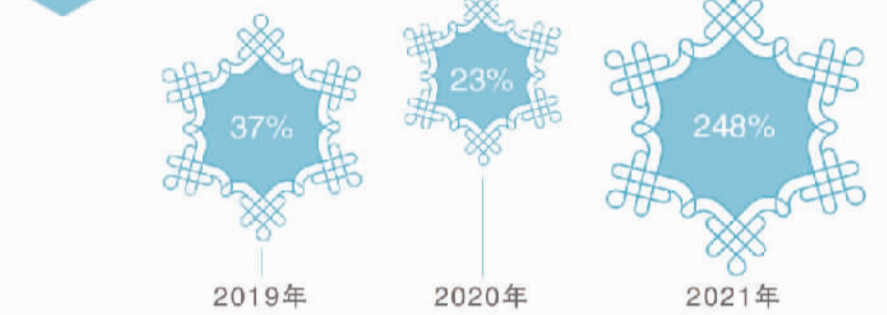
哪些人热爱冰雪运动

冰雪运动人人爱，尤其受女性欢迎

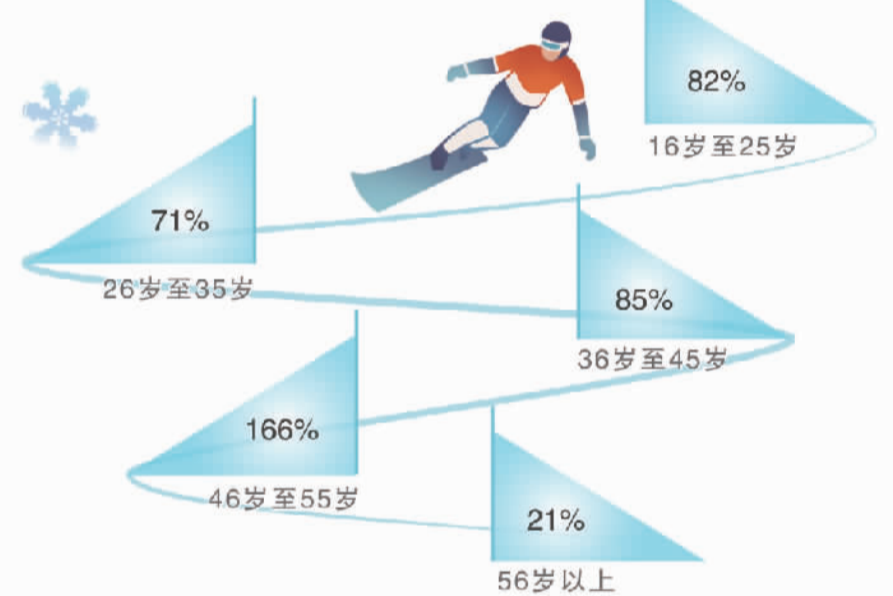
▼ 不同性别冰雪运动消费金额增长率



女性



▼ 2021年各年龄段人群冰雪消费金额同比增速



冬奥会推动了人们对滑雪装备的消费。从不同年龄层的用户看，46岁至55岁的中年人消费能力强，消费增速最快，同比达到166%。26岁至35岁的年轻人对滑雪运动热情最高，虽然消费能力略差，但增幅超过了71%。针对不同人群，商家可以通过不同的营销策略，把消费者留下来，让冰雪消费热再“旺”一些。

冰雪相关商品热卖

在冬奥会的带动下，冰雪行业发展潜力持续增大

▼ 冬奥会开幕前1个月冰雪相关商品成交额同比增速

▼ 冬奥会开幕前1个月冰雪相关商品成交额占比



更多内容 扫码观看