

说数

在这里读懂中国消费

# 全民乐享冰雪运动

朱双健



## 冰上运动产品消费

米兰冬奥会刚落下帷幕,全国无论南北方,冰雪运动发展势头强劲。从户外雪场到室内场馆,从专业运动员到广大民众,我国冰雪运动参与人次显著增长。《中国冰雪旅游发展报告(2026)》显示,2025年我国冰雪经济规模已超1万亿元,相关企业超过1.4万家,同比增速达11%。

从运动产品消费数据看,冰上运动消费仍高度集中于传统冰雪省份。黑龙江、吉林、辽宁等省份冰上运动产品成交额占比合计超50%,其中黑龙江以30.6%的占比稳居首位,反映出冰雪文化、场地设施与消费习惯的深厚基础。

乌鲁木齐、阿勒泰、吉林等多地放“雪假”,将地方特色资源禀赋和学校放假时间有效衔接,与降雪高峰季节匹配,不仅提升了冰雪消费氛围,还促进了跨区域旅游,带动冰雪产业消费增长。在“雪假”和配套政策带动下,东北和新疆的多个城市旅游热度攀升,把“冷资源”

转化为“热流量”的同时,不仅创造了可观的旅游发展增量,更孕育着消费升级、产业提质、从业者增收的新契机。

从“不出山海关”到“逐步下江南”,缺雪的南方成为冰雪消费增长新动能。《2024—2025中国滑雪产业白皮书》显示,2024至2025冰雪季,全国滑雪人次达2605万,其中,浙江、湖北、广东、四川4个南方省份跻身滑雪人次前10名。室内滑雪场爆发式增长,数量从2013至2014冰雪季的5家猛增至2023至2024冰雪季的59家,且主要分布于南方城市。

除了参与冰雪运动的人数不断增长,南方消费者的冰雪消费也从“体验式消费”转向“常态化运动”。冰雪运动装备消费增长较快,浙江、上海、江苏等省份的冰上运动产品成交额同比增速位居前列,其中浙江同比增长达5倍、上海达3.2倍。在越来越多的南方城市,滑雪正以一种更日常的方式融入人们生活。

近期有不少人发现,在12306购买部分地区高铁车票时,车次后面多了个“雪”字。这个看似简单的标识背后,藏着中国铁路一项全球领先的创新服务——“雪具便利行”。旅客购票后只需在“雪具服务”专区预约,支付48元至98元服务费,就能享受专属安检通道和列车雪具存放区。以往雪友最头疼的就是如何把滑雪板运到雪场,现在高铁服务直接解决了这个痛点,破解了冰雪经济“最后一公里”的运输瓶颈,为方便滑雪旅客出行迈出第一步。

冰雪消费的爆发式增长,正推动行业从粗放向精细转型,唯有在服务上做足“细功夫”,才能吸引游客、抢占先机。未来,随着冰雪消费场景不断丰富,冰雪产业持续升级,基础设施日渐完善,冰雪运动将突破地域与季节限制,成为全民共享的生活方式。

冰上运动产品成交额同比增速TOP5省份

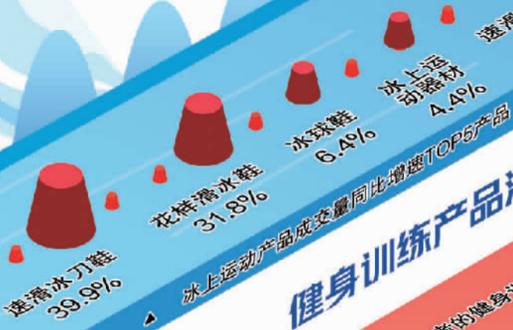
河北 192% 山东 249% 江苏 249% 上海 3.2倍 浙江 5.0倍



冰上运动产品成交额占比TOP5产品

冰上运动产品成交额占比TOP5省份

黑龙江 30.6% 吉林 11.9% 山东 11.3% 北京 10.2% 辽宁 9.1%



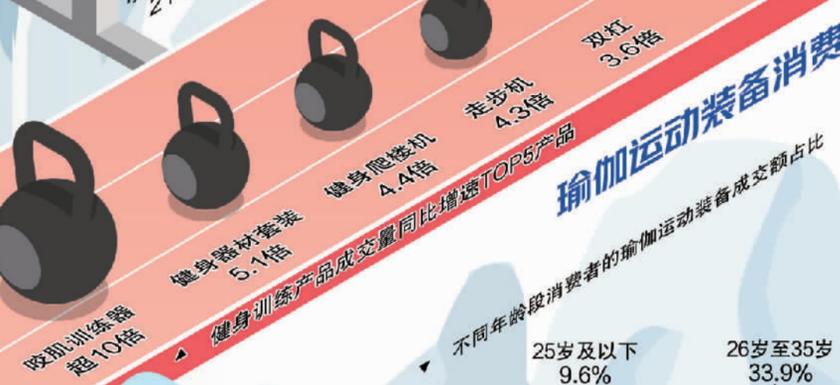
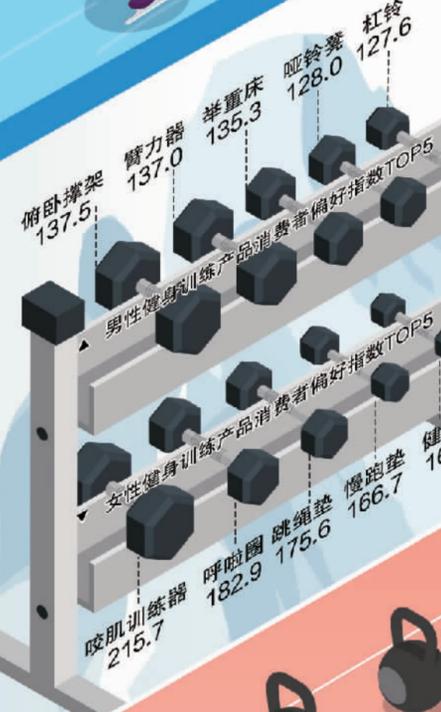
## 健身训练产品消费

不同性别消费者的健身训练产品成交额占比

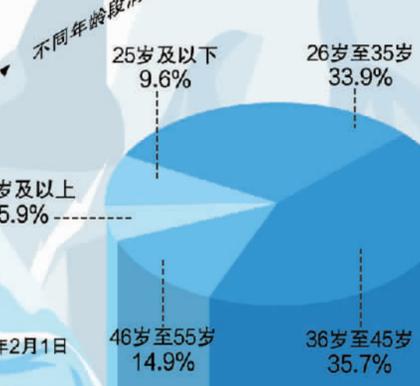
女性消费者 34.3%  
男性消费者 65.7%



健身训练产品成交额占比TOP5产品



## 瑜伽运动装备消费



瑜伽运动装备成交量同比增速TOP5产品  
十字形体棍 152%  
瑜伽砖 82%  
瑜伽拉力带 70%  
普拉提器械 68%

瑜伽运动装备成交额占比TOP5省份  
广东 15.1% 北京 12.9% 四川 6.3% 江苏 6.2% 山东 6.0%



数据周期: 2025年12月1日至2026年2月1日