



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国滑雪产业前景 分析与市场预测报告

一、调研说明

《2010-2015年中国滑雪产业前景分析与市场预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/149677.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

摘要

滑雪是运动员把滑雪板装在靴底上在雪地上进行速度、跳跃和滑降的竞赛运动。滑雪板用木材，金属材料和塑料混合制成。滑雪竞赛主要有两种：北欧滑雪和高山滑雪。高山滑雪由滑降，小回转和大回转（障碍滑雪）组成。高山滑雪混合项目，由上述三个项目组成。北欧滑雪（比赛）包括个人越野滑雪赛和男子接力赛和女子接力赛。此外还有跳台滑雪赛，以及北欧混合项目比赛，包括越野赛和跳台赛。滑雪运动基本的含义是指人们成站立姿态,手持滑雪杖、足踏滑雪板在雪面上滑行的运动."立"、"板"、"雪"、"滑"是滑雪运动的关键要素。

滑雪运动(特别是现代竞技滑雪)发展到当今，项目不断在增多，领域不断在扩展，目前世界比赛正规的大项目分为：高山滑雪、北欧滑雪(越野滑雪、跳台滑雪)、自由式滑雪、冬季两项滑雪、雪上滑板滑雪等。每大项又分众多小项，全国比赛、冬奥会中几十枚耀眼的金牌激励人们去拼搏、去分享。纯竞技滑雪具有鲜明的竞争性、专项性，相关条件要求严格，非一般人所能具备和适应。旅游滑雪是出于娱乐、健身的目的，受人为因素制约程度很轻，男女老幼均可在雪场上轻松、愉快地滑行，饱享滑雪运动的无穷乐趣。由于高山滑雪具有惊险、优美、自如、动感强、魅力大、可参与面广的特点，故高山滑雪被人们视为滑雪运动的精华和象征，更是旅游滑雪的首选和主体项目。通常情况下，评估人们滑雪技术水平的高低，多以高山滑雪为尺度。

本研究咨询报告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、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国滑雪行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区滑雪市场的发展状况、滑雪消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国滑雪市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对滑雪未来发展趋势进行了研判，是滑雪生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前滑雪行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

目录

第一章 2009-2010年中国滑雪行业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2010年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2009-2010年中国滑雪行业政策环境分析

一、中国滑雪场所管理规范

二、中国滑雪运动安全规范

三、相关产业政策影响分析

第三节 2009-2010年中国滑雪行业社会环境分析

第二章 滑雪产业相关概述

第一节 滑雪相关概述

一、滑雪概述

二、滑雪的历史

三、滑雪的注意事项

四、滑雪的基本要领

五、滑雪前的准备常识

第二节 滑雪器材简述

一、滑雪器材的分类

二、选用滑雪板的注意事项

第三节 滑雪场地的分类及开发条件

一、国内滑雪场地的分类

二、开发滑雪场的最基本条件

三、竞技滑雪对滑雪场的基本要求

第三章 2009-2010年国外滑雪产业综合发展情况分析

第一节 2009-2010年国外滑雪产业发展态势分析

一、滑雪的发展历史追溯

二、国际十大知名滑雪场概况

三、气候变暖对阿尔卑斯山区滑雪业的不利影响

四、国外滑雪场利润丰厚

第二节 2009-2010年世界滑雪产业区域市场格局分析

一、韩国

二、奥地利

三、美国

第三节 2010-2015年世界滑雪产业运行走势预测分析

第四章 2009-2010年中国滑雪行业发展整体情况浅析

第一节 2009-2010年中国滑雪产业运营形势分析

- 一、中国大众滑雪产业发展回顾
- 二、大众滑雪运动在我国兴起的动因
- 三、滑雪运动在中国正悄然兴起
- 四、中国开发滑雪场地的有利条件与不利因素
- 五、中国滑雪产业日益升温
- 六、中国成为世界滑雪胜地竞相争夺的客源市场

第二节 2009-2010年中国滑雪业面临的问题分析

- 一、我国大众滑雪运动发展中的问题
- 二、滑雪产业遭遇环保质疑
- 三、中国亟须出台大众滑雪统一标准

第三节 2009-2010年东北三省大众滑雪产业发展分析

- 一、东北三省大众滑雪场的规模及硬件措施
- 二、东北三省滑雪市场的影响力分析
- 三、东北三省滑雪市场的消费情况
- 四、东北三省滑雪市场存在的问题
- 五、东北三省滑雪市场发展建议

第四节 2009-2010年中国修建滑雪场的效益分析

- 一、经济效益
- 二、社会效益
- 三、填补冬季旅游的"空白"
- 四、生态环保效益

第五节 2009-2010年河南滑雪场的营销误区分析

- 一、缺乏长期系统规划
- 二、缺乏科学市场定位
- 三、事件营销不到位

第五章 2009-2010年中国滑雪用具市场营运格局分析

第一节 2009-2010年国内外滑雪器材市场发展状况分析

- 一、俄罗斯体育滑雪器材市场发展状况
- 二、瑞士滑雪用品市场巨大
- 三、中国应制定滑雪器材生产标

第二节 2009-2010年中国主要地区滑雪用具市场情况

一、山东颁布滑雪手套标准

二、黑龙江滑雪配套产业面临突围

第三节 2009-2010年中国滑雪服装纺织市场状况分析

一、国内滑雪服市场现状

二、中国滑雪服市场发展潜力巨大

三、企业可择机进入滑雪服市场

四、滑雪运动服装开始在我国蓬勃发展

第六章 2009-2010年中国滑雪鞋行业生产现状分析

第一节 2009-2010年中国滑雪鞋行业产能分析

一、主要生产企业及其产能

二、滑雪鞋行业产能扩张趋势

三、重点省区产能分析

第二节 2009-2010年中国滑雪鞋行业成本结构分析

一、原材料成本

二、研发和设计成本

三、知识产权使用许可费

四、劳动力成本

五、其它成本

第三节 2009-2010年中国滑雪鞋行业生产中存在的主要问题分析

第七章 2009-2010年黑龙江滑雪产业发展局势分析

第一节 2009-2010年黑龙江滑雪行业整体状况

一、黑龙江国际滑雪节辉煌发展十年回顾

二、黑龙江国际滑雪节十年磨砺打造大产业

三、黑龙江开设中国首个儿童滑雪场

四、黑龙江省为滑雪旅游安全划定"生命线"

五、黑龙江滑雪产业亟待整合升级

第二节 黑龙江省滑雪旅游业可持续发展分析

一、可持续发展理论的提出

二、旅游业可持续发展

三、黑龙江省滑雪旅游业可持续发展条件

四、黑龙江省滑雪旅游业可持续发展的对策

第三节 2009-2010年黑龙江滑雪俱乐部消费群体分析

一、滑雪发烧友俱乐部的特征

二、滑雪发烧友俱乐部的作用

第四节 2009-2010年哈尔滨滑雪旅游资源开发分析

一、哈尔滨市滑雪资源开发与规划

二、哈尔滨市滑雪旅游资源开发与规划的主要对策

第五节 2009-2010年黑龙江滑雪旅游产业的发展与对策

一、黑龙江滑雪旅游的资源优势与产业地位

二、黑龙江滑雪旅游产业现状与巨大市场潜力

三、黑龙江滑雪旅游产业发展的目标和对应措施

第八章 2009-2010年中国其他地区滑雪产业发展分析

第一节 辽宁

一、沈阳打造滑雪产业链

二、大连温泉滑雪旅游分析

三、辽宁滑雪产业趋热

四、辽宁滑雪产业竞争现状分析

第二节 吉林

一、长春将冰雪资源打造成新支柱产业

二、吉林北大湖滑雪场获港商巨资支持

三、亚洲最大开放式天然滑雪场在长白山开业

第三节 北京

一、北京市滑雪场发展情况调查分析

二、北京滑雪运动已经完成由专业到大众体育活动

三、北京滑雪场设备品牌分析

第四节 新疆

一、新疆阿勒泰地区是世界滑雪最早的起源地

二、新疆滑雪产业的品牌之路

三、丝绸之路滑雪场利用天然优势打造新疆滑雪品牌

第五节 山东

- 一、山东滑雪场主打服务牌吸引游客
- 二、山东滑雪场受暖冬影响压力增大
- 三、山东烟台建成国内最大的市区滑雪场
- 四、山东温泉滑雪统冬季旅游半壁江山

第九章 2009-2010年中国主要滑雪场发展状况分析

第一节 黑龙江亚布力滑雪场

- 一、滑雪场概述
- 二、亚布力引进先进设备进行人工造雪
- 三、“亚布力”品牌及经营受小雪场影响严重

第二节 湖北神农架滑雪场

- 一、滑雪场概述
- 二、神农架滑雪场经营状况分析
- 三、神农架滑雪旅游开发条件SWOT分析
- 四、神农架滑雪场发展中存在的问题
- 五、神农架滑雪场发展对策

第三节 其他重点滑雪场简述

- 一、黑龙江龙珠二龙山滑雪场
- 二、黑龙江玉泉滑雪场
- 三、哈尔滨吉华长寿山滑雪场
- 四、吉林北大湖滑雪场
- 五、长白山冬训中心
- 六、辽宁东北亚滑雪场
- 七、北京南山滑雪场
- 八、北京莲花山滑雪场

第十章 2010-2015年中国滑雪产业发展前景及策略分析

第一节 2010-2015年中国大众滑雪运动发展展望

- 一、大众滑雪运动在我国的发展现状
- 二、大众滑雪运动在我国兴起的动因
- 三、我国未来大众滑雪运动发展的几个趋势的展望

第二节 2010-2015年中国滑雪产业前景分析

第三节 2010-2015年中国滑雪产业发展建议

一、滑雪游理念仍需提升

二、着力打造国际滑雪产业集群

第十一章 2010-2015年中国滑雪产业投资可行性分析

第一节 2010-2015年中国滑雪产业投资机遇分析

一、打造未来的中国滑雪旅游胜地

二、滑雪产业已逐步发展成为朝阳产业

三、投资滑雪产业的综合效益分析

第二节 2010-2015年中国滑雪旅游可持续发展策略

一、中国滑雪旅游发展现状与前景

二、影响我国滑雪旅游可持续发展的不利因素

三、可持续发展对策

第三节 2010-2015年中国滑雪产业投资分析

一、投资环境分析

二、投资机会分析

三、投资风险分析

图表目录：（部分）

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：东北三省30家滑雪场实际滑雪面积情况调查

图表：东北三省30家滑雪场消费者收入情况统计

图表：东北三省30家滑雪场消费者消费动机调查

图表：俄罗斯冬季最受欢迎的运动项目排名情况

图表：山地滑雪在俄罗斯不同地区的流程度

图表：中国滑雪参与者滑雪服来源

图表：黑龙江雪季各滑雪场接待滑雪者人次增减幅度

图表：神农架牛场坪滑雪场接待情况表

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/149677.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。