

中国在线冰雪旅游市场专题分析2018

2018年1月

Analysys 易观
你要的数据分析

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



分析定义及范畴



- 在线冰雪旅游市场：用户通过在线旅游厂商的互联网平台（包括PC端和移动端）直接预订或先通过互联网平台查询再通过呼叫中心预订以冰雪气候资源为主要旅游产品的市场。
- 冰雪人群：
问卷调研中，符合下述任一特征即被定义为冰雪人群：近一年接触过冰雪活动，或参与过冰雪运动，或接受过冰雪培训的人群。
易观千帆中对冰雪APP（如GOSKI、滑呗）有明显偏好的用户即被定义为冰雪人群。
腾讯DMP平台根据腾讯大数据平台识别出冰雪兴趣用户，定义为冰雪用户。
本分析认为冰雪用户人群是冰雪旅游的核心潜在用户。

- 问卷调研：易观&腾讯2017年12月联合发起的《冰雪行业用户画像》市场调研，收回问卷2655份，有效问卷950份。
- 易观千帆、易观万像：只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。
- 腾讯DMP平台：根据腾讯大数据平台识别出冰雪兴趣用户，了解其人群特征与兴趣属性。
- 市场宏观数据：易观通过企业访谈、数据建模、参考公开信息等多种方式对市场宏观数据做出判断；同时，对政府公布的部分市场运行数据进行直接引用，并注明了数据来源。

- 易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。
- 易观千帆“A3”算法引入了机器学习的方法，使易观千帆的数据更加准确地还原用户的真实行为、更加客观地评价产品的价值。整个算法的升级涉及到数据采集、清洗、计算的全过程：1、采集端：升级SDK以适应安卓7.0以上操作系统的开放API；通过机器学习算法，升级“非用户主观行为”的过滤算法，在更准确识别的同时，避免“误杀”2、数据处理端：通过机器学习算法，实现用户碎片行为的补全算法、升级设备唯一性识别算法、增加异常设备行为过滤算法等3、算法模型：引入外部数据源结合易观自有数据形成混合数据源，训练AI算法机器人，部分指标的算法也进行了调整。

目录

CONTENTS

- 
- 01**  在线冰雪旅游市场概况分析
 - 02**  在线冰雪旅游市场厂商分析
 - 03**  在线冰雪旅游市场用户分析
 - 04**  在线冰雪旅游市场趋势分析

PART 1



在线冰雪旅游市场概况分析

多方利好推动中国在线冰雪旅游市场发展

冰雪运动利好政策出台，旅游地位明确激发市场活力

- ✓ **多项促进冰雪运动发展政策出台：**2016年11月国家体育总局发布了《冰雪运动发展规划（2016-2025年）》及《全国冰雪场地设施建设规划（2016-2022年）》，全面普及推广冰雪运动。国家体育总局又发布了《群众冬季运动推广普及计划(2016-2020年)》，为冰雪运动产业发展提供了新的指导方向。
- ✓ **明确产业地位：**2016年12月《“十三五”旅游业发展规划》，提出大力发展战略性支柱产业。

国民收入水平提高，旅游业有效促进宏观经济发展

- ✓ **旅游业对GDP贡献度持续上涨：**2016年中国旅游业在GDP中占比达到6.3%，对关联产业的拉动效应显著。
- ✓ **居民收入水平提高：**2016年，全国居民人均可支配收入达到23821元，增速超过GDP增速。
- ✓ **旅游产业有效拉动就业：**截至2016年，旅游产业已实现直接就业2813万人，旅游直接和间接就业7962万人，占全国就业总人口的10.26%。

80、90后成消费主力人群，促使旅游消费升级

- ✓ **80、90后成消费主力：**80、90后成为劳动人口和消费人群主要构成，其消费观念具有跨代际的影响、带动作用，助力全民出行方式越来越自助化、网络化，促使在线冰雪旅游预订增长。
- ✓ **健身运动需求凸显：**健身运动越来越受到消费者重视，群众体育健身意识普遍增强，参加体育锻炼的人数明显增加。
- ✓ **旅游消费频次增加：**旅游消费成为重要日常消费，消费者旅游频次和花费金额均有快速增长。

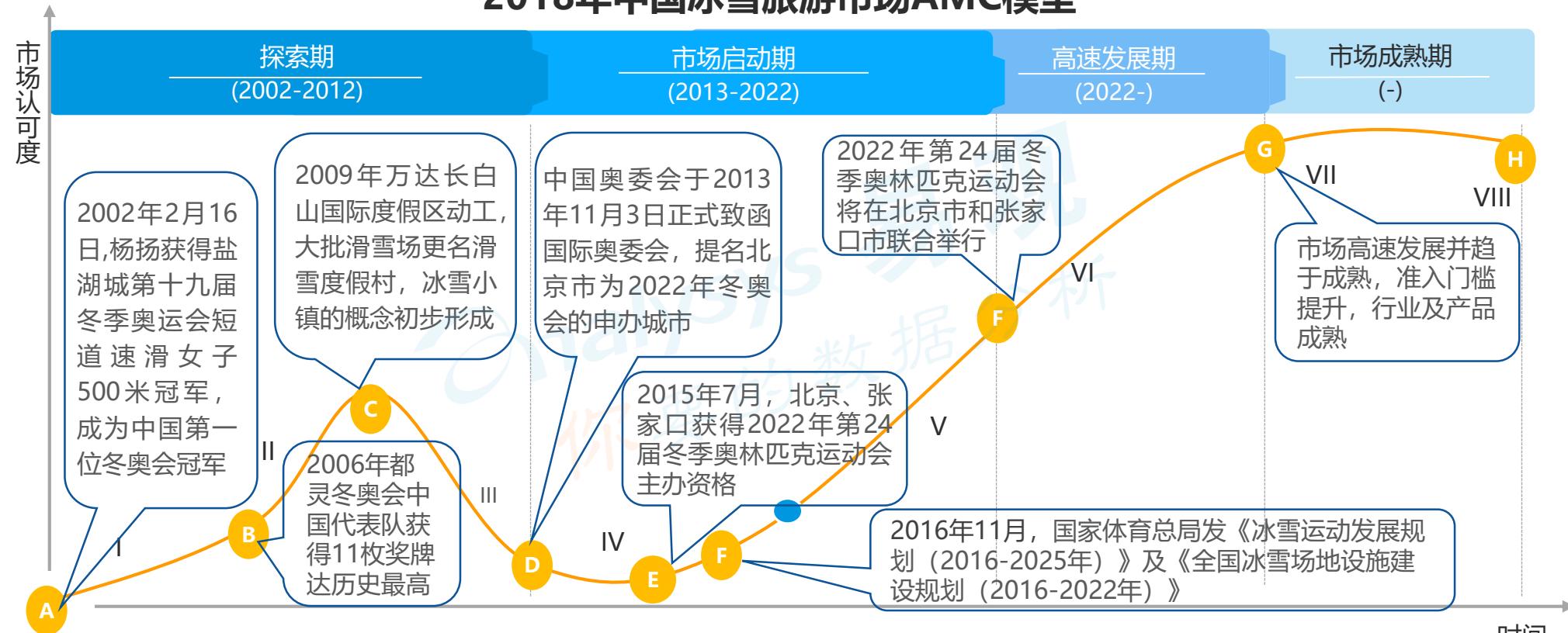
线上线下一体化，提升冰雪旅游体验

- ✓ **旅游信息化：**国家旅游局公布《“十三五”全国旅游信息化规划》，就旅游信息化提升工程、“旅游+互联网”、智慧旅游等作出了部署。
- ✓ **标准化产品体系：**途牛等在线旅游企业对景区和酒店等产品标准化改造深化，不同旅游元素动态打包、实时整合，在线预订便利性提升。
- ✓ **供应端互联网化水平提高：**旅游产品供应端互联网化水平提高，简化预订流程、丰富消费选择，使消费者能够通过移动端、网络端完成更多个性化、特色化预订。

中国冰雪旅游市场发展进入快速启动期，处于发展快车道

- 中国在2002年收获首枚冬奥会金牌，冰雪运动开始受到更广泛关注。
- 经过十余年的发展，目前中国冰雪旅游正呈现**快速启动**的状态， 2022年冬奥会将在北京市和张家口市联合举行后市场将进入高速发展期。
- 到2025年直接参加冰雪运动的人次将达5000万，并带动3亿人参与冰雪运动。Analysys易观分析认为，奥运周期将成为冰雪旅游发展的强力助推器，市场规模可期。

2018年中国冰雪旅游市场AMC模型



基础设施建设

引导社会力量积极参与设施建设，大力发展冰雪产业

□ 创新体育场馆运营

2014.10 《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》

2016.05 《体育发展“十三五”规划》

□ 支持建设改建多功能冰场和雪场，推进冰雪运动进景区、商场、社区、学校

2016.05 《体育发展“十三五”规划》

□ 加速滑雪场地、滑冰场地、冰雪乐园建设

2016.11 《全国冰雪场地设施建设规划（2016-2022年）》

2017.07 《河北省人民政府关于支持冰雪运动和冰雪产业发展的实施意见（2017-2022年）》

人才配套升级

突出青少年学生重点，加强人才队伍建设

□ 鼓励高等院校增设冬季运动相关专业、建立冬季运动培训基地、研究中心

2014.10 《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》

2016.11 《群众冬季运动推广普及计划（2016-2020年）》

□ 完善运动员文化教育与保障体系

2016.05 《体育发展“十三五”规划》

□ 培养青少年冰雪运动技能

2016.06 《全民健身计划（2016-2020）》

2016.11 《冰雪运动发展规划（2016-2025年）》

市场目标

2025年

带动3亿人参与冰雪运动
冰雪产业总规模达到10000亿元



北京市人民政府关于加快冰雪运动发展的意见 (2016-2022年)》

- 打造一张城市名片，发展冰球运动
- 建立冰、雪两支专业队伍
- 2022年北京市冰雪产业规模达到400亿
- 培养5万名冰雪专业人才
- 实现800万人参与冰雪运动
- 16个区，每个区至少建设一座1800平方米的滑冰馆

以滑雪产业为主导，激活冰雪产业起步发展

供应商



2016年滑雪人次突破1500万，在线冰雪旅游交易规模强劲增长

Analysys 易观
你要的数据分析

2007-2016年我国滑雪场数量与滑雪人次

■全国滑雪场数量(个) ■滑雪人次(万)

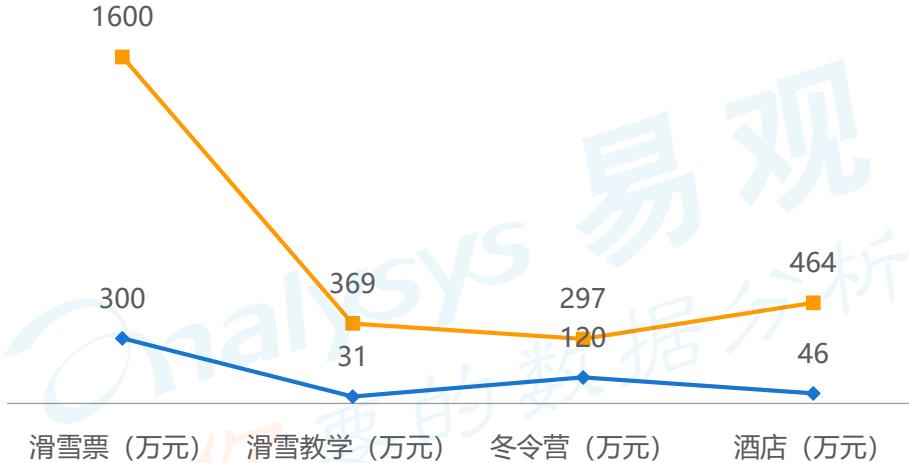


© Analysys 易观·《中国滑雪产业白皮书》

www.analysys.cn

2015-2016年滑雪在线交易额

2015 2016

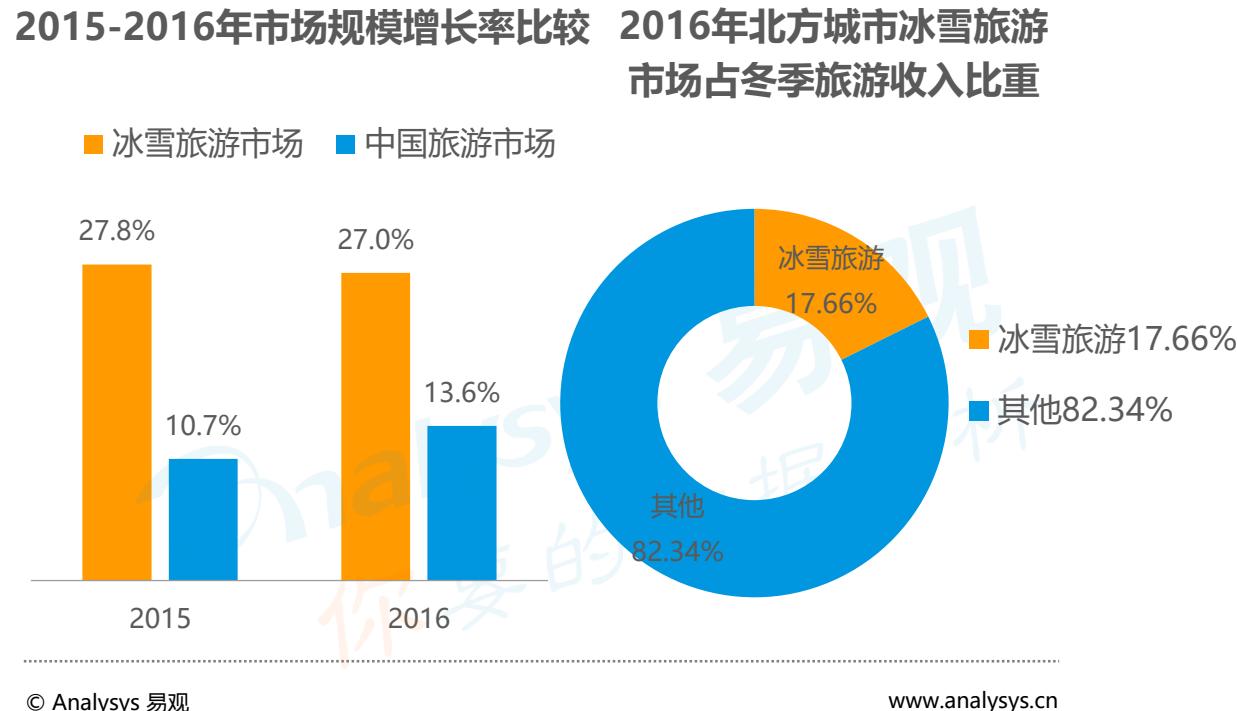
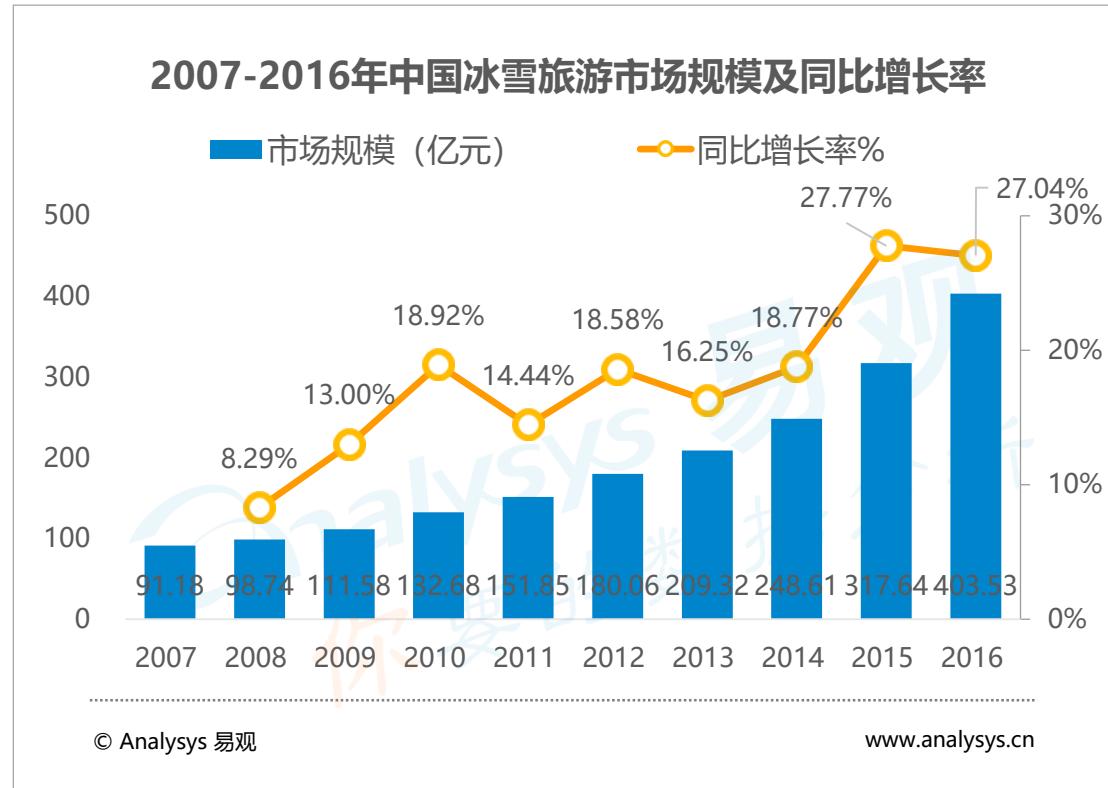


© Analysys 易观·《中国滑雪产业白皮书》

www.analysys.cn

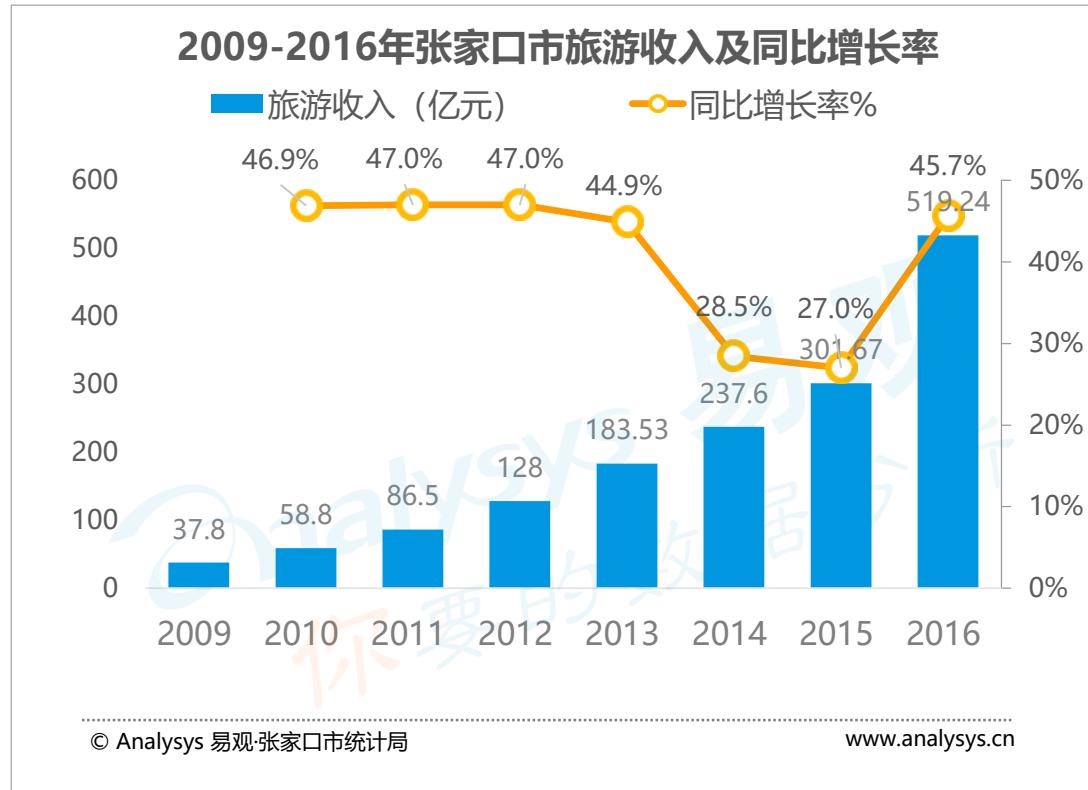
- 2016年，全国雪场录得**1510万**滑雪人次，比去年增长**20.80%**，在10年内冰雪产业呈现大幅增长，冰雪旅游市场开发潜力诱人。
- 2016年，滑雪在线交易额达到**2730万元**，比去年增长**449.30%**，呈现爆发式增长，目前国内滑雪场主要的收入来源是滑雪票，教学、食宿等项目占一定比例，收入构成略简单。Analysys易观分析认为，伴随在线旅企如途牛、驴妈妈等冰雪旅游产品资源整合与品类扩充力度的加大，能深度匹配和满足用户的冰雪旅游需求，并加强“冰雪+”度假休闲消费的刺激。

冰雪旅游成为冬季旅游发展新风向，市场规模达400亿



- 2016年，中国冰雪旅游市场规模达到**403.53亿元**，同比增长**27.04%**。近十年，冰雪旅游产业呈现高速增长的趋势。
- 2015年，北京、张家口获得2022年第24届冬季奥林匹克运动会主办资格后，冰雪旅游市场规模同比增长率达到**27%**以上，远超中国旅游产业平均增速，增长速度明显。2016年北方城市冰雪旅游市场规模达到**292.95亿元**，占北方冬季旅游市场规模比重的**17.66%**，冰雪旅游已成为大部分北方城市最重要的旅游资源和核心支柱，冰雪旅游产业地位正逐渐加强，成为冬季旅游发展的新风向。

京张携手获2022年冬奥会主办权，京津冀旅游协同发展优势凸显



2013年11月，北京和张家口递交申办2022年冬奥会的申请，2015年7月，北京-张家口获得2022年第24届冬奥会举办权，对中国冰雪运动的发展起了里程碑式的推动作用。

2016年张家口市旅游收入达到519.24亿元，同比增幅为45.7%，凭借冬奥举办机遇，推进冰雪旅游，打造张家口旅游业品牌。

冬奥会加速京津冀协同发展

□ 旅游交通

2016年，旅游交通设施以北京、天津、石家庄为鼎足，以纵横交错的高铁、城际、市域铁路线路为骨架的京津冀铁路交通运输新格局初步形成；公路方面打通了1300多公里的“断头路”、“瓶颈路”；河北公共交通方面已有356条公交线路与京津实现互联互通。

□ 生态（冰雪）旅游圈

京津冀三地17个县（市、区）公布了《经济技术旅游协同发展示范区合作宣言》，三地共建京东休闲旅游示范区、京北生态（冰雪）旅游圈、京西南生态旅游带等正快速推进。

□ 滑雪场

2016年，北京、河北滑雪场数量达到24、46家，滑雪人次达到171、122万人次。

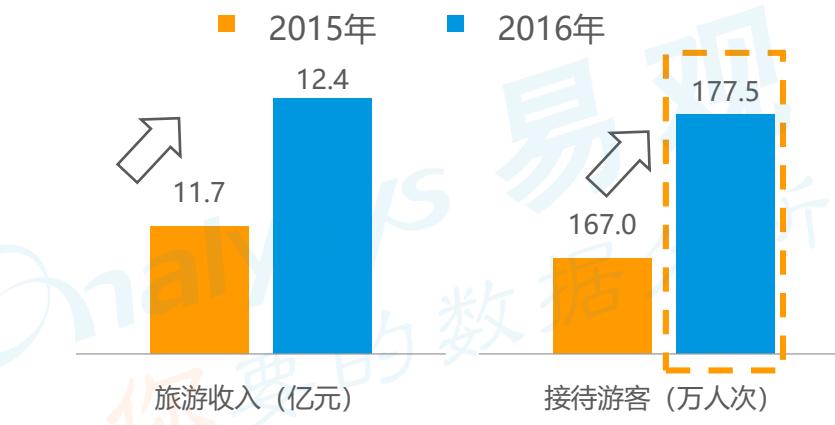
□ 投融资平台

截止2016年底，北交所旅游资源交易平台共挂牌京津冀地区旅游项目242宗，挂牌金额863.99亿元，成交项目28宗，成交金额6.01亿元。

| 借承办冬奥契机，引资本入局，滑雪产业呈现出良好的发展态势

Analysys 易观
你要的数据分析

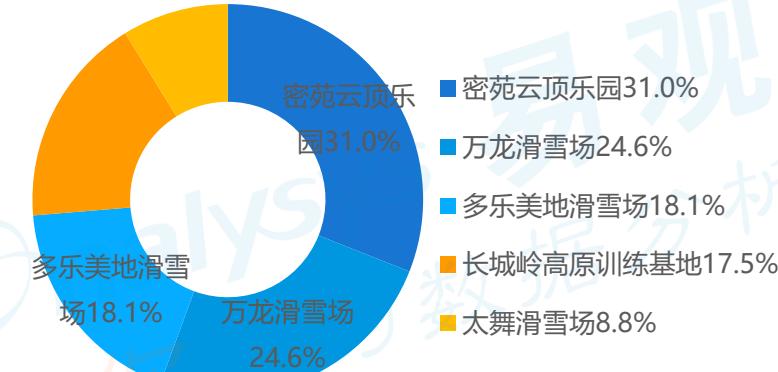
2015-2016年崇礼区雪季雪场旅游收入及接待游客量



© Analysys 易观·张家口市政府信息公开平台

www.analysys.cn

2016年崇礼区各雪场接待游客量



© Analysys 易观·张家口市政府信息公开平台

www.analysys.cn



崇礼太舞石头季滑雪度假村

400公顷雪场 138千米规划雪道

HBN 华录百纳

极限冰雪嘉年华



冰雪赛事 演唱会 冰雪音乐节 旅游文化节

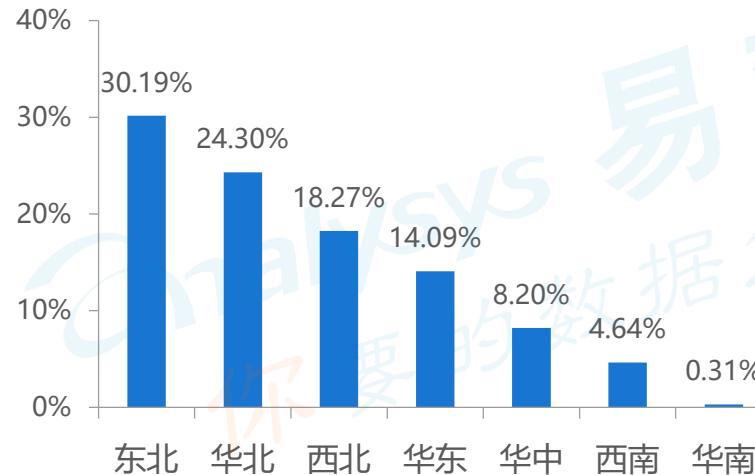


四季康体度假旅游目的地

滑雪、休闲、养生、度假

资源型旅游目的地受热捧，出境滑雪游升温显著

2016年中国滑雪场区域分布



© Analysys 易观·《冰雪蓝皮书》

www.analysys.cn

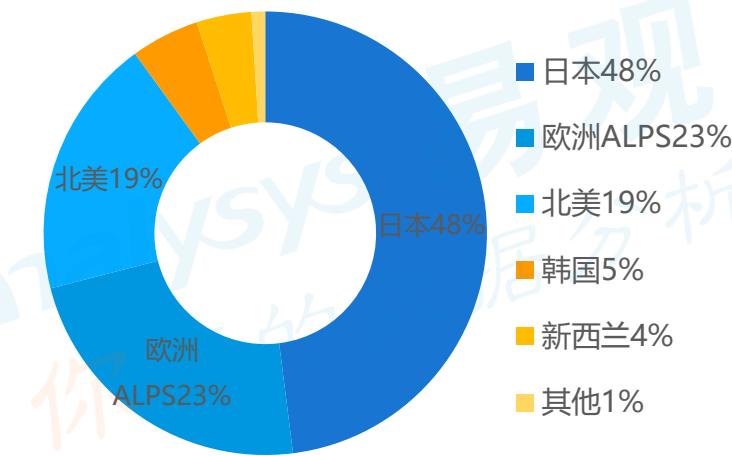
2016年国内滑雪旅游目的地TOP8

排名	滑雪场	省份	排名	滑雪场	省份
1	长白山滑雪场	吉林	5	神农架滑雪场	湖北
2	万龙滑雪场	河北	6	长城岭滑雪场	河北
3	密苑云顶滑雪场	河北	7	亚布力滑雪场	黑龙江
4	北大湖滑雪场	吉林	8	密云南山滑雪场	北京

© Analysys 易观·蚂蜂窝自由行

www.analysys.cn

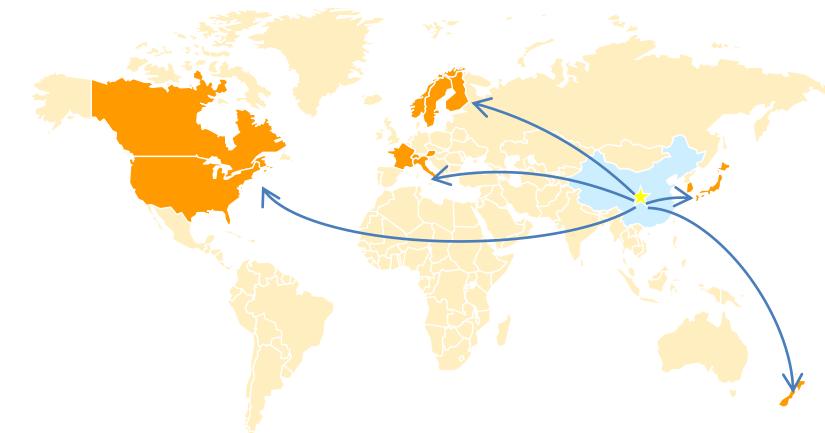
2016年中国滑雪爱好者出境目的地



© Analysys 易观·《中国滑雪产业白皮书》

www.analysys.cn

- 受欧亚大陆季风性气候影响，我国北方地区每年有较长的结冰期，冰雪旅游资源丰富，南方冰雪旅游运动受到气候条件限制，仍处于市场培育阶段，但潜力巨大。
- 国内具备运动属性、拥有难度不同的各种雪道产品的雪场数量仅为25%，垂直落差大于300米的雪场只有不到3%，滑雪爱好者将目光投向国外，日韩、北美、欧洲等地受到热捧。



滑雪场云运营解决企业管理的痛点，提升用户购买体验

解决雪场管理场景问题

1、数据安全可靠



2、运营成本减少



3、获取雪场状态



流程简化，体验提升

线上购票/线下购票

取票

入口检票

付押金

租赁雪具

领取雪具

进入雪场



取票

入口检票



领取雪具

进入雪场

PART 2



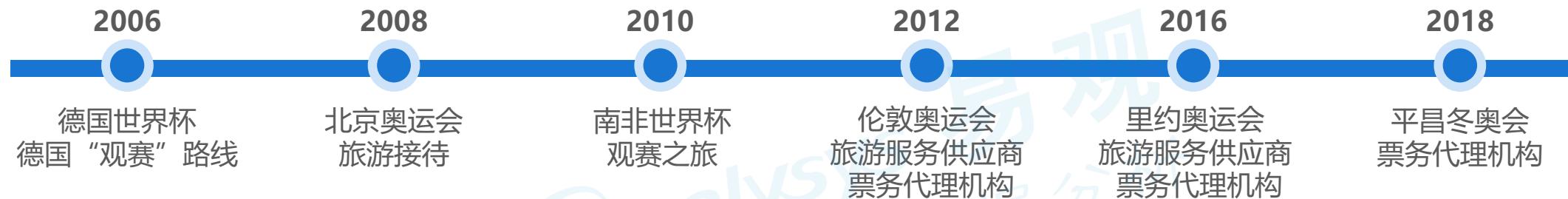
在线冰雪旅游市场厂商分析

途牛：元素线路整合及供应体系升级，深度匹配冰雪旅游需求

- 途牛通过大交通、住宿产品整合，并深度挖掘冰雪旅游元素，推出多款“滑雪+”产品，整合于线路行程中，满足休闲度假游客需求。
- 在通过途牛预订滑雪的客群中，18岁至45岁占据主流，占比达到75%，因此亲子人群成主力；另外，途牛通过定制游、牛人专线、自驾线路开发等来满足滑雪一族的需求。



- 凯撒旅游于2015年成功上市，体育旅游成为其发力的重要市场，致力于赛事票务销售、体育旅游、体育培训、传统休闲旅游，发展“奥运大IP+旅游”的体育旅游产品运营模式。
- 2015年6月，凯撒旅游宣布正式进军滑雪旅游市场，并推出全新滑雪子品牌“滑遍天下”，成为第一家介入滑雪旅游市场的大型、专业出境旅游服务机构，深耕全球滑雪旅游市场，为消费者提供高品质一站式服务的出境游滑雪产品，将其打造成国内专业的滑雪旅游第一品牌。



- 体育旅游**
- 四次合作奥运
 - 赛事票务商业化运作和赛会接待服务的市场地位
- 深度旅游体验**
- 新奇特高系列、幸福私家团
 - 覆盖家庭、亲子、青少年冬令营及自由行等滑雪产品



- 加大信息技术研发力度
- 搭建度假自由行业务平台



线下布局滑雪运动领域生态构建



线上打造“内容+社区+电商”滑雪平台



- GOSKI具有线下资源优势，深耕垂直领域。GOSKI面向C端，拥有完整的滑雪生态资源，且在打造自主IP的道路上先行一步。
- 目前看GOSKI的线上部分思路与运动健康领域的路跑APP思路相类似，滑雪的人群基数远远小于路跑，滑雪这一垂直领域的应用数量少，竞争程度小；冰雪产业的成长将带动滑雪人数的增加，为相关应用带来更大流量。



滑雪族网站、微信公众

面向C端，向广大滑雪爱好者提供滑雪资讯、举行线上活动，以全球免费试滑等活动吸引流量。

- 依托微博、微信，借用大众社交平台打造垂直资讯媒体形象
- 在消费升级的当下，利用上述平台的社交属性进行滑雪营销，培养大众消费群体
- 与线下企业联动举行大众赛事、体验活动从大众参与切入滑雪市场



滑雪族企业云服务 (SAAS)

面向B端，打通滑雪产业信息化服务流程。为滑雪用户、滑雪场、滑雪俱乐部提供在线购买雪票、预约教练、预订酒店等各种服务。



HIGH SNOW三人接力赛

弱化了滑雪比赛的竞技性，提升了大众的参与感和娱乐性。打造娱乐性、大众性滑雪赛事IP。



PART 3



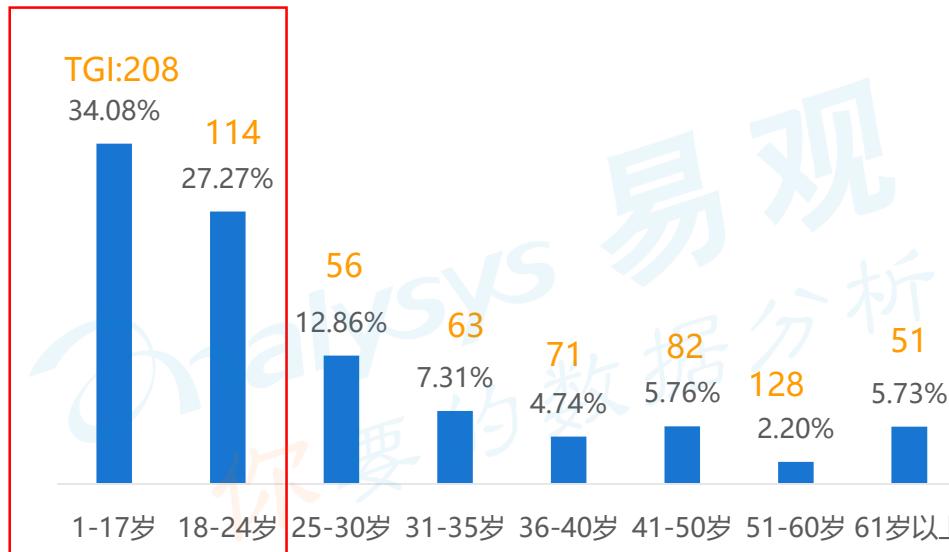
在线冰雪旅游市场用户分析

一线城市年轻化人群构成冰雪核心人群

冰雪人群年龄属性分布

TGI=冰雪人群中该年龄段人群占比 / 总体人群中该年龄段人群占比

TGI>100时，冰雪人群在该年龄段的集中程度高于总体人群

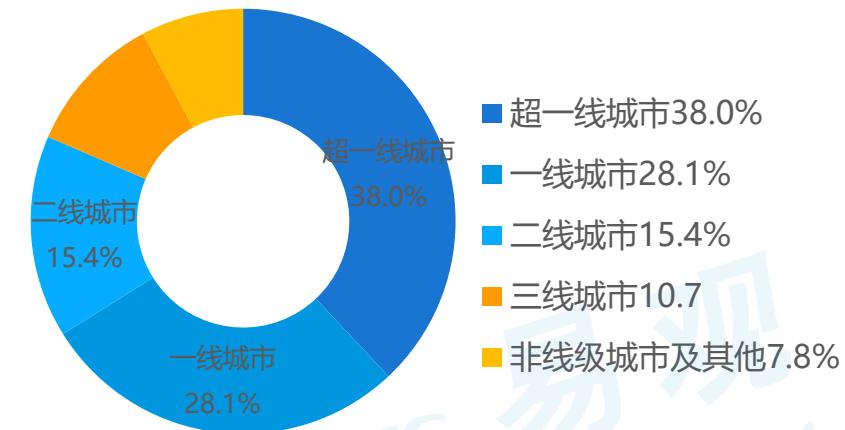


数据来源：腾讯DMP平台

© Analysys 易观

- 腾讯DMP平台数据显示，冰雪人群中**24岁以下年轻人群更集中。**
- 一线城市以上城市**构成了冰雪人群的地域主体，占比达到66.1%。
- 冰雪人群的地域分布显示：北京、深圳、上海等**一线城市排名靠前**，冰雪人群渗透在东北等拥有丰富冰雪资源的地区更高。

冰雪人群地域属性分布



数据来源：易观2017年12月发起的《冰雪行业用户画像》市场调研得出，收回问卷2655份，有效问卷1000份

© Analysys 易观·问卷调研

www.analysys.cn

最爱冰雪城市TOP10

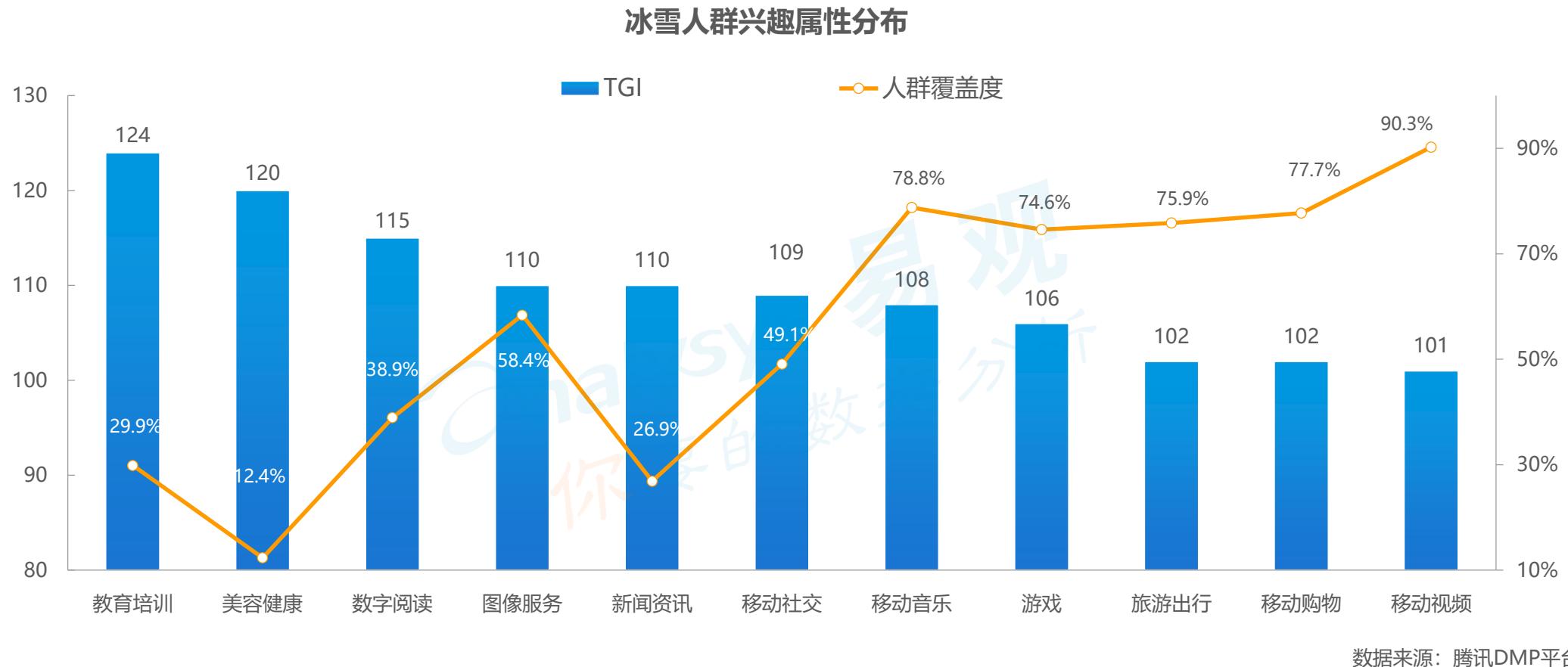
排名	城市	排名	城市
1	北京	6	上海
2	哈尔滨	7	张家口
3	深圳	8	长春
4	沈阳	9	成都
5	重庆	10	天津

数据来源：腾讯DMP平台

© Analysys 易观

www.analysys.cn

冰雪人群兴趣属性分布广泛，追求生活质量



© Analysys 易观

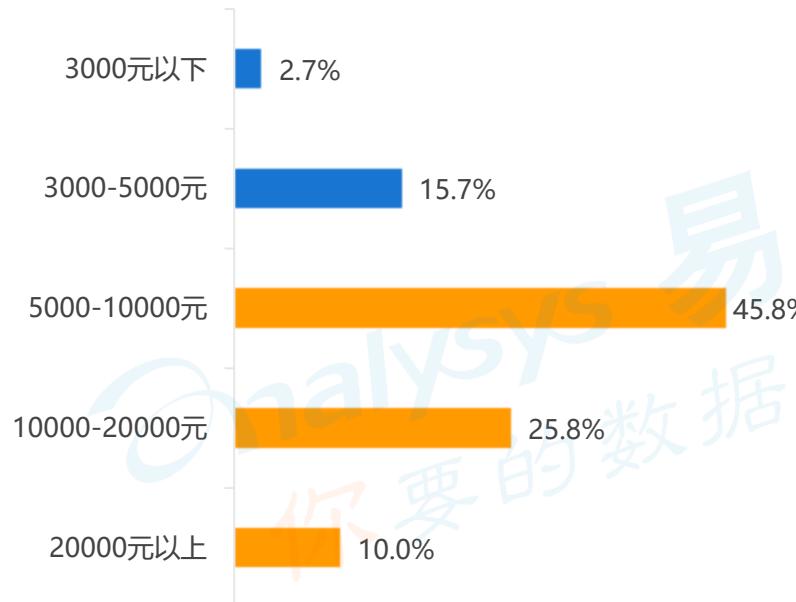
www.analysys.cn

- 冰雪人群在教育培训、美容健康、移动社交方面兴趣属性更突出。爱视频、爱音乐、爱购物、爱出行，冰雪人群追求生活质量的形象跃然纸上。

冰雪人群收入和消费水平高，理财意识强

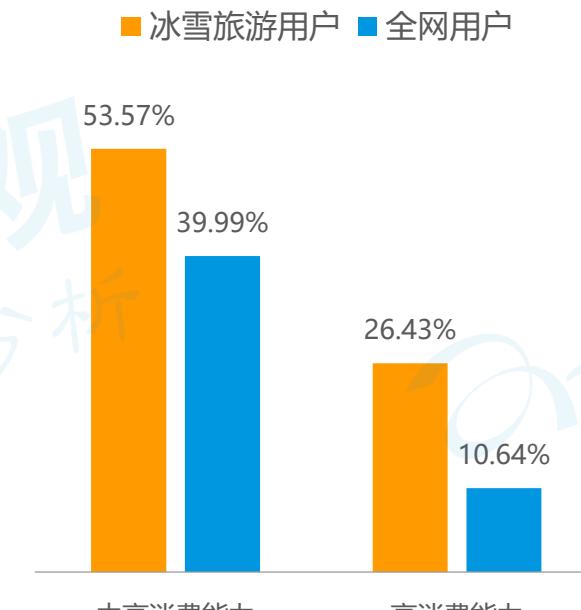
- 冰雪人群的月收入更多集中在5000到10000元的区间，3成以上超过10000元。
- 冰雪人群中有更多中高/高消费人群。
- 冰雪人群会赚钱能花钱，理财方面的意识也领先全网，银行、证券、投资理财类的APP的渗透均高于全网用户。

冰雪人群月收入分布情况



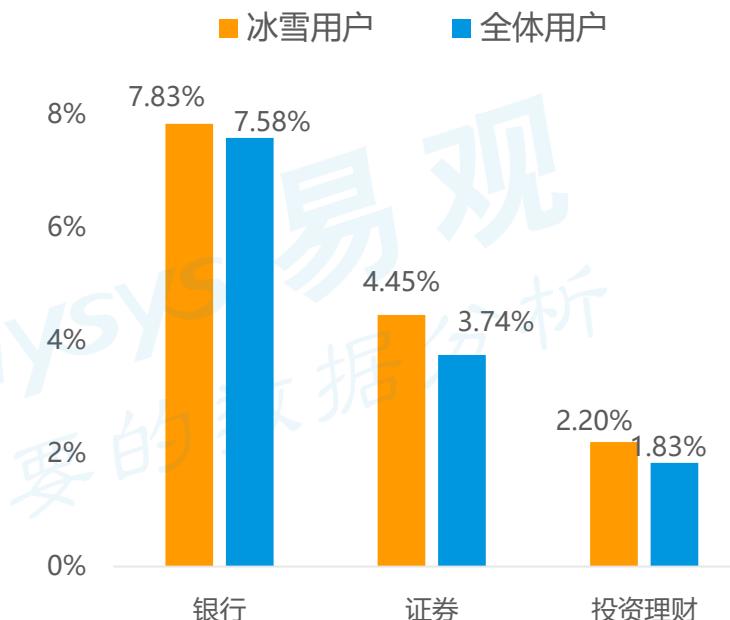
数据来源：易观&腾讯2017年12月联合发起的《冰雪行业用户画像》市场调研，收回问卷2655份，有效问卷950份

冰雪人群消费能力与全网用户对比



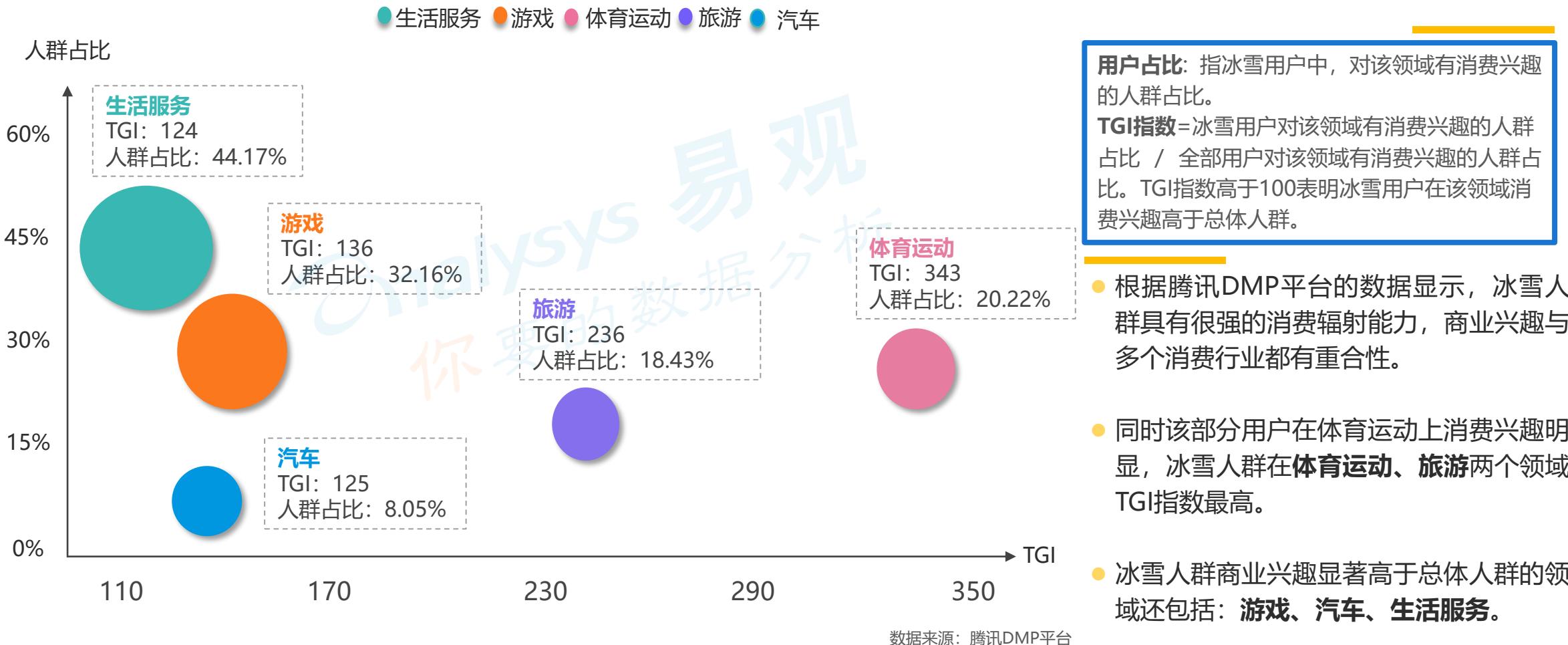
数据说明：易观万像只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观万像基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

理财类应用冰雪人群渗透对比



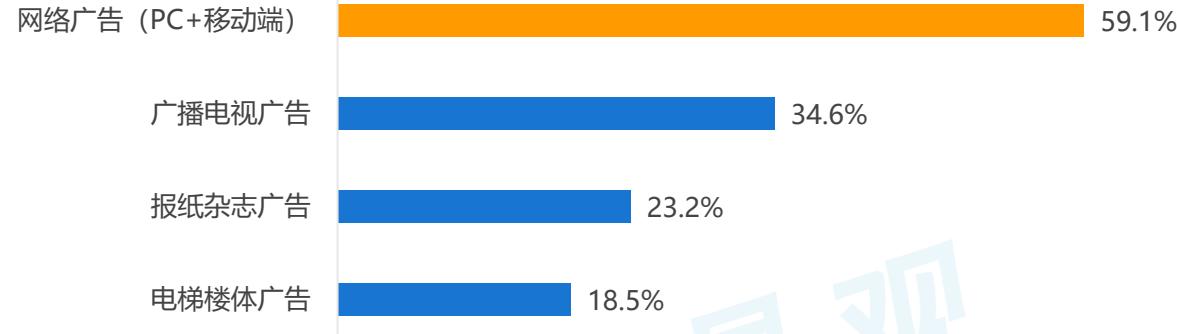
易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观千帆基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

冰雪人群消费兴趣遍布多个行业



网络是冰雪运动推广的重要窗口，互联网是受众主要触媒渠道

用户接触冰雪广告的渠道分布



数据来源：易观&腾讯2017年12月联合发起的《冰雪行业用户画像》市场调研，收回问卷2655份，有效问卷950份

© Analysys 易观

www.analysys.cn



© Analysys 易观

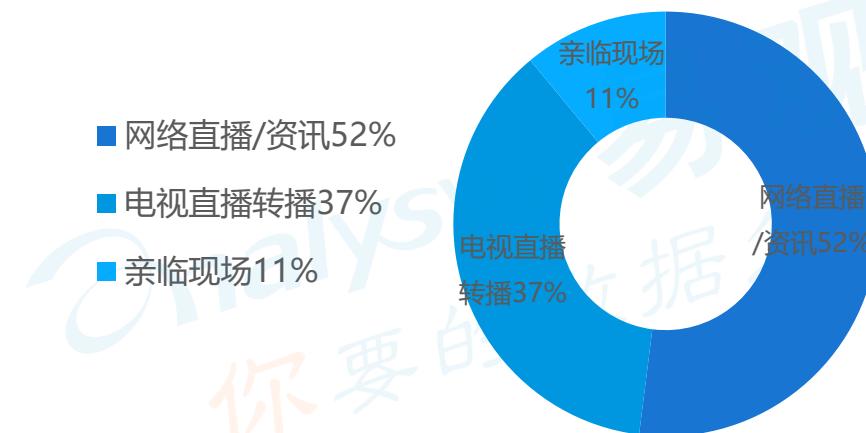
2018/2/1

www.analysys.cn

数据分析驱动业务升级

- 从用户接触冰雪广告的渠道分布来看，**网络渠道成为了冰雪运动推广的重要窗口，网络广告 (PC+移动端) 在到达率上处于高位**。在未来互联网广告将是冰雪厂商重点投放的对象。
- 从冰雪人群关注冰雪赛事的渠道来看，**网络直播/资讯的渠道成为了冰雪人群关注赛事信息的主要方式**。
- 冰雪用户在**网络服务类、运营商类、服饰类、个人用品类、IT产品类广告**上点击偏好更显著

冰雪人群关注冰雪赛事的渠道分布情况



数据来源：易观&腾讯2017年12月联合发起的《冰雪行业用户画像》市场调研，收回问卷2655份，有效问卷950份

© Analysys 易观

www.analysys.cn

体育社区和社交平台是冰雪人群两大主要的移动互联网根据地

冰雪人群的移动互联网使用偏好情况



数据说明：易观万像只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第4季度易观万像基于对22.5亿累计装机覆盖及5.5亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys易观·易观万像

www.analysys.cn

2018/2/1

数据分析驱动业务升级

26

PART 4



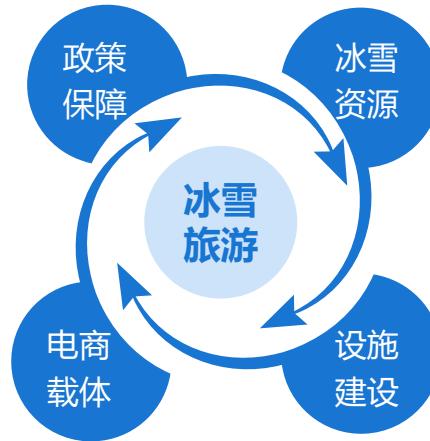
在线冰雪旅游市场趋势分析



冰雪运动产业化进程加快，推动相关产业发展

产业聚合

- 冰雪产业之间存在相互性以及共性等特征，彼此紧密联系，形成相互支撑、扶持的聚合产业集群。
- 冰雪运动关联的行业资源得到充分整合，产业化程度提高，促进竞合市场运作下产业聚合。



产业裂变

- 冰雪产业之间形成一种竞合关系，逐渐发展呈现出产业链横向扩展与纵向延伸的专业化格局。
- 冰雪产业裂变形成区域优势与核心竞争力。



产业辐射

- 冰雪产业发展迎来鼎盛时期，成长为强辐射力的支柱产业，为城市传递市场能量，加快城市建设步伐。
- 为冰雪运动产业的自主品牌创造机遇。



冰雪旅游发展在旅游业、体育、经济以及文化建设等诸多领域发挥重要的作用，在全国范围内产生了重大影响，冰雪旅游产业正呈现出多样化、高水平的发展态势。在各种政策保障和产业创新机制下，冰雪旅游关联的各类产业要素潜能得到释放，配置效率得到提高，对旅游、体育领域的经济活动与经济联系形成较大冲击。

产业体系变革，冰雪旅游度假模式将成主流

大型滑雪旅游度假区特征

01 区域性集聚，竞争加剧



自然资源优势 区域性政策支持

大型滑雪旅游度假区
吉林省、河北省崇礼
地区及黑龙江省区域

聚集程度较强
聚集速度提升
竞争加剧

02 地产投资偏好



万科 vanke



地产企业资金优势
加速投资成本回收

03 特色经营，市场细分



专业化雪道、特色饮食



滑雪培训、赛事承办、青年滑雪



儿童娱乐

用户旅游偏好转变

观光游

购物游

- ✓ 收入持续增长
- ✓ 出境游经验增多
- ✓ 政策便利性提升
- ✓ 交通便利性提升

度假
旅游

2016年滑雪者人数与滑雪人次比较

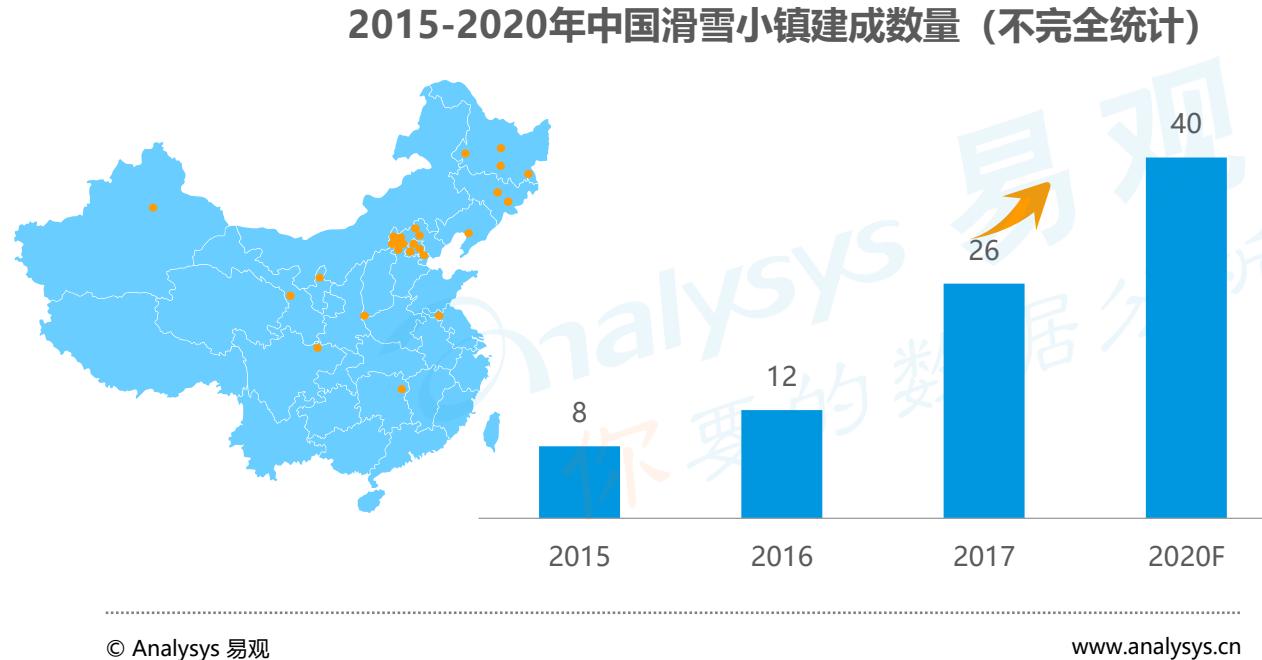
滑雪人次	1510万
滑雪者人数	1133万

© Analysys 易观·《中国滑雪产业白皮书》

www.analysys.cn

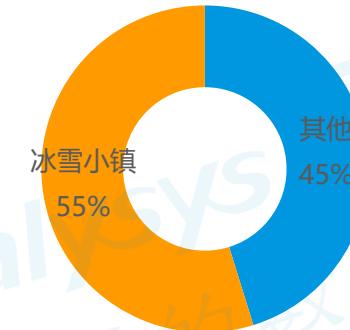
- 大型滑雪旅游度假区区域性集聚现象明显，滑雪项目差异性较小，同时非雪季经营存在障碍瓶颈，度假区依托地产集团投资，四季特色经营的发展模式逐渐清晰，冰雪度假旅游模式成为冰雪产业体系变革的主要方向。
- 我国冰雪旅游用户大多为一次性体验用户，以休闲娱乐为主；旅游用户的出游偏好逐渐向度假旅游靠拢，个性化深度旅游体验需求加强，冰雪度假旅游将成为冬季旅游的一大特色。

冰雪旅游高速发展，中国将诞生40个特色冰雪小镇



- 据不完全统计，2017年国内已建成26个特色冰雪小镇，冰雪小镇生态圈正在加速形成，Analysys易观分析预测，到2020年冰雪小镇数量将达到40座，迎来冰雪旅游市场的爆发期。
- 目前冰雪小镇主要分布在黑龙江、吉林和京津冀地区，但全国范围内冰雪小镇正以星星之火的态势迅速发展，南方市场潜力巨大。

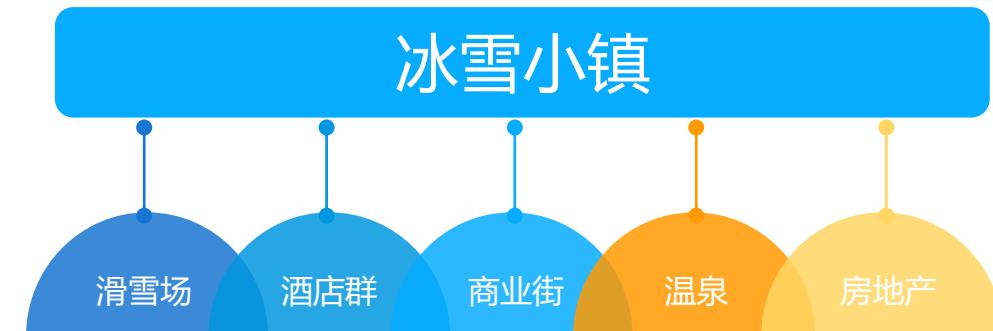
冰雪小镇经济规模占冰雪旅游市场规模比重



© Analysys 易观

www.analysys.cn

- 冰雪小镇将运动、度假、商业、休闲娱乐等业态进行融合，形成完整的运营结构，2016年冰雪小镇的经济规模估计到达220亿元水平，占冰雪旅游市场规模的55%。



数据分析驱动业务升级

- 易观千帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅



易观订阅号



易观千帆试用