

根据 2022 年 1 月发布的《“带动三亿人参与冰雪运动”统计调查报告》显示，**南方参与冰雪运动的人群达 1.61 亿人，与北方参与冰雪运动的 1.86 亿人相差不多。**

在日本新潟县的妙高。据她观察，如今的南方滑雪市场反而整体要比北方好，首先南方市场更有消费能力，其次对于南方人群来说，受地理因素影响，他们对于雪的接触不多，对冰雪世界充满新鲜感，反而更愿意去尝试。

作为上海较大型的滑雪俱乐部之一，仅今年元旦假期，SPADERS 就发了三个地区的日本团，人数超过 250 人。

相关调查数据也印证了这一点——根据 2022 年 1 月发布的《“带动三亿人参与冰雪运动”统计调查报告》显示，南方参与冰雪运动的人群达 1.61 亿人，与北方参与冰雪运动的 1.86 亿人相差不多。如果再考虑到其地理因素所造成的环境差异和这两年南方冰雪市场的发展情况，便能够更清晰地感受到南方人群对于冰雪运动的热情。

90 后的月月其实就是东北人，初中时才跟随父母到了杭州，现在定居上海。“不是每个东北小孩都喜欢滑雪的。”直到 2016 年，月月才在绍兴乔波室内滑雪场滑了人生第一次雪。“没错，一个东北人在南方学会了滑雪。”接触滑雪后，她发现，滑雪的乐趣并非只是运动本身带来的多巴胺，和朋友们一起度过的欢愉时光更加珍贵。

在雪道上的时间长了，滑雪这一她口中的“白毒”逐渐成了月月身上挥之不去的印记。随后，短短 2 年，她就拿到了英国 BASI 滑雪协会的 SNOWBOARD 一级教练证书，并在一些滑雪比赛中取得过不错的名次。

“那个时候还没有太多滑雪俱乐部，就我们十几个比较要好的朋友经常一起出去滑。久而久之，身边想要加入的小伙伴越来越多，但他们都比较‘小白’。”为了能带上更多对滑雪感兴趣的新人，并给予他们更科学的指导，包括安全知识等，月月和朋友们开始组建起一个滑雪的社群，“最早先是拉了一个微信群”。

而这就是 SPADERS 的雏形。随着社群规模的壮大，2018 年，俱乐部正式成立并开始商业化，不仅成立了滑雪学校，还在全国开设了 SPADERS 品牌的雪具店，仅上海就有 4 家门店。

据《2023 中国冰雪产业发展报告》显示，中国冰雪运动产

值“2025 年 1 万亿元”的目标即将变为现实，预计到 2030 年，中国全部建成且投入运营的室内滑雪场将达到 60 家，总人次达 1200 万；同时，以冰雪观光休闲为主、滑雪度假兴起的发展模式正在成为当前中国冰雪旅游发展的主要模式。

“我们现在每年发出去的外滑团，不包括室内雪场，就有 30 多个，都是以滑雪加旅游为主。因为现在早就不像以前都是那种滑雪的‘纯小白’了，越来越多人有了一定的滑雪基础。我们主要就安排当地的交通和食宿，再来帮大家分分组，至于每天是要滑雪，还是观光都由他们自己决定。”月月表示，SPADERS 在国内外有 70 多位合作的滑雪教练，他们都具备国际认证的教练资质。

针对新手，俱乐部每周末都会发江浙沪周边的室内滑雪团，让新人先学习滑雪技术。“每个周末都能有 150 人，可以说是周周爆满。”月月告诉记者，国内的冰雪经济真的做起来了，最明显的增长是从北京冬奥会之后，“当时因为完全没有想到，我们的雪具店都被买空了”。

同时，因为国内兴建的各种室内外滑雪场，每年从 10 月开始，冰雪爱好者可以在室外一直滑到第二年的“五一”小长假。即使在夏天，国内也有很多室内滑雪场可以选择。

月月直言，滑雪确实需要一定的经济实力。因此，像出国的外滑团，人群年龄普遍集中在 30 岁—45 岁之间；而像每年组织的“开板”和“封板”这种大型活动，因为价格比较优惠，报名的年轻人相对更多。

“我们去年底刚在通化万峰举办的开板活动就有超过 1500 人参加，更像是一个大 party，宣告雪季的开始。”月月说。

从爱好到专业竞技

事实上，作为“北冰南展”东扩新进的桥头堡，上海缺少冰雪，但从不乏冰雪运动爱好者。