



特别关注

# 今年京郊半数滑雪场涨价

12月初起,京郊各大滑雪场陆续开始营业。与去年市场惨淡形成鲜明对比的是,今年各大滑雪场迎来开门红,多个滑雪场在试营业阶段就爆满。而由于今年各大滑雪场加大投资力度,更新设备、修葺场地,人力成本也大幅上升,致使今年滑雪消费价格出现较大幅度上涨,仅门票价格最高涨幅就超过20%。有业内人士分析,滑雪场属于投入产出周期较长产业,经营者需要做好长期规划,同时要做好特色化经营,保证客源不断。

## 滑雪消费大幅上涨

12月3日,北京密云南山滑雪场、云佛山滑雪场试营业;12月6日,北京怀北国际滑雪场、北京军都山滑雪场、北京石京龙滑雪场开始运营。加上11月20日已经开始试营业的北京八达岭滑雪场,京郊主要滑雪场均开始营业。

北京商报记者调查了解到,已经开业的滑雪场普遍呈现火爆态势。以京郊的北京密云南山滑雪场为例,根据记者的粗略统计,正式营业第一天,来南山滑雪场的消费者在3000-4000人左右,达到最高承载额的六七成。北京另一大滑雪场怀北国际滑雪场12月6日的预订在12月4日已经饱和。与火爆的人气同时飙升的还有滑雪消费的价格。记者统计发现,南山、怀北、石京龙、渔阳、军都山等京郊主要滑雪场价格今年均出现了不同程度的上涨,最高涨幅达到20%。以各大滑雪场普遍销售的“4小时滑雪票”的价格为例,军都山、南山和渔阳价格涨幅较大,平均在17%左右。

对于票价上涨的原因,业内给出的答案是人力成本的大幅上涨。为此,南山滑雪场更是在自己的官网上做出声明称,票价上涨的原因是“本冬季的滑雪票价仅根据劳动力成本的上升而适当调整,幅度控制在10%左右”。有业内人士透露,滑雪场的经营模式是“一季养三季”,因此繁忙的冬季成为滑雪场工作人员主要的收入获取时间。其中,以滑雪教练的人力成本增长最具代表性。去年南山滑雪场“2小时双板和单板滑雪”的教练费用分别为240元和260元。这一费用今年分别上涨到286元和308元。

除了人力成本外,滑雪场今年新增雪道、更新设备也花费不小。北京南山滑雪场董事长卢建表示,今年南山滑雪场投资900万元装备了4人缆车,1000万元增加了雪道,此外,还更新了



京郊主要滑雪场4小时滑雪票价格一览(单位:元)

		平日	周末	节日
南山	2013年	160	280	280
	2014年	210	330	330
怀北	2013年	140	200	240
	2014年	140	200	240
云佛山	2013年	140	190	190
	2014年	140	190	-
石京龙	2013年	160	240	280
	2014年	160	260	280
渔阳	2013年	180	280	300
	2014年	198	328	-
军都山	2013年	140	200	260
	2014年	160	240	280

注:以滑雪场当日价格为准

数百套滑雪用具。北京南山滑雪场市场营销总监徐心文曾表示,南山滑雪场每年6000套的雪具更换率在20%左右,一副滑雪板、一套滑雪服需要2000多元的开销。粗略计算,南山滑雪场今年投资超过2000万元。

## 投入高短期盈利难

虽然今年滑雪市场看似迎来开门红,但不少业内人士却对其前景谨慎看好。原因就在于滑雪场属于投入产出周期较长的产业,短期盈利难。事实上,有投资界人士透露,在全国的知名滑雪场中,目前少数能够盈利,其他大部分滑雪场还处于不断投入的阶段。其中,南山滑雪场除对403套雪具进行常规更新之外,初、中、高级雪道均有增加,并配备了相关的设

施。同时,南山加大了对造雪设备的投入,新建三座变压站及造雪机组,并引进8台瑞典SUFAG节能低噪音雪炮。此外,怀北滑雪场也加大了对娱乐休闲和交通等设施的投入,新建了停车区、长城观景台,并且开通了由市内直达的巴士。

对于市场前景的看好是滑雪场经营者愿意不断投入的原因。数据显示,未来十年,我国参与滑雪运动的人数将以每年60%-80%的速度递增。在业内人士看来,中国的滑雪产业也在以几何数字进行增长。中国社会科学院旅游研究中心特约研究员刘思敏表示,目前多数滑雪场没有盈利,但是冬季节假日的客源比较充足,经营比较稳定,总体来看发展稳健,没有大的危机。

## 完善配套多元经营为趋势

有业内人士表示,北京市大约有16个滑雪场,主要是近郊当日往返的中小型滑雪场。就国外近郊滑雪场的经营情况来看,面向周边城市居民,多以家庭为单位。不断完善自己的配套服务和设施,为游客提供更加综合、更加全面的服务,这已经在业内达成共识。对此,加拿大旅游局中国区首席代表高平表示,中国滑雪市场还具备很大的市场发展潜力。游客在欧洲、加拿大等地的滑雪场,通常安排5-6天的行程,不仅仅是去滑雪,还有其他产业的度假等等,雪场周边的配套设施也很完善。

此外,以南山、怀北和军都山为代表,京郊主要滑雪场都试图摆脱单一的经营模式,比如石京龙滑雪场增加了房车住宿和周末酒吧,渔阳滑雪场引进了趣味性更强的雪地高尔夫,而南山滑雪场则引进了专业雪具专营店,专门销售各种品牌的“两头翘”自由式滑雪板、野雪板、登山滑雪板和相关的登山攀岩攀冰装备。

在扩展经营范围的同时,滑雪场更加细化市场定位。比如,有的雪场突出开发中高端收入的自驾车单板及自由式双板滑雪发烧友市场,有的雪场重点吸引竞速滑雪爱好者。在刘思敏看来,北京市各滑雪场都在逐渐找准自己的定位,拓展发展空间。不过总体来说细分市场并不好,仍然处于初级阶段。不过,未来京郊滑雪场会在客观上形成市场细分的格局。

按照北京中港雪岭滑雪器材有限公司总裁、雪场设计专家法国人保罗·博雅尔斯基预测,一旦北京市和张家口市联合申奥成功,北京和张家口的滑雪场将在未来25年迎来1700万人次,为当地雪场带来280亿元人民币的营业收入。北京的滑雪市场发展空间非常广阔。

北京商报记者 关子辰 实习记者 薄冬梅