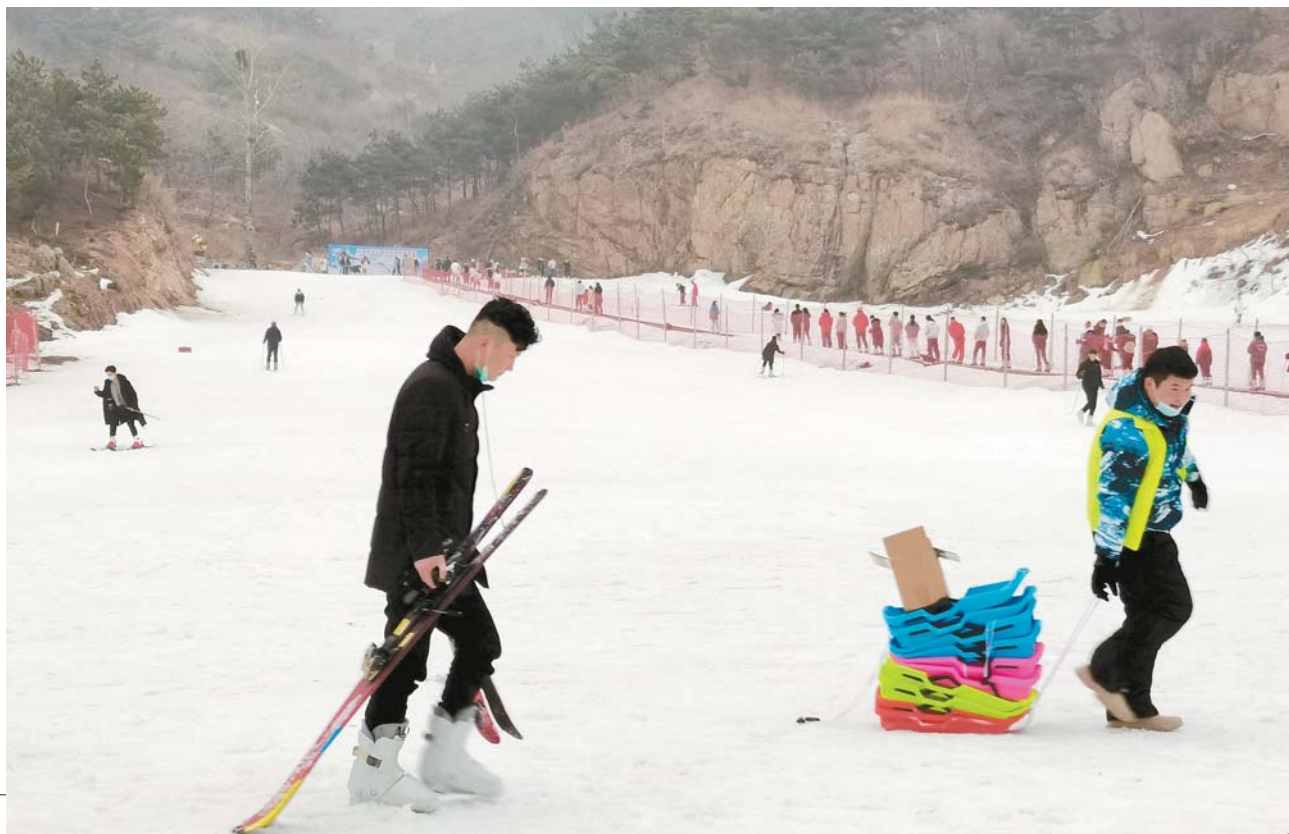


□文/图 半岛全媒体记者 许耀文 白菊

“冬奥会”的临近为冰雪运动增添一把火,进入冬季,冰雪热潮在各地席卷而来,“滑雪”在网络上热了起来。线上,滑雪受人追捧,屏幕中、键盘下,雪板划过之后激起的仿佛是火焰,与滑雪的热情一起点燃。

随着“就地过年”成为新趋势,滑雪为留青过年的年轻人提供了一项新选择。线下滑雪场是否像线上一样“火热”?近日,记者探访了青岛的数家滑雪场发现,热度与线上相去甚远,有的滑雪场甚至“雪上加霜”。

►工作日的北宅高山滑雪场。



线上滑雪热,线下滑“寂寞”?

滑雪装备网上销量同比增13倍,但记者探访发现滑雪场有些“冷”

线上滑雪周边变成“生意经”

“技术不够,装备来凑。”滑雪爱好者刘先生用这句话形容部分初学者,他介绍说,“一副护目镜二三百元,滑雪服七百多元,好点的滑雪板上千元,买完整套滑雪装备要几千元,如果买中高端的装备,价格会更高,这是个烧钱的爱好。”他补充说,“如果只是想体验滑雪,购买全套装备不划算,毕竟单价高,使用场景少。”闲置率高的滑雪装备出现在闲鱼等二手平台,搜索“二手滑雪板”等关键词,不乏有滑雪体验者半价出售使用过的滑雪装备。

滑雪装备销量一路攀升,CBNDATA联合天猫体育发布的《2020冬季新活力生活趋势报告》显示,近期滑雪装备的销量同比增长13倍,远超其他运动类目。在滑雪的运动装备中,防抖相机最受欢迎,消费增速超3倍以上,销量力压滑雪板。此外,南恩、Vector、Nobaday等国产新锐品牌,集体挤入“十大Z时代喜爱冰雪品牌榜单”。

近日,单板滑雪品牌“奥雪文化”完成了2000万元Pre-A轮融资,在本轮融资之前,公司曾于2016年7月获得泽厚资本1000万人民币注资。据了解,“奥雪文化”旗下有两个滑雪装备品牌“零夏(XSUMMER)”和“NOBADAY”,“零夏”面向零基础入门级消费者,其王牌产品“小黑板”,是天猫滑雪板品类销量冠军。在Nobaday的天猫旗舰店,售卖滑雪板、固定器、头盔、护目镜等一系列滑雪必备产品,店中销量最高的一款价格为240元的滑雪头盔,滑雪板的价格较高,在千元以上。

线下滑雪场客流量遭“腰斩”

《中国冰雪旅游发展报告(2021)》显示,在游客需求驱动和高品质冰雪旅游供给刺激下,预计2020年至2021年冰雪季我国冰雪休闲旅游人次将达到2.3亿人次。在疫情防控常态化下,冰雪旅游需求结构更倾向于

周边游、家庭游、自驾游,冰雪旅游本地化特征显著。

“往年我们在周末能有2000多人的客流量,今年明显不如往年。”青岛北宅高山滑雪场的李经理告诉记者。位于崂山区的北宅高山滑雪场于2014年开始营业,如今在大众点评青岛地区的滑雪热门榜与好评榜中排在前三名。

据介绍,往年滑雪季,北宅高山滑雪场的单日客流量能达到2000人,即便在工作日客流量也能达到1000人左右,2020年以来受疫情影响,北宅高山滑雪场的客流量下降幅度较大,“从去年开始受疫情影响比较大,客流量不太理想,去年疫情暴发我们根据防疫规定及时闭店了,今年虽然在持续营业,学生也放假了,但客流量还是提不上来,少了一半左右。现在在工作日期间客流量能达到200人,周末能达到700人左右。”

记者了解到,每年的滑雪季一般从12月持续到明年2月,春节前后是滑雪场的旺季。受疫情影响,去年滑雪场普遍闭店未对外开放。今年,为获得更多游客青睐,滑雪场纷纷打起“价格战”,但效果微乎其微。

“今年我们发放了3000张29.9元的特价门票,发放量是往年的三倍,但游客增量并不明显。”青岛恒星滑雪场位于九水东路,作为距离市区最近的滑雪场,恒星滑雪场饱受好评。恒星滑雪场的梁经理告诉记者,自2020年疫情以来,滑雪场同样遭遇了客流量大幅下降的情况。今年虽然大量发放特价门票,但游客不及往年的一半,“以往我们在工作日有300人的客流量,到周末游客量能达到上千人。但今年,游客最多的时候只有500人左右。”

“现在物价涨了,但我们的门票没有涨价,仍然保持与往年价格一致。”北宅高山滑雪场采取“不涨价”的策略为自己揽客,但效果甚微,“如今物价上涨,许多滑雪场的门票和教练教学价格都有所上涨。我们虽然没有大幅的优惠,但是为了刺激消费我们没有涨价,可效果实在一般。”李经理说。

恒星滑雪场租赁价目表			
种类	价格/元	单位	备注
雪服	50	套	滑雪用具可自行租赁(头盔必须佩戴)
雪镜	20	副	
手套	10	副	
柜子	20	个	
护臂	30	副	
护膝	20	副	
护腕	10	副	

建议您聘请专业的滑雪教练							
教练	双板/单板	时间	人数				
			1人	2人	3-4人	5-9人	10人
教练	双板/单板	1小时	200/人	170/人	140/人	120/人	90/人
		2小时	350/人	260/人	220/人	190/人	140/人
教练	单板	1小时	1人	2人	3人		
		2小时	460/人	360/人	300/人		

恒星滑雪场的价目表。

剖析滑雪场“靠天吃饭”,高成本是难啃的骨头

随着冬奥会的临近,冰雪运动在我国北方逐渐兴起。近年来,滑雪运动在岛城“升温”,但由于地形地价、运营成本等投入较大,滑雪运动一直处于不温不火的状态。

“我们自开业以来,一直在亏本,”提到雪场的盈利情况,李经理的话锋急转直下。据李经理介绍,北宅高山滑雪场的投资大,平日的运营成本以及人力成本占比较高。在客流量较大的年份雪场尚未盈利,如今更是“雪上加霜”,“现在我们国家人均的滑雪成本在200元左右,而我们为了引流,将滑雪成本降到了70元。再加上高额的经营成本,我们到现在都没有盈利。”

“我们每年光水电费就要15万元左右,每个月平均花费5万元,还不算人工的费用,而且雪场算是‘靠天吃

饭’的买卖,温度不够低就无法造雪,没有好的雪质根本就不能正常开放营业。”恒星滑雪场梁经理告诉记者,雪场经营成本高、天气情况不稳定,再加上疫情这个“不可抗力”导致客流量下降,雪场要承担更大的经营压力,要想盈利确实困难。

“雪场要想盈利,无非在于企业自身的服务能力、运营能力以及在成本上开源节流,”在北宅高山滑雪场李经理眼里,雪场要想把火烧得更旺,不仅要加强自身吸引力,还需要“雪中送炭”的助力,“其实现在消费者对滑雪运动有些误区,如果有关部门能帮助宣传,对滑雪场进行指导与扶持,在冬奥会的影响下,青岛的冬季冰雪运动一定能得到更好的成长。作为企业,我们也能有更大的收获,更大的动力继续运营,并带动相关产业发展。”