

# 冬奥会催生冰雪热 省会“冰雪经济”火起来

以冬奥会为契机,冰雪运动“飞入寻常百姓家”,逐渐为人所知,成了人们心中健康、时尚、接地气的运动。省会随之掀起了一场冰雪热,人们热情地参与到冰雪运动中,与此同时,商家的“冰雪”商品、“冰雪”互动活动也越来越受到青睐。

□本报记者 杨琨

## 冰雪运动常态化催生“冰雪经济”

北京冬奥会开幕以来,憨态可掬的吉祥物“冰墩墩”成为超级顶流。“你有‘冰墩墩’吗?”成为春节新的流行问候。京东消费趋势显示,春节期间“冰墩墩”吉祥物的搜索量占比达90%,合计有超千万人次搜索“冰墩墩”。



■新百广场冰雪系列商品受青睐。

人人都想要一个自己的冰墩墩,一“墩”难求,更是成为冬奥会期间最热的话题。于是,各种民间DIY版冰墩墩等应运而生,冰墩墩汤圆、冰墩墩糖葫芦、冰墩墩表情包……

京东消费情况显示,在冰与雪之间,滑雪用户的群体占比更大,并且保持逐年缓慢上升的趋势。在所有冰雪运动用户中,占比从2018年的占比88%,提升至2021年的90%。

随着室内场馆的规模化兴建和冰雪运动旅行的火爆,冰雪运动早已打破时间的限制,一年四季都可以享受冰雪乐趣。非雪季冰雪滑雪消费占比在持续提升,冰雪运动常态化将是未来发展的趋势。

因此,未来冰雪运动常态化,将催生“冰雪经济”,更多的人愿意积极参加冰雪运动,从中感受到快乐,一起去点亮冰雪运动的未来。于是,“冰雪”商品、“冰雪”活动将越来越受到人们的喜爱。

## 冰雪品牌迎来加速发展

随着北京冬奥会开幕,有超100万网友涌入奥林匹克天猫官方旗舰店,冬奥吉祥物冰墩墩的许多相关产品几乎“秒空”。当晚的冬奥会开幕式,不少网友开启了边看



■北国超市“冬奥元素”商品摆在最抢眼的位置。



■勒泰中心冰场上享受滑冰乐趣的人们。

直播边买同款模式,“冬奥开幕式中国队羽绒服”登上淘宝热搜。

冰雪运动由国外品牌主导的局面也在悄然改变。北京冬奥会就像一剂催化剂,极大促进了中国冰雪产业的发展。

日前,阿里巴巴发布《虎年春节消费趋势报告》指出,当数字技术与实体产业结合,诞生了不少新消费趋势,为消费者带来新年味;当春节遇上冬奥,带旺了冰雪消费,也促进了冰雪产业发展,国内冰雪品牌迎来在海内外两个市场加速发展的新契机。

以冬奥会为契机,冰雪运动“飞入寻常百姓家”,逐渐为人所知,成了人们心中健康、时尚、接地气的运动。随之,全国掀起一场冰雪热,3亿人参与到冰雪运动中,冰雪产业蓬勃发展。据相关部门统计,2022年春节假期,冰雪运动带动全国体育用品、体育相关服务销售收入同比分别增长32.4%和1.4倍。

## “冬奥”款羽绒服和运动外套火了

自冬奥会开幕后,省会消费者对运动服饰更为喜爱。

在新百广场,工作人员表示,安踏运动品牌做为北京2022年冬奥会官方合作伙伴,专柜内的运动服备受青睐。近日,就有很多到店消费者,特别是年轻人都是直奔安踏专柜,“冬奥”款羽绒服、卫衣、运动外套等商品销量明显增长。



■省会各卖场滑雪服和运动服热卖。

除此之外,安踏的冰雪系列商品,特别是谷爱凌专属冰雪外套,男女同款,在近期更是销售火爆,很多人喜欢购买情侣同款,助力冬奥。

在专柜正在选衣服的张女士,在用手机给爱人拍谷爱凌专属冰雪外套的男款,她表示计划发给爱人,一人购置一件。

紧跟冬奥风潮,新百广场运动区还推出了桌上mini冰壶致敬冬奥、玩偶巡游、投壶等娱乐项目,以满足消费者的运动情结。

在北国超市内,青岛啤酒、燕京啤酒、金龙鱼、伊利等北京冬奥会官方赞助商和合作伙伴,纷纷在商品显著位置增加了冬奥元素的标识,配合喜庆的“中国红”和冬奥元素氛围,为冬奥健儿助力,而消费者在商品选择上也更倾向于冬奥相关产品。

“相关冬奥的商品特别受消费者关注。”昨日,石家庄万象城工作人员表示,自2006年起,浪琴表担任国际滑雪联合会(FIS)官方合作伙伴与官方计时,因此浪琴表先

行者系列腕表受到消费者关注。而因谷爱凌是IWC万国表的全球品牌大使,这一品牌已经成为省会运动员、时尚人士等青睐的品牌。“万象城多款滑雪服也很热卖,因其防水性强、运动更自如、保暖性强等格外受消费者喜爱。这说明今年更多的消费者已经喜欢穿着滑雪服融入到各种滑雪活动中去,享受体育带来的乐趣。”

## 更多消费者喜爱体验冰雪乐趣

精彩的冬奥比赛不仅给观众带来一场体育盛宴,也激发大家的运动热潮。自北京冬奥会开幕以来,勒泰中心5层的欧悦真冰场消费人数达到了开业以来的新高峰,消费者或是在专业教练员的帮助下学习滑冰要领,或是在冰上翩翩起舞。

为了让更多消费者体验冰雪乐趣,勒泰中心线上小程序还推出“欧悦冰场体验票”供消费者选购,为冬日冰雪氛围再添活力。

此外,勒泰中心工作人员表示,李宁、安踏、胜道体育等运动品牌的销售也明显上涨,位于勒泰中心三层的安踏品牌作为本届冬奥会官方合作伙伴,多款由安踏专业科技加持的运动装备,包括国家队同款炽热科技、新一代中低氮科技鞋款以及代言人同款等多种产品深受消费者追捧。

在欢乐汇的冰世界,相关工作人员表示,冰世界依托IWI在全球超过600个冰上运动及娱乐项目开发、项目运营及技术支持与服务经验,整合了多种休闲体育、儿童娱乐、专业赛事、餐饮服务等多业态资源,集文化、体育、娱乐于一体,给消费者带来全新的冰雪体验。

裕华万达广场为了让消费者近距离体验冬奥冰雪项目,在二号门外搭建了室外真冰滑冰场,让消费者近距离体验滑冰运动的乐趣。

“冰场免费为消费者提供冰刀、护具等一系列用品,帮助大家更好地体验滑冰运动。”裕华万达广场工作人员表示,从小孩到大人可以到二号门外的滑冰场一同去体验冰雪运动的乐趣,连日来,不少家庭来这里开心体验冰雪亲子互动活动。

不难看出,如今,省会人越来越倾向于就近参与冰雪运动,体验冰雪休闲活动。



■在欢乐汇每天都有不少小朋友体验冰上运动的乐趣。



更多精彩请关注  
“乐尚新生活”公众号