

2026-2031年冰雪产业现状及未来发展趋势分析报告

报告简介

冰雪产业是指以冰雪资源为基础，涵盖冰雪运动、冰雪旅游、冰雪装备、冰雪文化及相关配套服务的综合性产业形态。其产业范畴包括滑雪场、滑冰场等场地设施运营，滑雪、滑冰、冰球、冰壶等竞技与大众运动项目，冰雪旅游度假、冰雪教育培训、冰雪赛事活动、冰雪装备制造(滑雪板、滑雪服、冰刀鞋、造雪压雪设备等)及冰雪文创衍生等多元业态，涉及体育科学、旅游管理、机械工程、材料技术、文化创意等多学科交叉融合，具有季节性强、地域集中度高、投资规模大、产业链联动效应显著的显著特征。作为体育产业与旅游产业深度融合的新兴增长点，冰雪产业不仅承载着全民健身与竞技体育发展的功能，更是践行“冰天雪地也是金山银山”理念、推动区域协调发展、促进国际人文交流的重要载体，其产业属性兼具基础设施的公共属性与消费服务的市场属性的双重特质。

当前，中国冰雪产业正处于后冬奥时代红利释放与可持续发展能力培育的关键转型期。在设施供给层面，冬奥筹办带动冰雪场地设施跨越式增长，室内滑雪场、气膜馆、仿真冰场等技术创新突破季节与地域限制，“南展西扩东进”战略取得阶段性成效，但场地设施区域分布不均、四季运营能力不足、中小型雪场盈利困难等问题依然突出。在消费市场层面，“带动三亿人参与冰雪运动”目标超额完成，冰雪运动从小众爱好向大众休闲方式转变，初学者群体庞大但复购率与技能进阶比例偏低，消费粘性培育与深度市场开发任重道远；冰雪旅游成为冬季旅游核心吸引物，但产品同质化、服务标准化程度不高、二次消费挖掘不足制约产业附加值提升。在装备制造层面，冰雪装备市场长期由欧美品牌主导，国内企业在雪服雪具、造雪设备、索道设施等细分领域加速技术追赶与品牌建设，但高端竞技装备、核心零部件、材料工艺等方面与国际领先水平差距明显。在产业生态层面，冰雪赛事IP运营、冰雪教育培训体系、冰雪文化内容创作等软性支撑薄弱，产业链上下游协同不足，“一季养三季”的可持续商业模式尚未成熟。

展望未来，冰雪产业将呈现四季运营与科技赋能的深刻变革。在场地运营方向，室内冰雪场馆、冰雪综合体、冰雪主题乐园等全季运营业态占比提升，冰雪与温泉、康养、研学、娱乐等业态融合创新，延长

经营周期、拓展消费场景、提升坪效水平;室外雪场向度假目的地转型,住宿、餐饮、会议、户外等多元收入结构优化。在技术融合方向,造雪节能技术、雪道智能管理系统、VR滑雪模拟器、智能穿戴设备等科技应用提升运营效率与用户体验;冰雪装备轻量化、智能化、国产化进程加速,碳纤维复合材料、3D打印定制、智能温控等技术提升产品竞争力。在消费深化方向,冰雪运动技能培训体系完善,从体验型消费向技能型、生活方式型消费升级;青少年冰雪教育普及,冰雪人口代际传承基础夯实;冰雪赛事职业化、商业化、国际化水平提升,本土IP赛事影响力扩大。在区域协调方向,京津冀、长三角、粤港澳大湾区、成渝双城经济圈等冰雪消费中心辐射带动能力增强;东北、华北、西北等传统冰雪资源富集区向高端度假与装备制造基地升级;南方地区室内冰雪与冰雪旅游成为差异化竞争亮点。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写,在大量周密的市场调研基础上,主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及冰雪行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国冰雪行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析,重点分析了国内外冰雪行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力,以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了冰雪行业的整体发展动态,对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于冰雪产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值,对于研究我国冰雪行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 冰雪产业市场概述

第一节 行业定义

第二节 行业属性

第三节 行业关键成功要素

第四节 产业链分析

第二章 中国冰雪产业链发展状况分析

第一节 上游行业发展状况

第二节 下游行业发展状况

第三节 相关行业发展状况

第三章 中国冰雪产业发展分析

第一节 中国冰雪产业发展现状

第二节 中国冰雪产业经济运行现状

第三节 中国冰雪产业存在的问题及发展障碍分析

第四章 中国冰雪市场现状及发展趋势

第一节 中国冰雪市场供给状况

第二节 中国冰雪市场需求状况

第三节 中国冰雪市场发展潜力及发展趋势

第五章 中国冰雪产业基本竞争战略

第一节 成本领先战略

一、竞争战略的类型

二、竞争战略的适用条件及组织要求

三、竞争战略的收益及风险

第二节 差异化竞争战略

第三节 集中化竞争战略

第六章 中国冰雪产业市场竞争策略分析

第一节 冰雪产业市场五种竞争动力模式结构

一、行业内现有企业的竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品的威胁

四、供应商的讨价还价能力

五、购买者的讨价还价能力

第二节 冰雪产业市场核心竞争力的塑造要素

一、反应速度

二、一贯性

三、弹性

四、敏锐性

五、创造性

第七章 中国冰雪产业市场营销策略竞争分析

第一节 市场产品策略

第二节 市场渠道策略

第三节 市场价格策略

第四节 广告媒体策略

第五节 客户服务策略

第八章 2025年中国冰雪产业竞争格局分析

第一节 2025年中国冰雪产业竞争现状分析

一、技术竞争分析

二、成本竞争分析

三、价格竞争分析

第二节 2025年中国冰雪产业集中度分析

一、冰雪企业分布分析

二、冰雪市场集中度分析

第九章 领先企业在中国冰雪产业市场竞争策略研究

第一节 安踏体育用品有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第二节 热雪奇迹控股有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第三节 长白山旅游股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第四节 探路者控股集团股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第五节 三夫户外用品股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第六节 雪人股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第七节 冰山冷热技术股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第八节 中体产业集团股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展策略分析

第九节 冰轮环境技术股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司未来发展策略分析

第十节 舒华体育股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司未来发展策略分析

第十章 中国冰雪产业市场发展预测

第一节 中国冰雪产业发展环境预测

- 一、经济环境预测
- 二、社会环境预测
- 三、政策环境预测
- 四、技术环境预测

第二节 中国冰雪产业发展预测

- 一、产业竞争要素预测
- 二、产业结构预测
- 三、产业转移趋势
- 四、产业一体化预测
- 五、产业运营模式预测

第三节 中国冰雪市场发展预测

- 一、2026-2031年中国冰雪市场需求预测
- 二、2026-2031年中国冰雪市场结构预测
- 三、2026-2031年中国冰雪市场集中度预测
- 四、2026-2031年中国冰雪市场供给预测
- 五、2026-2031年中国冰雪市场价格预测

第十一章 中国冰雪产业市场投资机会与风险

- 第一节 中国冰雪产业市场投资优势分析
- 第二节 中国冰雪产业市场投资劣势分析
- 第三节 中国冰雪产业市场投资机会分析
- 第四节 中国冰雪产业市场投资风险分析

第十二章 中国冰雪产业市场竞争策略建议

第一节 中国冰雪产业竞争战略建议

- 一、竞争战略选择建议
- 二、产业升级策略建议
- 三、产业转移策略建议
- 四、价值链定位建议

第二节 中国冰雪产业竞争策略建议

- 一、核心竞争力塑造建议
- 二、并购重组策略建议
- 三、经营模式策略建议
- 四、产业资源整合建议
- 五、产业联盟策略建议

第十三章 2026-2031年中国冰雪行业企业经营战略建议

第一节 2026-2031年冰雪行业企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第二节 2026-2031年冰雪行业企业的资本运作模式

一、冰雪行业企业国内资本市场的运作建议

1、冰雪行业企业的兼并及收购建议

2、冰雪行业企业的融资方式选择建议

二、冰雪行业企业海外资本市场的运作建议

第三节 2026-2031年冰雪行业企业营销模式建议

一、冰雪行业企业的国内营销模式建议

1、冰雪行业企业的渠道建设

2、冰雪行业企业的品牌建设

二、冰雪行业企业海外营销模式建议

1、冰雪行业企业的海外细分市场选择

2、冰雪行业企业的海外经销商选择

第十四章 中道泰和投资的建议及观点

第一节 冰雪行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第三节 市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

图表目录

图表：2023-2025年中国冰雪资产规模分析

图表：2024-2025年中国冰雪行业供给情况

图表：2024-2025年中国冰雪行业市场规模

图表：2025年中国冰雪行业负债规模分析

图表：2024-2025年中国冰雪行业市场产品价格走势

图表：2026-2031年中国冰雪行业市场产品价格趋势预测

图表：2024-2025年中国冰雪行业利润规模及增长速度

图表：2024-2025年中国冰雪行业销售收入

图表：2024-2025年中国冰雪行业销售利润率

图表：2023-2025年中国冰雪行业总资产利润率

图表：2024-2025年中国冰雪行业净资产利润率

图表：2023-2025年中国冰雪行业总资产增长率

图表：2024-2025年中国冰雪行业净资产增长率

图表：2024-2025年中国冰雪行业资产负债率

图表：2024-2025年中国冰雪行业速动比率

图表：2024-2025年中国冰雪行业流动比率

图表：2023-2025年中国冰雪行业总资产周转率

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：4066519

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20260328/4066519.shtml>

在线订购：[点击这里](#)