



[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

# 2021年 中国冰雪行业研究报告

2021 China Ice and Snow Industry Cooperation Report

2021中国冰雪業界の研究報告

报告标签：冰雪、冰雪装备、冰雪体育、冰雪旅游

报告主要作者：梁秋兰

2021/03

# 头豹研究院简介

- ◆ 头豹是**国内领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商**。围绕“**协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播**”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：数据库服务、行企研报服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务，以及其他企业为基础，利用**大数据、区块链和人工智能**等技术，围绕**产业焦点、热点问题**，基于**丰富案例和海量数据**，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



## 四大核心服务

### 企业服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

### 云研究院服务

提供行业分析师外派驻场服务, 平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

### 行业排名、展会宣传

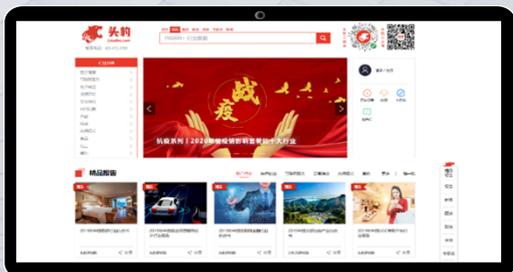
行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

### 园区规划、产业规划

地方产业规划, 园区企业孵化服务

# 研报阅读渠道

1、头豹科技创新网([www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)): PC端阅读**全行业、千本**研报



2、头豹小程序: 微信小程序搜索“**头豹**”、手机扫上方二维码阅读研报

3、行业精英交流分享群: 邀请制, 请添加右下侧头豹研究院分析师微信



图说



表说



专家说



数说



扫一扫  
实名认证行业专家身份

## 详情咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生: 13611634866

李女士: 13061967127



南京

杨先生: 13120628075

唐先生: 18014813521



深圳

李女士: 18049912451

李先生: 18916233114

# 概要

## 中国冰雪行业能否乘冬奥会的东风迎来良好的发展机遇？

2015年中国成功申办2022年冬季奥运会，为中国冰雪行业带来重大机遇，极大推动冰雪行业在中国的发展。冰雪行业是对冰雪资源开发、利用、整合而形成的特殊资源型行业，包括冰雪装备、冰雪体育、冰雪旅游等板块。在国家政策利好、经济稳步增长、居民人均可支配收入提高以及移动互联网技术发展成熟等多项因素的驱动下，未来冰雪行业市场规模将稳步上升，预计2025年将达到10,780.8亿元。中国冰雪行业市场参与者众多，细分领域企业竞争相对独立，整体冰雪行业内竞争格局相对稳定。

### 1. 系列利好政策出台，推动中国冰雪行业发展

- 为了达成申奥时提出的“三亿人上冰雪”的目标以及备战冬奥会，中国在冰雪场地设施规划和建设、冰雪体育人才培养等方面出台了一系列冰雪相关的政策，促进冰雪行业的繁荣发展。在政策助力下，2019年中国滑雪场馆已达到770个，预计2022年超过800个。

### 2. 中国冰雪装备逐步走向国产化

- 中国冰雪装备自主品牌较少，但随着各项利好政策发布，中国冰雪装备行业正加速发展，逐渐趋向国产化。中国国家体育总局等4部门发布的《冰雪运动发展规划（2016-2025年）》，提出扶持具有自主品牌的冰雪运动器材装备企业，鼓励企业开发拥有自主知识产权、可替代进口的产品，加快中国冰雪装备的国产化进程。近五年来，中国国产品牌的冰雪装备份额逐渐上升，预计未来五年内，造雪机的国产品牌份额占比超过50%，小型压雪车国产份额比例大于进口品牌，中国冰雪装备逐步国产化。

### 3. 中国冰雪旅游持续升温，冰雪小镇数量日渐增多

- 近五年，随着中国冰雪旅游持续升温，冰雪小镇热度不断提高。自2016年以来，利好特色小镇的系列政策发布，具有特色资源、区位优势的小城镇建设兴起，加之2022年北京冬奥会的临近，促使冰雪小镇加速发展，中国冰雪小镇数量逐渐增加，有望于2022年超过50个。

# 目录

## CONTENTS

◆ 名词解释	-----	08
◆ 中国冰雪行业综述	-----	09
• 定义与分类	-----	10
• 市场现状	-----	11
◆ 中国冰雪行业产业链分析	-----	13
• 产业链上游：冰雪装备分析	-----	15
• 产业链中游：冰雪场地资源、冰雪体育、冰雪旅游分析	-----	17
• 产业链下游：冰雪分销渠道与用户分析	-----	20
◆ 中国冰雪行业市场规模	-----	22
◆ 中国冰雪行业驱动因素	-----	24
• 宏观环境分析	-----	25
◆ 中国冰雪行业政策法规	-----	26
◆ 中国冰雪行业发展趋势	-----	28
• 冰雪装备逐步国产化	-----	29
• 冰雪赛事产业链逐步完善	-----	30
• 冰雪小镇数量将持续增加	-----	31
◆ 中国冰雪行业竞争格局	-----	32
◆ 中国冰雪行业投资风险分析	-----	34
◆ 中国冰雪行业上市企业	-----	36
◆ 中国冰雪行业投资推荐企业	-----	38
◆ 方法论	-----	41
◆ 法律声明	-----	42

# 目录 CONTENTS

◆ Terms	08
◆ China Ice and Snow Industry Overview	09
• Definition and Classification	10
• The Status Quo	11
◆ China Ice and Snow Industry Chain Analysis	13
• Upstream: Ice and Snow Equipment Analysis	15
• Mid-stream: Ice and Snow Field Resources, Ice and Snow Sports, Ice and Snow Tourism Analysis	17
• Downstream: Ice and Snow Distribution Channels and User Analysis	20
◆ China Ice and Snow Industry Market Size	22
◆ China Ice and Snow Industry Driver	24
• Macro Environment Analysis	25
◆ China Ice and Snow Industry Related Policy	26
◆ China Ice and Snow Industry Trend	28
• Ice and Snow Equipment is Gradually Domesticated	29
• The Industry Chain of Ice and Snow Events Has Been Gradually Improved	30
• The Number of Ice Towns Will Continue to Increase	31
◆ China Ice and Snow Industry Competitive Landscape	32
◆ China Ice and Snow Industry Risk Analysis	34
◆ China Ice and Snow Industry Listed Enterprise	36
◆ China Ice and Snow Industry Valuable Enterprise	38
◆ Methodology	41
◆ Legal Statement	42

# 图表目录

## List of Figures and Tables

图表1: 中国冰雪行业分类与特点	-----	10
图表2: 中国冰场与滑雪场概况	-----	11
图表3: 中国部分冰雪装备产业园区简介	-----	13
图表4: 中国冰雪行业产业链, 2020年	-----	14
图表5: 中国部分需进口的冰雪装备零部件, 2020年	-----	15
图表6: 中国冰雪装备价格与利润分析, 2020年	-----	16
图表7: 中国冰雪场地资源概况	-----	17
图表8: 中国冰雪体育行业概况, 2020年	-----	18
图表9: 中国冰雪旅游行业概况	-----	19
图表10: 中国在线旅游概况, 2020年	-----	20
图表11: 中国冰雪行业用户概况	-----	21
图表12: 中国冰雪行业市场规模(按产值计), 2016-2025年预测	-----	23
图表13: 中国冰雪行业宏观环境分析	-----	25
图表14: 中国冰雪行业相关政策, 2016-2021年	-----	27
图表15: 中国冰雪装备国产化概况	-----	29
图表16: 中国滑雪场设施概况, 2014-2019年	-----	30
图表17: 中国冰雪小镇概况	-----	31
图表18: 中国冰雪行业竞争格局概况	-----	33
图表19: 中国冰雪行业投资风险	-----	35

# 名词解释

- ❑ **冬奥会：**冬季奥林匹克运动会，简称为冬季奥运会、冬奥会，是世界规模最大的冬季综合性运动会，每四年举办一届。冬奥会由国际奥林匹克委员会主办，参与国分布在世界各地，包括欧洲、非洲、美洲、亚洲、大洋洲。第24届冬奥会将于2022年2月4日至2022年2月20日在中国北京和张家口举行。
- ❑ **冰雪季：**每年10月至次年4月。
- ❑ **凯夫拉：**Kevlar，美国杜邦公司研制的一种芳纶纤维材料产品，该种新型材料密度低、强度高、韧性好、耐高温，易于加工和成型，广泛应用于坦克、防弹衣、雪板等领域。
- ❑ **OEM：**Original Entrusted Manufacture，原产地委托加工，品牌商委托制造厂商生产某产品，产品生产后贴上品牌商的品牌，以品牌商的名义销售。在生产过程中，该产品所有的设计图纸都由品牌商自己负责，制造厂商仅负责生产。
- ❑ **OTA：**Online Travel Agency，在线旅行社，OTA行业中，旅游产品的代理商通过OTA平台向旅游用户提供旅游产品销售、信息搜索等服务。
- ❑ **GMV：**Gross Merchandise Volume，指网站一定时间段内的成交总额。
- ❑ **脱挂式索道：**架空索道的一种，吊车被弹簧控制的钳扣压在钢索上，当吊车到达车站，扣压钢索的钳松开，吊车减速后乘客可进出，在离开车站前，吊车被机械加速至与钢索同速度，吊车上的钳再次紧扣钢索而离开。
- ❑ **AI：**Artificial Intelligence，人工智能，研究、开发用于模拟和扩展人的智能的理论、方法、技术及应用系统的一门技术科学。
- ❑ **特色小镇：**依赖某一特色产业和特色环境因素（如生态特色）进行打造的具有明确产业定位、文化内涵、旅游特征和一定社区功能的综合开发项目，是产城乡一体化的新型城镇化模式。

# 01 行业综述

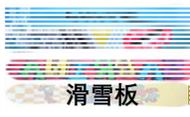
- 定义与分类
- 现状



# 中国冰雪行业市场综述——定义与分类

冰雪行业是对冰雪资源开发、利用、整合而形成的特殊资源型行业，包括冰雪装备、冰雪体育、冰雪旅游等板块。2022年冬季奥运会的申办成功，为中国冰雪行业带来重大机遇

## 中国冰雪行业分类与特点

	板块	简介	特点	细分	图片示例
冰雪行业	冰雪装备	在进行冰雪运动时所使用的服装、器材、配件、场地设备等的总称	是冰雪行业的重要组成部分，是开展冰雪运动的基础	<b>冰场、雪场装备及相关配件：</b> 制冰机、压雪车、造雪机、雪地摩托、灯光系统等 <b>个人冰雪装备：</b> 冰刀鞋、滑雪板、滑雪服等	 压雪车  滑雪板
	冰雪体育	泛指在冰上与雪地上进行的各种体育活动	主题多元化（包括高山滑雪、越野滑雪、冰球、冰壶、花样滑冰等）	<b>冰雪赛事：</b> 可分为专业运动竞技类赛事和大众娱乐类赛事，竞技类赛事的目标是培养专业运动人才，娱乐类赛事的目标是扩大冰雪运动影响范围，培养冰雪群众基础 <b>大众冰雪运动：</b> 指大众在冰上、雪地上进行的运动 <b>冰雪运动培训：</b> 对学习者的传递冰雪基础知识、冰雪运动技能、冰雪运动标准等冰雪相关知识与技能，有利于普及冰雪运动，同时发掘优秀冰雪运动人才，为冰雪比赛提供后备人才	 冰雪赛事  冰雪赛事  大众冰雪活动  冰雪运动培训
	冰雪旅游	以冰雪资源为主要旅游吸引物、使用户体验到冰雪文化内涵的所有旅游活动形式的总称	具有地域性、季节性和健身性等特点，属于生态旅游范畴	<b>观光类：</b> 冰雪自然景观、人文景观旅游产品，如冰挂雾凇、冰瀑、冰雕、雪雕等 <b>运动休闲类：</b> 使用户既达到休闲娱乐目的，又达到健身目的的冰雪旅游产品，如速度滑冰、高山滑雪等 <b>赛事类：</b> 通过举办各类专业或趣味性冰雪赛事（如花滑锦标赛等），完善景区设施和提升知名度	 冰雪旅游  冰雪旅游

来源：卡宾滑雪官网，魔法滑雪学院官网，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

## 中国冰雪行业市场综述——现状（1/2）

冰雪场地是发展冰雪运动的基础，目前中国冰雪场地存在数量少、规模小等问题，暂时无法完全满足大众的需求。随着中国大力推动冰雪行业的发展，冰雪场地的数量将持续提升

### 中国冰场与滑雪场概况

中国部分知名冰场

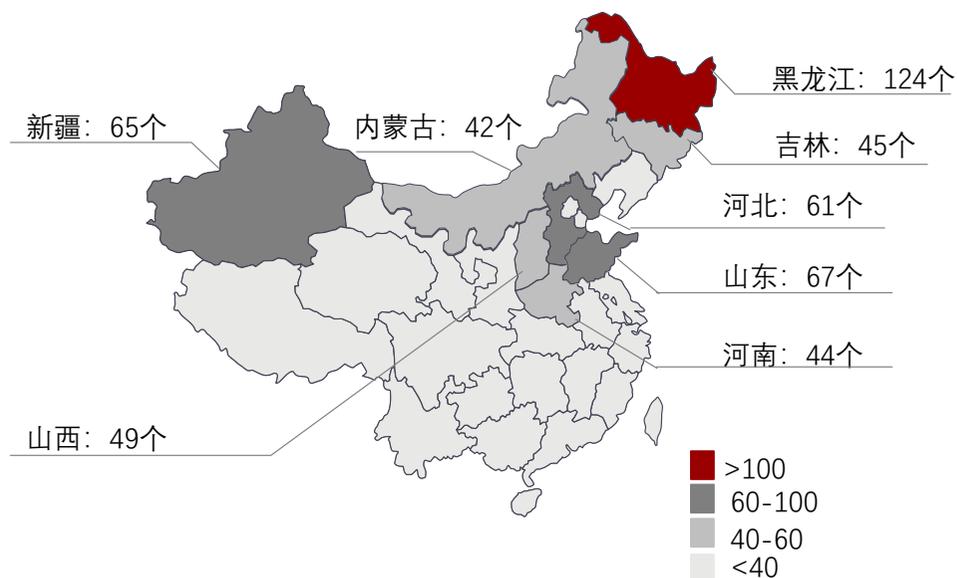
Logo	冰场	所属企业
	冠军冰场	北京零度阳光体育文化有限公司
	世纪星滑冰场	北京世纪星滑冰俱乐部有限公司
	喜悦滑冰场	喜悦天地（北京）体育管理有限公司
	冰纷万象滑冰场	华润深圳有限公司
	全明星溜冰场	武汉市全明星滑冰体育文化有限公司

在冰场方面，休闲、娱乐型冰场集中在东部经济发达城市，其选址以繁华、集客能力强的大型购物场所为主，占比约**55%**，而面向小众的冰场（如培训机构、学校等）占比约**45%**，集中在东北三省（辽宁省、吉林省、黑龙江省），是中国冰上体育项目人才的主要培养基地

来源：企业官网，卡宾滑雪，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

中国滑雪场分布，2019年



在滑雪场方面，北方城市在冰雪资源上有先天优势，雪季长，进行冰雪运动的气候条件优越，因此，中国滑雪场主要分布在北方。2019年滑雪场数量排名前三的省份为黑龙江（**124个**）、山东（**67个**）、新疆（**65个**）

## 中国冰雪行业市场综述——现状（2/2）

冰雪装备是进行冰雪运动的基础，目前中国冰雪装备行业总体规模较小，行业整体质量和高新技术含量整体较低。为推动冰雪装备行业的快速发展，中国各地区加快建设冰雪装备制造产业园区

### 中国部分冰雪装备产业园区简介

园区名称	所在地	发起时间	面积 (万m <sup>2</sup> )	计划投资额 (亿元)	发展重点	项目或入驻企业
北方军民融合山地冰雪装备产业园	张家口	2018-11	-	-	❑ 山地冰雪装备	-
中奥冰雪装备产业园	抚顺	2018-07	61	>13.0	❑ 高端冰雪装备	❑ 冰上运动综合馆 ❑ 三块石滑雪场 ❑ 宝泉滑雪场 ❑ 清原聚龙滑雪场
香坊冰雪装备制造产业园	哈尔滨	2018-01	24	20.0	❑ 雪板、滑雪鞋、雪服、冰上自行车等个人装备 ❑ 造雪机、压雪车、索道等冰雪场地装备 ❑ 体育器材、康复训练设备、运动休闲服饰等相关产业	-
京张奥卡宾冰雪产业园	张家口	2018-02	40	50.0	❑ 冰雪运动装备 ❑ 冰雪装备检验与检测、大型冰雪设备与器材生产研发、冰雪智能装备的生产	❑ 卡宾滑雪 ❑ 中索国游 ❑ 雪之妙滑雪 ❑ 宏达冶金
张家口高新区冰雪运动装备产业园	张家口	2017-06	29	14.7	❑ 滑雪服、雪板、雪镜、头盔等个人装备 ❑ 造雪机、压雪车等冰雪场地装备	❑ 法国MND集团索道生产项目 ❑ 瑞典万众之星冰雪产业项目
泰山高科技（冰雪）体育产业园	泰安	2017-01	46	9.8	❑ 碳纤维自行车 ❑ 冰雪运动装备 ❑ 高科技运动垫	❑ 自润滑超级冰面 ❑ 滑雪模拟器 ❑ 冰雪项目培训

### 描述

❑ **中国大力推动冰雪装备行业的发展：**为了抓住冬奥会契机，大力发展冰雪装备行业，河北、黑龙江、山东等地方政府纷纷提出建立冰雪装备制造产业园区，打造冰雪装备制造产业集群，意在通过集聚优秀的技术资源，进一步提高企业现有的冰雪装备技术，推动中国冰雪装备向中高端层次迈进。例如，张家口高新区冰雪运动装备产业园，依托产业发展，整合科研院校和知名企业的冰雪装备技术和资源，提升冰雪装备企业自主创新能力，有助于冰雪装备企业逐步实现从大型装备（如造雪机、索道）到个人装备（如雪服、雪板）的全产业链产品的设计、研发和生产，推动中国高端冰雪装备的发展

来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

# 02 产业链分析

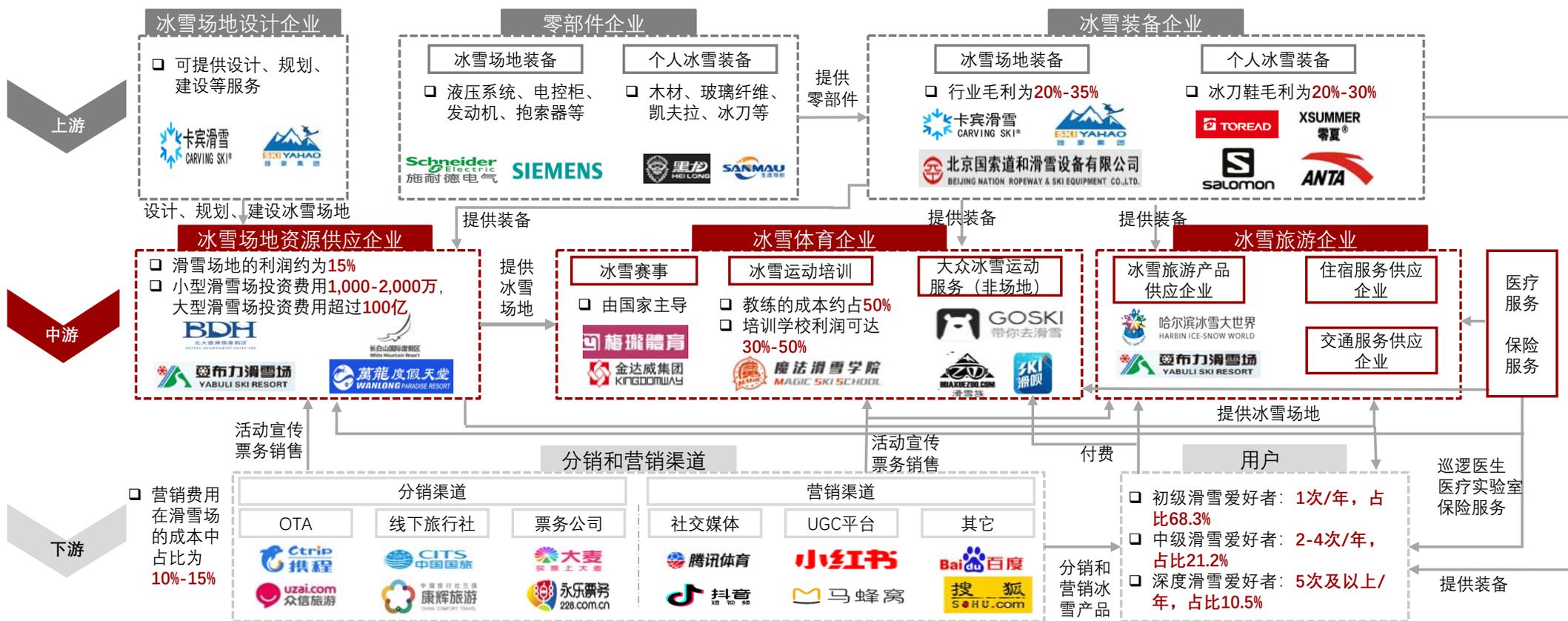
- 产业链上游
- 产业链中游
- 产业链下游



# 中国冰雪行业市场综述——产业链

中国冰雪行业产业链上游环节主体为冰雪装备零部件与冰雪装备供应企业，中游环节参与者为冰雪场地资源供应企业、冰雪体育企业、冰雪旅游企业等，下游环节主体是冰雪产品分销与营销渠道、用户

中国冰雪行业产业链，2020年



来源：企业官网，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

## 中国冰雪行业产业链上游——冰雪装备零部件

中国的冰雪装备零部件供应企业数量众多，可提供较为齐全的冰雪装备零部件，但部分冰雪装备的核心部件仍需进口，因此冰雪装备零部件供应企业的研发技术仍有待提高

中国部分需进口的冰雪装备零部件，2020年

头豹洞察

主要冰雪装备	主要零部件	零部件成本	图片示例
压雪车	包括液压系统、发动机、驾驶室、轮胎等，其中 <b>液压系统</b> 多为进口	<b>液压系统和发动机</b> 在造雪机的生产成本中，合计占比为 <b>50%-60%</b>	 液压系统
造雪机	主要原材料包括空气压缩机、喷嘴、核子器、机身框架、风机、电控柜等，其中 <b>最重要部件是空气压缩机</b> ，其质量决定着造雪机的造雪效果	<b>压缩机、核子器喷嘴</b> 等核心部件成本约占造雪机总成本的 <b>30%</b>	 核子器喷嘴
索道	主要原材料包括抱索器、吊厢、缆绳、迂回轮、电控柜等，其中 <b>核心部件抱索器、缆绳基本依赖进口</b>	索道的总体价格由原材料和索道的安装难度共同决定，其中， <b>索道的安装费用</b> 占比约为 <b>20%</b>	 缆绳
雪板	木材、钢板、凯夫拉（芳纶纤维材料）、聚酰胺、玻璃纤维等，其中 <b>木材、凯夫拉以进口为主</b>	<b>钢板、凯夫拉纤维、玻璃纤维材料</b> 共计占雪板生产成本的 <b>50%</b> 以上	 凯夫拉纤维
制冷系统	包括压缩机、控制器、冷媒泵等	制冷系统是滑冰场最重要的基础装备，其费用约占滑冰场总投资的 <b>50%</b>	 冷媒泵

### 中国冰雪装备零部件供应企业的研发技术仍需提高：

冰雪装备种类丰富，不同冰雪装备涉及的零部件差异较大，因此其不同装备零部件的需求需由不同的冰雪装备零部件供应企业满足。中国的冰雪装备零部件供应企业数量众多，如杭州汉爵空气压缩机有限公司（供应空气压缩机等）、东莞生茂特种织造科技公司（供应凯夫拉纤维等材料）等，可提供众多冰雪装备零部件，但**部分冰雪装备的核心部件仍需进口**，如压雪车的液压系统、索道的抱索器等，因而冰雪装备零部件供应企业仍需提高研发技术，生产制造更优质的零部件，进而加大中国冰雪装备国产化范围

来源：常州彪克液压机械设备官网，河南晋安机械科技有限公司官网，中索国游官网，东莞生茂特种织造科技公司官网，济南思明特科技有限公司官网，头豹研究院编辑整理

# 中国冰雪行业产业链上游——冰雪装备

海外国家冰雪运动起步早，冰雪装备行业已发展多年，其冰雪装备技术、质量认可度高。而中国冰雪运动起步晚，尽管行业快速发展，但其冰雪装备技术尚待提升，行业研发技术领域仍有较大的发展空间

## 中国冰雪装备价格与利润分析，2020年

## 头豹洞察

### 冰雪场地装备

主要冰雪场地装备	国产化程度	价格	毛利	
			进口品牌	国产品牌
压雪车	<50%	中小型压雪车： 进口品牌约180万元/台， 国产品牌约110万/台	≈30%	≈20%
		大型压雪车： 进口品牌约280万/台， 国产品牌约200万/台		
造雪机	<50%	进口品牌约22万/台， 国产品牌约8-18万/台	≈30%	≈20%
索道	>90%	进口品牌数千万元/条 国产品牌数百万元/条	≈35%	≈30%
魔毯	>95%	约2,500元/米	-	≈30%

### 个人冰雪装备

主要个人冰雪装备	国产化程度	价格	毛利	
			向雪场销售	向个人销售
雪板	<50%	多为1,000-10,000元之间	20%-25%	≈50%
雪服	>60%	多为200-20,000元之间	≈30%	≈50%
头盔	>50%	多为200-3,000元之间	30%-40%	70%-80%
雪镜	>50%	多为100-2,000元之间	30%-40%	70%-80%

### 中国冰雪装备行业仍有较大的发展空间：

(1) 海外国家：美国、奥地利等海外国家冰雪运动起步早，开始于18世纪末19世纪初，冰雪装备企业发展多年，在研发实力、运营能力等方面均具有优势，其装备技术、质量认可度高

(2) 中国：冰雪运动起步晚，开始于20世纪60年代，自2015年申办冬奥会成功后，冰雪装备行业取得快速发展，但冰雪装备技术远不及美国等国家，因此，中国冰雪装备企业多为OEM企业，长期为外国品牌方提供代工服务，品牌方贴牌装备后对外出售，利润率相对较低。除OEM企业外，中国少部分冰雪装备企业可自主设计和制造冰雪装备，但由于冰雪运动对冰雪装备的质量要求较高，大众对质量优良的进口冰雪装备认可度高、需求大，因此这些企业也代理国际品牌的冰雪装备。例如，建华中兴为Gordini、Kombi等60余位国际客户提供品牌手套贴牌生产、进料加工服务，同时自主研发“Kineed”等品牌的手套，主要在中国市场销售

此外，运动员对冰雪装备的质量要求更高，因而当前中国国家队备战北京冬奥会使用的冰雪装备仍多采用海外国家的品牌，包括瑞士Oxess的碳纤维滑雪板、美国Burton的单板雪板、德国Uvex的滑雪头盔、加拿大Wimmer的雪车等

来源：中国体育报，头豹研究院编辑整理

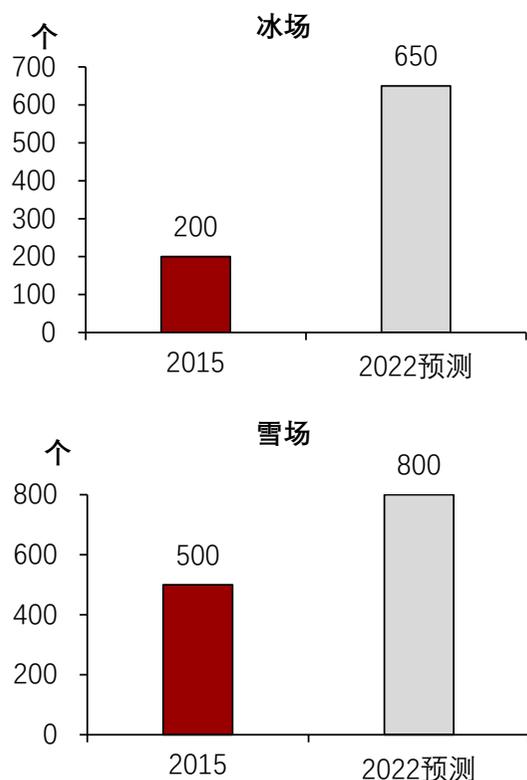
©2021 LeadLeo

# 中国冰雪行业产业链中游——冰雪场地资源

尽管冰雪场地投资较高、回报周期较长，但随着中国冰雪行业的快速发展，中国冰雪场地数量仍将持续增加，逐步满足中国大众对冰雪场地的基本需求

## 中国冰雪场地资源概况

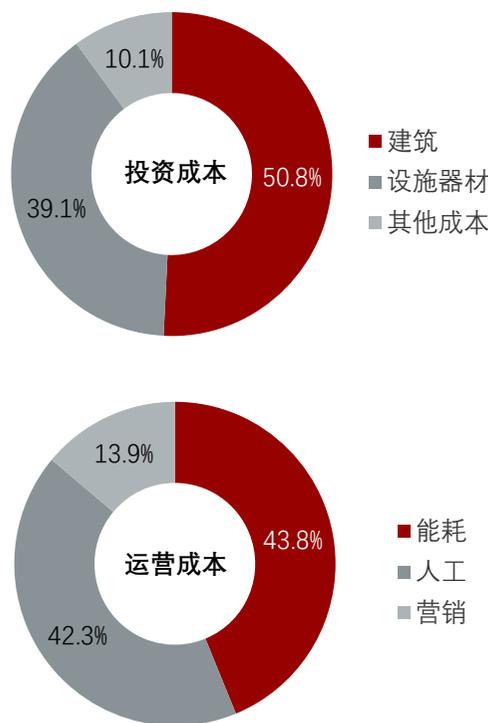
中国冰场与雪场数量，2015 VS 2022年预测



来源：国家体育总局，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

中国滑雪场投资和运营成本结构占比，2020年



 **头豹** 400-072-5588  
LeadLeo

## 头豹洞察

- ❑ **中国冰雪场地数量持续提升：**国家体育总局数据显示，截至2015年底，中国拥有滑雪场**500余个**、冰场**200余个**。中国国家体育总局、发改委等7部门联合颁布的《全国冰雪场地设施建设规划（2016-2022年）》要求到2022年，中国冰场数量不少于**650个**、滑雪场数量达到**800个**。冰雪场地设施数量的增加，可满足中国大众对冰雪场地的基本需求，为冰雪行业的发展提供有力保障
- ❑ **冰雪场地投资高，回报周期长：**冰场和滑雪场投资较高，回报周期较长，平均回报周期为**5-6年**  
在冰场方面，一个面积约800平方米的冰场总投资费用可高达**1,000万元**以上，其中冰场系统设备成本约为1-2万元/平方米，浇冰车费用约40-200万元  
在滑雪场方面，小型滑雪场（面积5万平方米以下）投资费用**1,000-2,000万元**，大型滑雪场（30万平方米以上）投资费用超过**100亿元**
- ❑ **大型冰雪场地更受投资者青睐：**相较小型滑雪场而言，大型滑雪场具备不可复制性，抗风险与竞争能力更强。加之大型滑雪场的场地更大、设施更完善，用户满意度更高，其出行时更倾向于选择大型滑雪场，因而**资本更青睐于大型冰雪场地**

www.leadleo.com

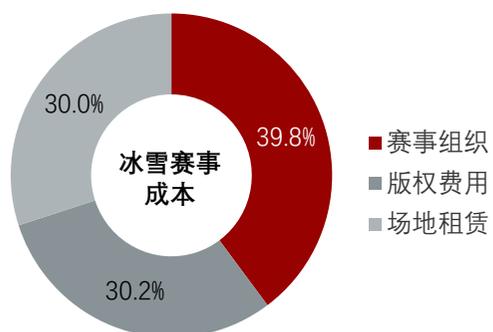
# 中国冰雪行业产业链中游——冰雪体育

中国冰雪赛事收入包括转播权、商业赞助及门票等其它收入，其中，转播权、商业赞助费用合计约占冰雪赛事收入的90%，未来赛事转播和商业赞助将是冰雪赛事商业价值提升的重要突破方向

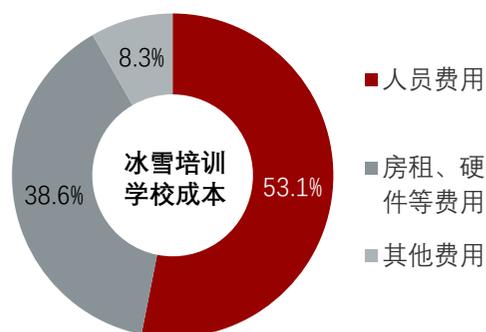
## 中国冰雪体育行业概况，2020年

## 头豹洞察

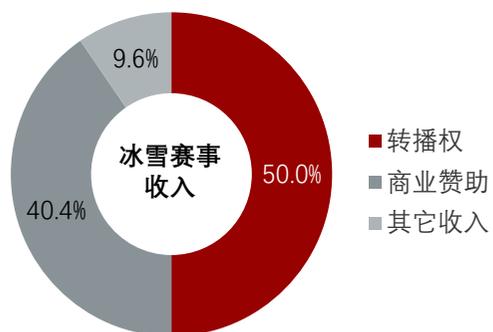
### 中国冰雪赛事成本细分占比分析



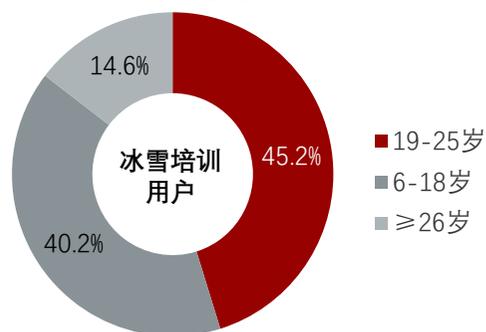
### 中国冰雪培训学校成本分析



### 中国冰雪赛事收入细分占比分析



### 中国冰雪培训用户分析



❑ **冰雪赛事拥有巨大的商业价值：**冰雪赛事的举办，有助于吸引大众前往举办地观看，同时体验各种冰雪活动，因此，冰雪赛事拥有巨大的商业价值。当前中国冰雪赛事的主要成本为赛事组织费用（包括组织者、裁判等的费用）、赛事版权费用以及场地租赁费用等，其占比分别约为**39.8%**、**30.2%**、**30.0%**。冰雪赛事变现渠道主要包括赛事转播权、商业赞助及由其它收入，如门票、赛事纪念品等，其中赛事转播和商业赞助是冰雪赛事的重要收入来源。未来，**赛事转播和商业赞助**将是冰雪赛事商业价值提升的重要突破方向

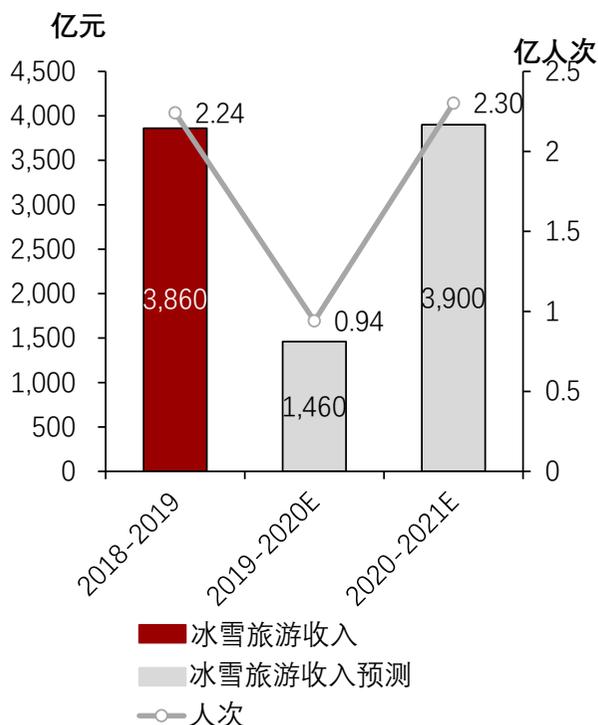
❑ **冰雪运动培训发展潜力较大：**冰雪运动培训有助于拓展并留存冰雪运动用户，提升人群转化率，带来增值收入，助力冰雪行业转型升级。接受冰雪运动培训的人群中，6-25岁的占比超过**80%**，其中19-25岁的比例最高，约为**45.2%**。2016年11月，国家体育总局、发改委等4部门联合发布《冰雪运动发展规划（2016-2025年）》，要求大力培养青少年冰雪运动技能，推行“百万青少年上冰雪”和“校园冰雪计划”，而6-18岁青少年的冰雪运动培训市场份额占比约**40.2%**，仍有较大发展空间

# 中国冰雪行业产业链中游——冰雪旅游

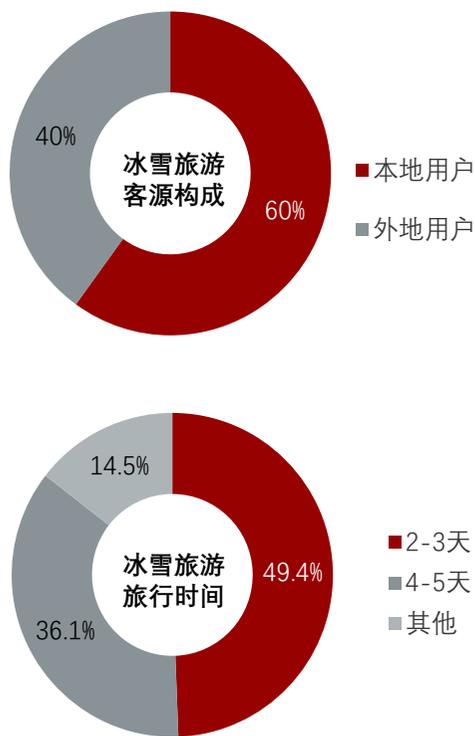
新冠疫情对冰雪旅游行业冲击巨大，随着中国出台一系列利好政策，加之中国地区疫情得到有效控制，中国冰雪旅游已逐步恢复，预计2020-2021冰雪季中国冰雪休闲旅游收入超过3,900亿元

## 中国冰雪旅游行业概况

中国冰雪旅游收入和人次，2018-2021冰雪季预测



中国冰雪旅游用户分析，2020-2021冰雪季



## 头豹洞察

- 中国冰雪旅游行业逐步恢复：在旅游人次与收入方面，新冠疫情对冰雪旅游行业冲击巨大，2019-2020冰雪季，中国冰雪旅游同比减少约**1.3亿人次**，冰雪旅游收入同比降低约**2,400亿元**。在中央、地方出台多项政策利好冰雪旅游企业的背景下，加之中国新冠疫情得到有效控制，中国冰雪旅游行业已逐步恢复，预计2020-2021冰雪季中国冰雪休闲旅游人次将达到**2.3亿人次**，冰雪休闲旅游收入超过**3,900亿元**。此外，在融资方面，据不完全统计，2018-2020年三年间，中国冰雪旅游投资总规模超过**9,000亿元**，其中2018-2019年约为**6,100亿元**，2020年吸收重资产项目投资额约**3,000亿元**，中国冰雪旅游投资体量仍持续增加
- 冰雪旅游需求结构向周边游、家庭游发展：2020-2021冰雪季期间，在冰雪旅游的客源构成方面，本地用户占比约**60%**，冰雪旅游本地化特征较为显著。同时，在旅行时间方面，冰雪旅游用户倾向中短期旅游，其中选择2-3天出游时长的用户最多，约**49.4%**，其次为选择4-5天出游时长的用户，约**36.1%**。此外，在参加冰雪旅游的方式方面，选择亲友同游的用户人数占比最多，约**34.0%**。在疫情防控常态化下，周边游、家庭游逐步成为新的需求特征

来源：文化和旅游部，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

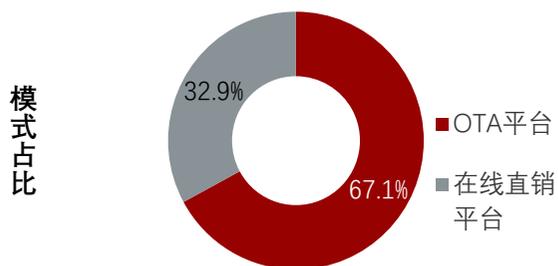
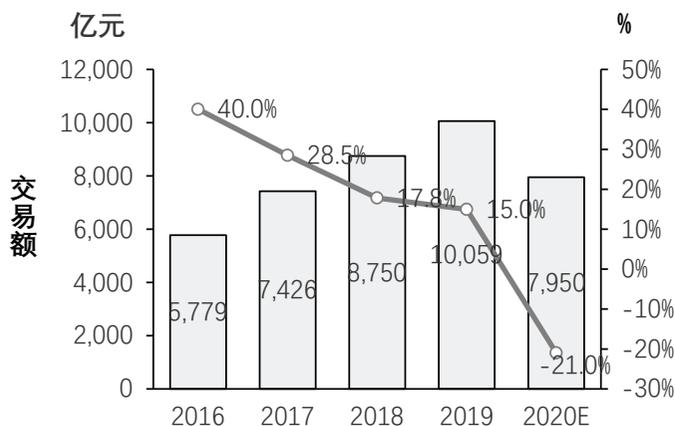
# 中国冰雪行业产业链下游——分销渠道

中国冰雪旅游企业多采用多种渠道结合的方式进行分销，有利于扩大用户覆盖面，降低单一渠道分销的风险，其中OTA平台是各种在线旅游产品的主要分销渠道

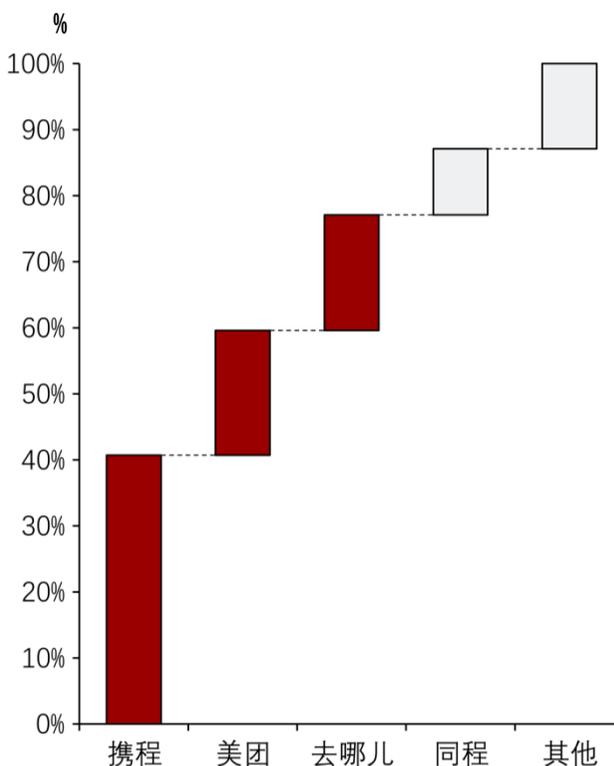
## 中国在线旅游概况，2020年

## 头豹洞察

### 中国在线旅游交易规模及不同模式占比



### 中国OTA平台市场份额 (按GMV)



### OTA平台是中国在线旅游产品的主要分销渠道：

冰雪企业采用多种渠道结合的方式销售冰雪产品，降低单一分销渠道风险

**(1) OTA平台：**冰雪企业借助OTA平台的资源和流量优势进行冰雪产品销售，为冰雪产品带来更多客源并提高其曝光量。中国OTA平台用户数量巨大，据Fastdata极数显示，2020年中国在线旅游中，OTA平台占比约**67.1%**，远高于在线直销平台。此外，中国OTA平台行业集中度较高 (**CR3=77.1%**)，因而缺乏引流能力或直销平台的冰雪产品供应商对OTA平台依赖度高

**(2) 线下旅行社：**线下旅行社通过与冰雪企业签订协议价格合作条款，采用批发模式进行冰雪旅游产品销售，可提升冰雪旅游产品的销量。目前，中国线下旅行社市场集中度低，行业创新不足，产品同质化严重，行业出现低价竞争现象。加之，受到OTA平台冲击，中国线下旅行社遭遇瓶颈，不具备规模订单的线下旅行社对冰雪旅游产品的议价能力较弱

**(3) 票务公司：**为用户提供滑雪门票、冰雪赛事门票等，如大麦网、永乐票务等，用户通过购买门票后可观看冰雪赛事、参与冰雪活动。票务公司销售冰雪赛事门票的提成多在**5%-15%**之间

来源：网经社，Fastdata极数，头豹研究院编辑整理  
©2021 LeadLeo

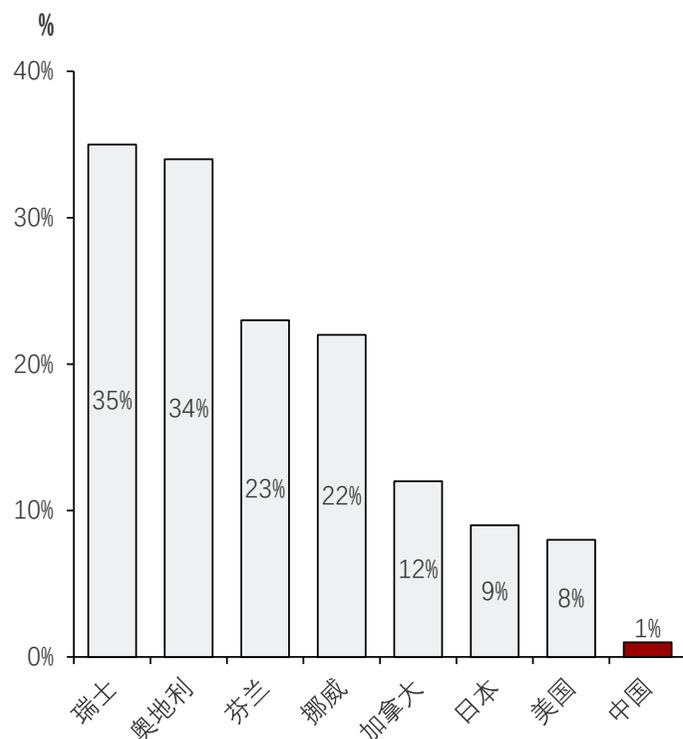
# 中国冰雪行业产业链下游——用户

受自然条件与起步晚等因素影响，与瑞士、奥地利等国家相比，中国滑雪市场人口渗透率较低。受冬奥会的积极影响，冰雪运动在中国的普及程度持续提高，中国冰雪行业仍具有较大的发展空间

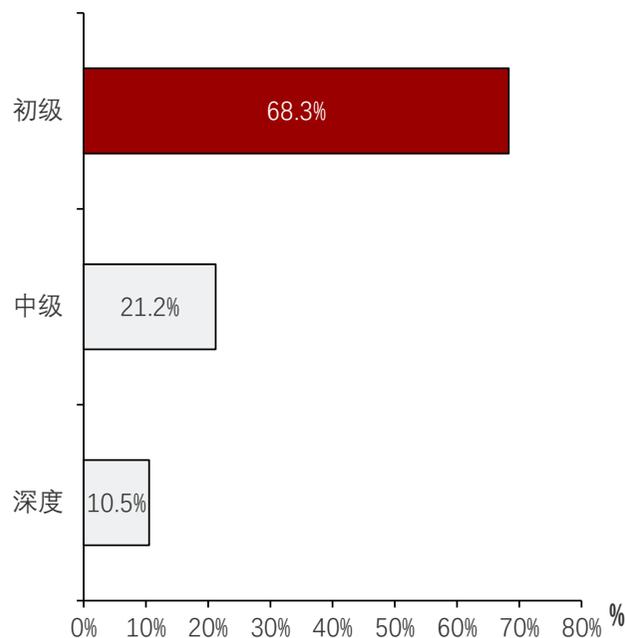
## 中国冰雪行业用户概况

## 头豹洞察

世界主要国家滑雪人口渗透率，2019年



中国大众滑雪人群情况，2020年



### 中国冰雪行业潜在发展空间巨大：

在渗透率方面，受自然条件与起步晚等因素影响，与瑞士、奥地利等国家相比，中国滑雪市场人口渗透率较低，2019年其渗透率仅约**1%**，而瑞士可高达**35%**，也侧面表明中国滑雪市场仍具有较大的发展空间

在滑雪者滑雪频次方面，根据对滑雪爱好程度的不同，将用户分为三类：

(1) 初级滑雪爱好者 (**1次/年**)，占比为**68.3%**，在雪场年均消费**200-300元**

(2) 中级滑雪爱好者 (**2-4次/年**)，占比**21.2%**，在雪场年均消费**1,000-3,000元**

(3) 深度滑雪爱好者 (**5次及以上**)，占比**10.5%**，在雪场年均消费超过**10,000元**以上

随着冰雪运动在中国的普及程度提高，未来，中级、深度滑雪爱好者的占比将持续增加

来源：《2019 International Report on Snow & Mountain Tourism》(Laurent Vanat)，头豹研究院编辑整理

# 03 市场规模



## 中国冰雪行业——市场规模

在政策利好、居民消费能力增强、技术不断进步等因素驱动下，中国冰雪行业加速向好发展，行业市场规模将持续扩大，预计2025年将达到10,780.8亿元

中国冰雪行业市场规模（按产值计），2016-2025年预测

头豹洞察



免费扫码查看高清图片

<https://www.leadleo.com/pdfcore/show?id=60629bb720410e17d8958fbf>

中国冰雪行业市场规模仍将持续上升，主要受以下因素驱动：

**(1) 政策利好：**为了达成“三亿人上冰雪”的目标以及备战冬奥会，中国政府出台冰雪场地设施规划和建设、冰雪体育人才培养等方面的相关政策，重点打造冰雪运动等体育产业，驱动冰雪行业的繁荣发展

**(2) 居民消费能力增强：**冰雪运动的整体消费水平较高，而中国居民人均可支配收入持续提高，有能力寻求如冰雪运动等消费水平更高的娱乐、休闲活动

**(3) 技术不断进步：**移动信息技术、移动位置技术、虚拟导游技术等互联网技术发展成熟，促进冰雪资源有效整合，提高用户进行冰雪运动的便捷性

来源：国家体育总局，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

 **头豹** 400-072-5588  
LeadLeo

www.leadleo.com

23

# 04 驱动因素

□ 宏观环境分析



# 中国冰雪行业驱动因素——宏观环境分析

受政策利好、居民人均可支配收入提高、移动互联网技术与新兴技术发展成熟等多项因素驱动，加之冬奥会对行业的积极影响，中国冰雪行业迎来良好的发展机遇

## 中国冰雪行业宏观环境分析

### 政策因素：

为了达成申奥时提出的“三亿人参与冰雪运动”的目标，同时备战冬奥会，中国政府出台多项利好冰雪行业政策，加快冰雪场地设施建设，为冰雪运动提供场地保障，同时指明冰雪行业发展方向，有力推动冰雪行业发展

#### 国家层面

《冰雪运动发展规划（2016-2025年）》

《关于以2022年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见》

#### 地方层面

《河北省冰雪装备器材产业发展行动计划(2019-2022年)》

《黑龙江省冰雪装备产业发展规划（2017—2022年）》

### 社会因素：

中国经济稳步增长，居民生活水平逐步提高，因而居民更加注重享受生活、提升自我，不断寻求更加健康、科学并时尚的生活方式。冰雪运动具有观赏性、时尚性、刺激性等特点，满足健身需求的同时也满足精神上对新鲜感的追求，因此，冰雪运动参与人数持续增加

中国滑雪人次统计，2014-2019年



来源：《2019年度中国滑雪产业白皮书》（伍斌），盛世博业官网，富华智能科技公司官网，腾讯视频，头豹研究院编辑整理

### 经济因素：

中国城镇居民人均消费能力增强是居民追求精神消费的基础。居民的消费能力持续上升，其将更愿意尝试冰雪运动等消费更高的娱乐、休闲活动

中国城镇居民人均可支配收入与消费支出，2016-2020年



### 技术因素：

中国移动互联网技术不断发展，在移动信息服务、移动位置服务、虚拟导游服务、移动电子商务等方面，为用户的出游提供方便。同时，对于企业而言，通过互联网传播，冰雪产品可覆盖到更大范围人群，提升知名度。现阶段，中国冰雪用户在线上预定冰雪旅游的比例约70%

此外，VR、AI等新兴技术促使冰雪装备更加智能化和专业化，有助于提高冰雪装备的制造效率以及提升用户体验

“科技+冰雪装备”产品



# 05 政策分析



# 中国冰雪行业——相关政策

中国政府出台一系列指导冰雪装备、冰雪体育、冰雪旅游行业发展的政策，为中国冰雪行业的全面快速发展提供助力

## 中国冰雪行业相关政策，2016-2021年

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
冰雪旅游发展行动计划（2021—2023年）	2021-02	文化和旅游部、发改委、国家体育总局	提出到2023年，推动 <b>冰雪旅游</b> 形成较为合理的空间布局和较为均衡的产业结构，助力2022北京冬奥会和实现“带动三亿人参与冰雪运动”目标；打造一批高品质的冰雪主题旅游度假区，推出一批滑雪旅游度假地，冰雪旅游参与人数大幅增加，消费规模明显扩大，对扩内需贡献不断提升，为推动冰雪旅游高质量发展奠定基础
《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》	2019-08	国务院	要求推动实施移动支付便民示范工程，提高文化和旅游消费场所银行卡使用便捷度，推广移动互联网新兴支付方式，提升文化和旅游消费场所宽带移动通信网络覆盖水平，到2022年，实现中国文化和旅游消费场所除现金支付外，均支持银行卡或移动支付，互联网售票和4G/5G网络覆盖率超过 <b>90%</b> ，提高冰雪用户消费便捷度
《冰雪装备器材产业发展行动计划（2019-2022年）》	2019-06	国家体育总局、工信部等9部门	为了加快培育中国 <b>冰雪装备产业</b> ，保障冬奥会成功举办，需开发物美质优的冰场、雪场专用装备和设施，降低冰场、雪场运营成本；研制安全性高、功能性强的冰刀、滑雪板、滑雪服等个人运动器材，丰富细化品种，带动新材料创新应用，提升冰雪装备器材供给能力
《关于以2022年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见》	2019-03	中共中央办公厅、国务院	要求丰富群众冰雪运动，积极引导社会力量举办业余 <b>冰雪赛事</b> ，着力打造群众性冰雪精品赛事；鼓励开展以冰雪运动为主题的冬令营活动，建立健全冰雪项目U系列赛事体系，组织全国青少年冰雪赛事，加强青少年冰雪运动相关组织建设，为青少年参与冰雪运动提供更好的培训和指导
《关于加快发展体育竞赛表演产业的指导意见》	2018-12	国务院	积极培育高山滑雪、跳台滑雪、冰球等各类 <b>冰雪体育赛事</b> ，推动专业冰雪体育赛事升级发展；大力发展冰球、排球等职业联赛，建立具有独立法人资格的职业联赛理事会，支持引进国际重大赛事，加快冰雪体育竞赛表演产业发展
《冰雪运动发展规划（2016-2025年）》	2016-11	国家体育总局、发改委等4部门	提出大力培养 <b>青少年冰雪运动技能</b> ，推行“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，同时支持学校与社会培训机构合作开展冰雪运动教学活动，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，打通冰雪运动项目和夏季运动项目后备人才的培养渠道，提高中国冰雪运动竞技水平
《体育产业发展“十三五”规划》	2016-07	国家体育总局	明确以 <b>冰雪</b> 等重点运动项目为带动，通过各种手段如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；开展各类冰雪体育活动，丰富赛事活动供给，丰富冰雪体育消费文化内涵，推动中国冰雪体育的全面发展

来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

# 06 发展趋势

- 冰雪装备逐步国产化
- 冰雪赛事产业链逐步完善
- 冰雪小镇数量将持续增加



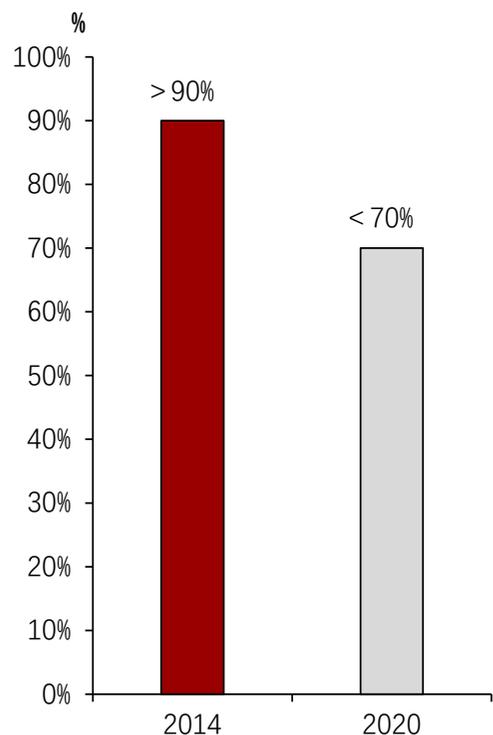
# 中国冰雪行业发展趋势——冰雪装备逐步国产化

随着中国出台一系列利好冰雪装备的政策，冰雪装备行业正加速发展。近五年来，中国国产品牌的冰雪装备份额逐步上升，预计未来五年内，造雪机的国产品牌份额占比超过50%

## 中国冰雪装备国产化概况

## 头豹洞察

中国造雪机进口比例，2014 VS 2020年



中国国产冰雪装备产品



悍牛压雪车



卡宾雪造雪机



Ski-Zone滑雪服

### ◆ 卡宾滑雪

中国本土品牌卡宾滑雪掌握压雪车、造雪机、滑雪服等冰雪装备的技术，可实现自主研发悍牛系列压雪车、卡宾雪造雪机、Ski-Zone滑雪服等



奔流雪服

### ◆ 奔流

奔流雪服连续3年在俄罗斯、乌克兰等国家的销量达到**30万件**，约占该品牌总销量的**90%**，中国部分个人冰雪装备技术已得到国际市场的认可

### □ 中国冰雪装备逐步走向国产化：

中国冰雪装备自主品牌较少，但随着各项利好政策发布，中国冰雪装备行业正加速发展，逐渐趋向国产化。中国国家体育总局等4部门发布的《冰雪运动发展规划（2016-2025年）》，提出扶持具有自主知识产权的冰雪运动器材装备企业，鼓励企业开发拥有自主知识产权、可替代进口的产品，加快中国冰雪装备的国产化进程。近五年来，中国国产品牌的冰雪装备份额逐渐上升，预计未来五年内，造雪机的国产品牌份额占比超过50%，小型压雪车国产份额比例大于进口品牌，中国冰雪装备逐步国产化

(1) 造雪机：近五年，其进口份额从**90%**以上持续下降至**70%**以下，中国卡宾滑雪、诺泰克等企业可自主研发生产造雪机，为中国冰雪装备的国产化提供有力支撑

(2) 压雪车：由于研发成本比较高，中国众多企业缺乏资金自主研发大型压雪车，因此，大型压雪车的进口比例仍较高。而小型压雪车研发成本较低，中国已实现自主生产，且由于价格相对较低，小型滑雪场为节约成本多倾向选择国产品牌，因此小型压雪车国产比重逐渐上升

(3) 索道、魔毯等动力设备：除抱索器、电控柜等核心部件进口外，中国基本已实现国产化自主设计和生产。预计未来，索道、魔毯的核心部件将进一步国产化，中国的索道、魔毯可完全实现自主生产

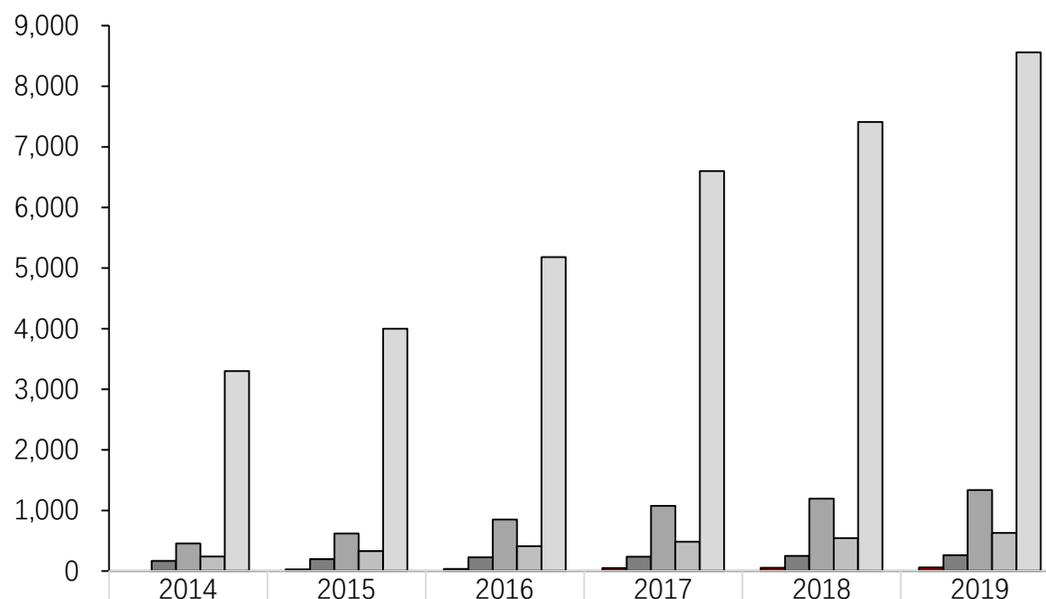
来源：卡宾滑雪官网，奔流官网，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

## 中国冰雪行业发展趋势——冰雪赛事产业链逐步完善

当前中国冰雪赛事仍存在赛事体制不健全、赛事经营管理水平低等问题，而完善赛事产业链将是解决赛事问题的关键方法之一，其将有利于搭建稳固的冰雪赛事培育平台，进而提高冰雪赛事的商业价值

中国滑雪场设施概况，2014-2019年



■ 脱挂式架空索道数量 (条)	26	36	48	54	60	60
■ 架空索道数量 (条)	168	198	226	236	250	261
■ 魔毯数量 (条)	454	618	850	1,076	1,196	1,336
■ 压雪车数量 (辆)	239	330	410	485	541	629
■ 造雪机数量 (辆)	3,300	4,000	5,180	6,600	7,410	8,559

头豹洞察

### □ 冰雪赛事产业链逐步完善：

冰雪赛事具有时效性、参与性、观赏性、传播性等特点，可起到扩大冰雪运动影响范围、培养冰雪群众基础的作用，因而冰雪赛事的良好发展对冰雪行业具有极大的促进作用。但当前中国冰雪赛事仍存在赛事体制不健全、赛事经营管理水平低、大众普及率低等问题。对此，完善赛事产业链将是解决赛事问题的关键方法之一，通过完善冰雪设施、教学培训、赛事服务等产业链环节的发展，可搭建稳固的冰雪赛事培育平台，进而提高冰雪赛事的商业价值

其中，在冰雪设施方面，中国滑雪场的配置已逐步完善。2019年，滑雪场的架空索道、魔毯数量分别已达**261条、1,336条**，压雪车、造雪机数量分别达到**629辆、8,559辆**

此外，在冬奥会的积极影响下，中国将建设**国家速滑馆、北欧中心跳台滑雪场**等高水平赛事场地，为冰雪运动的发展奠定更为良好的基础

来源：卡宾滑雪，头豹研究院编辑整理

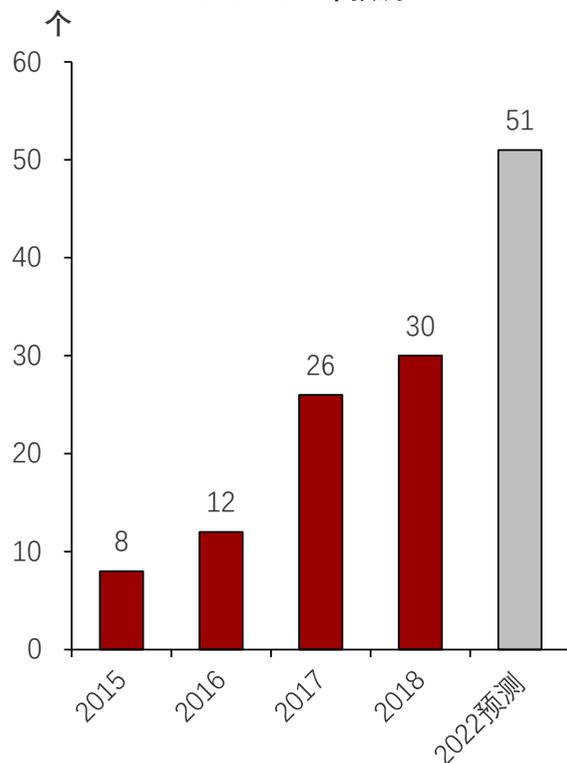
©2021 LeadLeo

# 中国冰雪行业发展趋势——冰雪小镇数量将持续增加

中国冰雪小镇经济在冰雪旅游中占据重要地位，受各项利好政策和冬奥会的积极影响，中国冰雪小镇数量将持续增加，有望于2022年超过50个

## 中国冰雪小镇概况

中国冰雪小镇数量（不完全统计），  
2015-2022年预测



中国部分知名冰雪小镇

冰雪小镇	图片	特色
云顶密苑·太子滑雪小镇		<ul style="list-style-type: none"> <li>规划区域大、设计理念新颖，配备完善的冰雪设备，如造雪机、压雪车、索道等，充分保障滑雪场的正常运营，位于冬奥核心赛区，是承载奥运村功能的重要项目之一</li> <li>毗邻高铁站，交通便利</li> </ul>
富龙四季滑雪小镇		<ul style="list-style-type: none"> <li>主推冰雪运动，配套温泉、星级酒店、商业休闲、音乐、赛事、亲子互动等业态，可实现四季运营</li> </ul>
太舞滑雪小镇		<ul style="list-style-type: none"> <li>艺术氛围浓厚，设立“太舞白色艺术季”，由音乐、舞蹈、电影等组成</li> <li>业态多元化，包括滑雪、度假、赛事和教育等</li> </ul>
吉林万科松花湖冰雪小镇		<ul style="list-style-type: none"> <li>建筑多元化，包括酒店、别墅、客栈、公寓等</li> <li>临近4A景区松花湖，景色优美</li> <li>冰雪期可长达约150天</li> </ul>
腾冲启迪冰雪小镇		<ul style="list-style-type: none"> <li>功能多样，集旅游文化、文创孵化、康养度假、田园休闲等功能于一体</li> <li>园区场馆多元，如滑雪馆、科技馆、东方医学馆等</li> </ul>

## 头豹洞察

### ❑ 冰雪小镇数量将持续增加：

冰雪小镇，是将冰雪运动、度假、休闲娱乐等业态融合成生态圈进行整体运营的特色小镇。近五年，随着冰雪旅游持续升温，冰雪小镇的热度不断提高，当前冰雪小镇在冰雪旅游中占据重要地位，其经济规模占冰雪旅游市场规模超过**50%**

现阶段运营成熟的冰雪小镇包括云顶密苑·太子滑雪小镇、富龙四季滑雪小镇、吉林万科松花湖冰雪小镇等，这些冰雪小镇依托独特的冰雪资源优势而建设，并在此基础上不断拓展其产业链，如打造冰雪主题乐园、引入冰雪赛事等吸引用户，并借助如摄像头、传感器等科技设备，保证用户安全，提升用户体验。自2016年以来，受《关于加快美丽特色小（城）镇建设的指导意见》等系列利好政策影响，加之冬奥会助推，冰雪小镇快速发展，**预计未来中国冰雪小镇数量将持续增加，有望于2022年超过50个，并向全中国扩张**

来源：腾讯体育&丰田&易观，企业官网，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

# 07 竞争格局



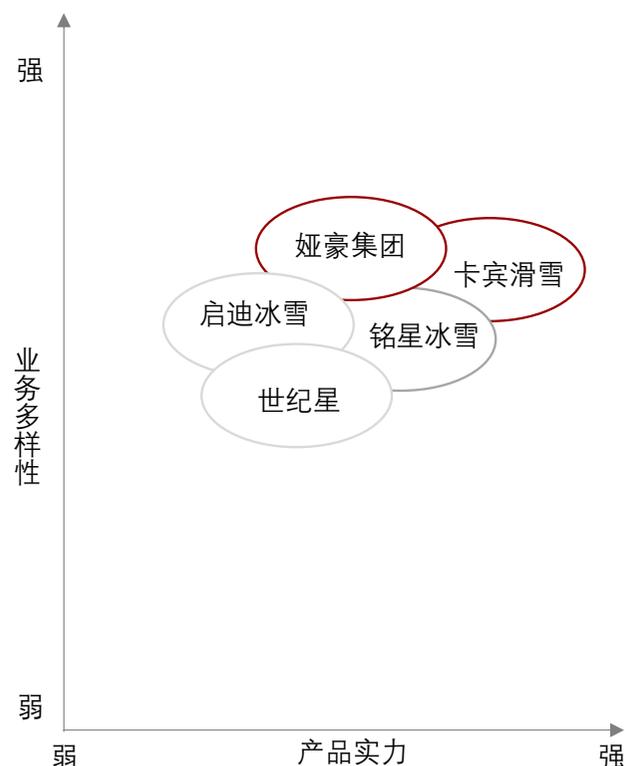
# 中国冰雪行业——竞争格局

中国冰雪行业产业链庞大，市场参与者众多，卡宾滑雪、娅豪集团等部分企业同时涉及冰雪装备、冰雪体育、冰雪培训等多个细分行业业务，拥有多元化的业务体系，竞争实力强

## 中国冰雪行业竞争格局概况

## 头豹洞察

中国冰雪行业部分企业综合实力对比



中国冰雪行业主要参与企业

企业	业务/产品	优势
卡宾滑雪	<ul style="list-style-type: none"> <li>雪场规划设计及建设</li> <li>雪场与冰雪项目运营管理</li> <li>压雪车、造雪机、雪服、雪板等冰雪设备的生产制造、销售</li> </ul>	业务涉及广泛，包括规划设计雪场、租赁销售冰雪装备、雪场运营管理等；技术优势突出，拥有悍牛品牌压雪车，是冬奥会场馆全套自动化造雪系统的提供者
娅豪集团	<ul style="list-style-type: none"> <li>雪场规划设计及建设</li> <li>魔毯、雪鞋、雪板、雪镜等</li> </ul>	业务多元，包括雪场规划、滑雪教育培训，并进行冰雪装备的租赁销售，为中国滑雪场提供标准化的运营管理标准，有利于滑雪场的稳健运营
铭星冰雪	<ul style="list-style-type: none"> <li>室内滑雪场规划设计</li> <li>滑冰场建造运营</li> </ul>	业务多元，是中国冰雪行业国家级高新技术企业，专业提供集造雪技术研究开发与开发、娱乐场所冰雪方案设计与服务、家用与商用冰雪设备制造及销售服务
启迪冰雪	<ul style="list-style-type: none"> <li>冰雪体育产业</li> <li>影视泛文娱产业</li> <li>文体培训产业</li> </ul>	可提供全链条冰雪产业服务，包括顾问咨询、规划设计、场馆建设、运营管理、赛事组织、项目培训等
世纪星	<ul style="list-style-type: none"> <li>冰雪场馆服务</li> <li>冰雪赛事</li> <li>冰雪运动培训</li> </ul>	中国首家专业滑冰培训机构，现已成为一家集专业滑冰培训、滑冰赛事组织、商业冰场运营、滑冰设施设备制造于一身的全产业链复合型冰雪企业

### □ 冰雪行业竞争格局相对稳定：

中国冰雪行业中市场参与者众多，部分企业同时涉及冰雪装备、冰雪体育、冰雪培训等多个细分行业业务，如卡宾滑雪、娅豪集团同时涉及滑雪场规划设计与运营、冰雪装备研发生产与销售，以及滑雪学校的运营与管理等，该类企业拥有多元化的业务体系，竞争实力强

按细分领域不同，冰雪行业参与者可分为冰雪装备企业、冰雪体育企业、冰雪旅游企业、其他类型企业，细分领域内行业竞争相对独立，总体而言，冰雪行业竞争格局相对稳定

(1) **冰雪装备企业：**卡宾滑雪、雪人股份、河北宣工等企业拥有先进的冰雪设备制造技术和丰富的项目经验，处于行业领先地位，为冰雪场地提供压雪机、造雪机、魔毯等设备

(2) **冰雪体育企业：**金达威集团、华录百纳、莱茵体育等企业因整合资源能力强、业务范围广而在冰雪运动领域中占据重要地位

(3) **冰雪旅游企业：**哈尔滨冰雪大世界、长白山旅游等依托当地优质冰雪资源，易吸引国内外消费者，因而在行业内影响力较大

(4) **其他类型企业：**中国冰雪行业在政策主导下，发展前景良好，面对日渐扩大的冰雪行业市场，企业纷纷进军冰雪行业，共同推动中国冰雪行业的进步。如万达集团、万科集团等房地产企业打造冰雪旅游度假场所，腾讯体育等互联网企业转播冰雪运动赛事或与冰雪行业协会展开合作以共同推动冰雪类商品销售

来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

# 08 投资风险



# 中国冰雪行业投资风险

中国冰雪行业存在冰雪行业季节性运营风险、冰雪文化培育不及预期、市场环境不及预期等多项风险，其中季节性运营风险发生的概率与影响程度相对较高

## 中国冰雪行业投资风险

风险分类	具体风险与来源	风险发生概率	风险影响程度	风险规避方法
季节性运营风险	<ul style="list-style-type: none"><li>冰雪行业季节性运营导致的风险。滑雪场属于单季节项目，可正常运营的时间仅约为100天，其余时间均闲置，资源利用不充分，极大影响滑雪场的营收增长。尽管现有的造雪技术可维持雪场的雪量使其正常运营，但造雪成本高，非雪季造雪易导致雪场利润下滑。此外，雪场的夏季运营在众多的夏季活动项目中并不具备独特的吸引力，因此，冰雪行业存在季节性运营风险，导致冰雪装备、冰雪体育、冰雪旅游等相关行业发展不及预期</li></ul>	高	高	<ul style="list-style-type: none"><li>加强研发技术，降低造雪成本</li><li>持续巩固护城河，提高市场占有率</li></ul>
冰雪文化培育不及预期	<ul style="list-style-type: none"><li>冰雪文化培育不及预期导致的风险。滑雪体验是冰雪行业的重要部分，而当前冰雪运动在中国的开展仍处于初级阶段。中国冰雪运动参与人数累计已约达<b>3亿人次</b>，大众积极参与冰雪运动，但参加冰雪运动的频率较低，约<b>70%</b>的滑雪人群为一次性体验者，复购率低，导致冰雪用户粘性不足。中国居民冰雪活动参与频率低，冰雪文化基础薄弱，导致冰雪文化培育有限，冰雪行业发展受到阻碍</li></ul>	中	高	<ul style="list-style-type: none"><li>加强大众冰雪文化的培育，提升用户对冰雪产品的复购率</li><li>在一定程度上加大营销支出，增强品牌形象</li></ul>
市场环境不及预期	<ul style="list-style-type: none"><li>市场环境不及预期导致的风险。冰雪装备、冰雪体育、冰雪旅游等冰雪相关行业易受经济环境和自然环境等影响：<b>(1) 经济环境</b>：旅游是社会经济发展到一定阶段的产物，若社会经济发展不及预期，大众出游受制约。如受金融危机影响，2008年中国全年接待入境游客和实现国际旅游外汇收入同比上一年下降<b>1.4%、2.6%</b>。大众进行冰雪旅游受到影响，同时冰雪装备、冰雪赛事等需求减少；<b>(2) 自然环境</b>：冰雪旅游项目对自然环境的依赖性极大，可能出现当年气候不足以形成优质的冰雪资源，而导致项目对用户吸引力下降。此外，冰雪资源不足，冰雪用户减少，冰雪装备需求降低，同时由于场地条件问题导致冰雪赛事举办困难。在冰雪行业运营过程中，可能出现市场环境不及预期的风险</li></ul>	中	中	<ul style="list-style-type: none"><li>加强培育用户的习惯，增强粘性</li><li>加强研发技术，降低造雪成本</li></ul>
宏观风险	<ul style="list-style-type: none"><li>新冠疫情持续发展的风险。疫情在中国地区已得到明显控制，但海外疫情仍持续蔓延，疫情对众多领域均造成一定冲击</li></ul>	低	低	<ul style="list-style-type: none"><li>加强企业员工的健康管理</li><li>提前制定应对不同突发情况的计划</li></ul>

来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

# 09 企业推荐

- 卡宾滑雪
- 世纪星
- 万龙度假天堂



# 中国冰雪行业上市企业——卡宾滑雪[838464]

卡宾滑雪是中国首家滑雪产业综合服务商，可提供滑雪场规划设计、滑雪场经营管理等全产业链服务，已得到广大客户认可，2016年卡宾滑雪成功挂牌新三板，成为“中国冰雪产业第一股”

企业名称：北京卡宾滑雪体育发展集团股份有限公司 

## □ 企业介绍

总部地址	中国 北京市 (2010年成立)
主营业务	室内外滑雪场规划设计、室内外雪场大型设备供应、滑雪装备的设计研发与生产、冰雪项目的顾问咨询与运营管理、冰雪产业研究等
主要股东	张鸿俊 <b>47.78%</b> ，何红力 <b>15.93%</b> ，魏彩霞 <b>14.47%</b> ，北京国华高科国际投资有限公司 <b>10.00%</b>
注册资本	人民币 <b>7,235.388</b> 万元
员工数量	<b>51</b> 人
资本市场	新三板 (2016年上市)

## □ 产品介绍

卡宾滑雪可提供室内外滑雪场规划设计、滑雪装备的设计研发与生产、冰雪项目的顾问咨询与运营管理等。其中，在设备方面，卡宾滑雪可提供压雪车、飘雪机、造雪机、仿真雪等冰雪行业涉及的众多产品



压雪车



飘雪机



造雪机



仿真雪

来源：卡宾滑雪官网，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

## □ 案例分析——乌金山李宁国家滑雪场

**服务范围：**卡宾滑雪提供滑雪场规划设计服务，在过程中提供山体测绘、可行性研究报告、规划设计（含滑雪道落地施工设计）、施工技术指导等服务

**详细描述：**在滑雪场规划设计过程中，卡宾滑雪主要解决3大问题：**(1) 恢复生态与丰富雪道类型的矛盾：**卡宾滑雪对所规划的雪道路径，进行实地调研，产出可行性研究报告；**(2) 地表水资源不足：**雪场现有地表水资源相对紧缺，为保证雪场（规模50万平方米）正常运营，卡宾滑雪采用地表水与地下水（打井三口）同时使用的方案，解决供水问题；**(3) 山体易化雪区域的复滑率：**该雪场闲置山体区域主要向南，雪易融化，为保证易化雪区域的复滑率，同时保证雪场的雪质，卡宾滑雪采用**22台**造雪机同时造雪的方案，为该雪场提供质量佳的雪，稳定客源

**结果：**该雪场按预计时间顺利营业，同时卡宾滑雪在后期对滑雪场进行运营指导，该雪场得到当地政府的高度重视



## □ 投资亮点

**全产业链服务的能力受客户认可：**卡宾滑雪是中国首家滑雪产业综合服务商，其可在新建滑雪场选址、滑雪场升级改造、滑雪场详细规划、滑雪场施工图纸设计、滑雪场建设施工指导、滑雪场经营管理、冰雪旅游产品设计等方面提供**全程一站式服务**。卡宾滑雪可为多元的客户类型服务，得到广大客户认可，2016年卡宾滑雪成功挂牌新三板，成为“中国冰雪产业第一股”

**优秀的滑雪人才保障企业的快速发展：**卡宾滑雪聚集一批优秀的冰雪人才，包括张鸿俊（曾是中国最早最大滑雪场——亚布力滑雪场的开拓者、建设者、管理者）、董林模（2022年冬奥会滑雪赛事场地特聘专家）等，深耕冰雪行业多年的人才可将理论知识与实际应用更好结合，为卡宾滑雪的快速发展提供支持

# 中国冰雪行业投资企业推荐——世纪星

世纪星具有培训优势，培训大众的同时组建冰雪运动队伍，为国家队输送冰雪运动员。此外，世纪星与CCTV-5体育频道等优质客户合作，行业影响力较大

企业名称：北京世纪星滑冰俱乐部有限公司 

## □ 企业介绍

总部地址	中国 北京市（1999年成立）
主营业务	业务涵盖专业滑冰培训、滑冰赛事组织、商业冰场运营、滑冰设施设备制造等
主要股东	范军72.93%，杨晖25.79%，韦国英0.51%，黄峰0.45%，纪红艳0.32%
注册资本	人民币469.39万元
员工数量	87人
资本市场	未上市

## □ 产品介绍

世纪星的产品内容包括培训、场馆、门票（年卡、次卡、滑冰优惠券等）、赛事承办、冰雪设备等。以培训类产品为例，培训产品是世纪星的重要产品，为用户提供从入门到专业选手的滑冰培训，同时提供冰壶、模拟滑雪等周边项目培训



滑冰场馆



滑冰培训



赛事承办



冰雪设备

来源：世纪星官网，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

## □ 案例分析——组建冰雪运动队伍

2016年9月，北京市体育局与世纪星签署战略合作协议，委托世纪星组建北京市男女花样滑冰队、男女冰壶队、女子冰球队、男女短道速滑队、男女速度滑冰队、男女单板和双板U型场地滑雪队、男女大跳台滑雪队等15支冰雪专业队伍，这些队伍代表北京市参加年度全国性比赛和第十四届全国冬运会

世纪星已培养王雪涵/王磊双人滑冰运动员（获2018年全国花样滑冰锦标赛第二名）、石尚/吴楠冰舞运动员（获2018/19全国花样滑冰冠军赛第四名）等众多优秀冰雪运动员，为中国培养冰雪运动人才



## □ 投资亮点

**业务多元化，在业内的影响力大：**世纪星从单一专业冰场运营商转向复合型企业，集俱乐部培训、冰、雪场馆建造和运营、器材装备生产及销售、赛事运营、商业演出、冰雪体育旅游等业务于一体，推动中国冰雪体育行业全产业链发展。世纪星合作客户质量优良，包括CCTV-5体育频道、国际滑联、安踏体育等，在行业内影响力较大

**培训服务受到国家队认可：**世纪星具有国际化设备设施、专业教学及服务体系，已在北京首体、南京奥体中心、深圳海岸城等地开设冰上培训基地，世纪星连锁冰场约30家。世纪星是中国滑冰协会、中国冰球协会、中国滑雪协会的会员单位，在2008年，世纪星被国家冬季运动管理中心授予国家花样滑冰队训练基地，冰上项目后备人才培养基地等荣誉。世纪星为中国培养冰雪运动人才，为中国国家队输送运动员超过30名

# 中国冰雪行业投资企业推荐——万龙度假天堂

万龙度假天堂具备丰富的冰雪资源，且滑雪设施完善，吸引众多冰雪赛事在此举办，知名度不断提高，成为众多用户进行冰雪旅游的目的地

企业名称：张家口市万龙运动旅游有限公司



## □ 企业介绍

总部地址	中国 河北省（2003年成立）
主营业务	涉及策划与组织体育运动，游览景区服务，承办展览活动，销售工艺美术品、旅游纪念品、文化体育用品，滑雪培训等
主要股东	罗力81.17%，梁衍萍17.688%，黄万龙1.14%
注册资本	人民币15,000万元
员工数量	319人
资本市场	未上市

## □ 产品介绍

万龙度假天堂产品丰富，涵盖滑雪、教学培训、冬令营、娱雪戏雪等内容，同时开设线上自营店铺，方便用户进行商品浏览、咨询、购买、售后等一系列操作



滑雪



滑雪教学



冬令营



娱雪乐园

来源：万龙度假天堂官网，人民网，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

## □ 案例分析——国际雪联高山滑雪积分赛

2019—2020中国银行“一带一路”国际雪联高山滑雪积分赛，是中国境内首次举办国际雪联高山滑降比赛，比赛场地为万龙滑雪场

万龙度假天堂中，获得国际雪联认证、符合滑雪赛事标准的雪道有**6条**：金龙道、银龙道和玉龙道等，可根据不同坡度、不同海拔高度对应举办不同级别比赛。同时，万龙度假天堂在雪的厚度和硬度、安全网的级别、安全救助等方面不断完善提高，满足各项冰雪赛事要求，吸引众多冰雪赛事运营商在此举办赛事

冰雪赛事的举办，提高万龙度假天堂的知名度，吸引更多用户到此体验各项冰雪旅游产品



## □ 投资亮点

**冰雪资源丰富，滑雪设备完善：**万龙度假天堂坐落于“中国雪都”张家口崇礼区中心，拥有天然降雪优势。场内雪道完善，具备初级道、中级道、高级道、教学道、儿童道等趣味丰富的雪道**32条**，总长度达**36.9公里**，其中**6条**雪道获得国际雪联认证。加之万龙度假天堂使用造雪技术打造的“粉雪天堂”美景，吸引海内外众多用户

**历史悠久，品牌知名度高：**万龙度假天堂成立十余年，在冰雪旅游运营方面具有丰富经验。同时万龙度假天堂是新浪高山滑雪公开赛、国际雪联高山滑雪积分赛等多项冰雪赛事的举办地点，通过冰雪赛事不断提高自身知名度，成为中国知名滑雪度假区，进而成为用户进行冰雪旅游的目的地

# 10

## 方法论与 法律声明



# 方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，从冰雪装备、冰雪体育、冰雪旅游等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立、发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

# 法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

# 头豹领航者计划介绍

头豹共建报告

2021年度  
特别策划

Project  
Navigator  
领航者计划



每个季度，头豹将于网站、公众号、各自媒体公开发布**季度招募令**，每季公开**125个**招募名额



头豹诚邀各行业**创造者、颠覆者、领航者**，知识共享、内容共建



头豹诚邀**政府及园区、金融及投资机构、顶流财经媒体及大V**推荐共建企业

沙利文担任计划首席增长咨询官、江苏中科院智能院担任计划首席科创辅导官、财联社担任计划首席媒体助力官、无锋科技担任计划首席新媒体造势官、iDeals担任计划首席VDR技术支持官、友品荟担任计划首席生态合作官……



1

企业申请共建

2

头豹审核资质

3

确定合作细项

4

信息共享、内容共建

5

报告发布投放

备注：活动解释权均归头豹所有，活动细则将根据实际情况作出调整。

©2021 LeadLeo

 **头豹**  
LeadLeo 400-072-5588

www.leadleo.com

# 头豹领航者计划与商业服务

## 研报服务

共建深度研报  
撬动精准流量



## 传播服务

塑造行业标杆  
传递品牌价值



## FA服务

提升企业估值  
协助企业融资



头豹以**研报服务**为切入点，  
根据企业不同发展阶段的资本价值需求，依托**传播服务**、**FA服务**、**资源对接**、**IPO服务**、**市值管理**等，提供精准的商业管家服务解决方案

## 资源对接

助力业务发展  
加速企业成长



## IPO服务

建立融资平台  
登陆资本市场



## 市值管理

提升市场关注  
管理企业市值



扫描二维码  
联系客服报名加入



# 读完报告有问题？ 快，问头豹！你的智能随身专家



扫描二维码即刻联系你的  
智能随身专家

