

对我国冰雪运动设备制造业发展的思考

贾文彤¹, 杨金田²

(1. 河北师范大学 体育学院, 石家庄 050024;

2. 河北体育学院, 石家庄 050041)

摘要: 运用文献资料法和逻辑分析法, 对我国冰雪运动设备制造业发展问题进行分析。认为当前我国冰雪运动设备制造业起步晚、产品质量不高、市场占有率低, 无力同国际高端品牌开展竞争, 对我国冰雪运动和冰雪产业的发展造成不利影响; 但是《中国制造2025》、2022年冬奥会、“三亿人上冰雪”目标, 为我国冰雪运动设备制造业的发展提供了难得的机遇。政府应加大扶植和政策支持力度; 企业应积极创新, 掌握核心技术; 充分利用我国东北地区的资源和产业优势, 打造产业集群; 加强合作, 培养专业人才。旨在为我国冰雪运动设备制造业的发展壮大提供思路, 促进我国冰雪产业繁荣。

关键词: 冰雪运动设备; 《中国制造2025》; 冬奥会; 产业集群; 政策; 人才; 冰雪运动

中图分类号: G80-052

文献标志码: A

文章编号: 1008-3596 (2018) 03-0019-05

1 问题的提出

近年来, 随着我国经济的快速增长、居民收入水平的提高和健身娱乐需求的日益多元和迫切, 冰雪运动在我国得到了快速发展。《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》(国发[2014]46号)中也提出:“以冰雪运动等特色项目为突破口, 促进健身休闲项目的普及和提高。将冰雪运动作为重要的潜力产业, 制定冰雪运动规划, 引导社会力量积极参与建设一批冰雪运动场地, 促进冰雪运动繁荣发展, 形成新的体育消费热点。”^[1]显示发展冰雪运动已经得到了国家层面的高度重视。加上我国2022年冬奥会的成功申办, 也极大地激发了人们参与到冰雪运动中的热情。在人们参与冰雪运动开展健身、娱乐和消费活动的过程中, 运动设备问题成为关键因素, 它不仅影响着参与者的运动体验、

冰雪运动项目的推广, 甚至影响着“三亿人上冰雪”目标的实现, 乃至整个冰雪运动产业的发展。目前, 学界对于冰雪运动的研究主要集中于冰雪运动项目的技术分析、后备人才培养、项目布局和普及、冰雪文化等, 也有部分学者关注了冰雪产业问题, 但是多为产业总体研究, 对于运动设备的研究还存在不足。为此, 本文对此问题进行研究, 为我国冰雪运动设备的做大做强提供理论依据。

2 冰雪运动的发展历程

冰雪运动是在极其严寒的环境下, 依靠于冰雪资源进行的一种体育运动, 集健身、比赛、休闲、娱乐于一体, 是一种具有挑战性和趣味性的时尚体育运动。冰雪运动所含项目众多, 如滑冰、速度滑冰、短道速滑、花样滑冰、冰球、冰壶、滑雪、冬季两项、自由式滑雪、越野滑雪、

收稿日期: 2018-02-12

基金项目: 河北省体育科技研究项目 (20171013)

作者简介: 贾文彤 (1968—), 男, 河北石家庄人, 教授, 博士, 研究方向为体育法学。

通讯作者: 杨金田 (1966—), 男, 河北丰润人, 教授, 博士后, 博士生导师, 研究方向为体育学。

文本信息: 贾文彤, 杨金田. 对我国冰雪运动设备发展的思考[J]. 河北体育学院学报, 2018, 32 (3): 19-23.

高山滑雪、单板滑雪等。从最开始的溜冰到由动物拉动雪橇在冰雪上飞奔,从快如闪电的速度滑冰、优美的动作技巧到冰球场上激烈的比拼及充满力量的较量,从神奇壮丽的大自然冰雪场地到精心设计的人工场馆,都体现了冰雪运动既是人类向大自然的挑战,也是对自我的挑战,更是一种在严寒中孕育而出、蓬勃发展的全新健身文化概念。

斯堪的纳维亚国家是早期冰雪运动的统治者。地处严寒地区的人们的生存技能(如滑雪或滑冰)则是早期冰雪运动的主要表现形式。除此之外,大部分的冰雪运动项目则是最近100多年才发展起来的。可以说,北欧的运动会和冬季奥运会促进了冬季体育的大众化和专业化。虽然早期的北欧运动会出现了各种财政困难,而且也没有进行专业的组织和筹策,但毕竟为后来冬奥会的成功举办拉开了序幕。

我国的冰雪运动起步较晚,可追溯至上世纪60年初期前后,当时是我国北方地区冬季的主要健身体育活动。20世纪70年代末,冰雪运动在我国广大的北方地区已经非常受欢迎,主要有东北、华北和西北三个核心发展区域,其中东北地区因自然环境优越、传统体育文化积淀深厚,是我国冰雪运动发展最好的地区。1980年我国第一次参加美国普兰西德弗冬季奥运会,共有28名男女运动员参加了滑冰、滑雪、现代冬季两项等18个单项的比赛,没有一个人进入前十名,显示了与世界先进水平的较大差距^[2]。虽然成绩不理想,但却成为我国冰雪运动进入世界舞台的第一步。之后,我国成功举办了亚冬会和全冬会,使冰雪运动在我国得到了快速发展。在上世纪80年代末,国家体育总局提出了“北冰南展”计划,是一种依靠南方地区雄厚的经济实力,依托社会化、市场化的体制,拓展大众参与冬季项目的广度,提升我国冬季运动项目竞技水平的发展思路^[3]。1992年,在法国阿尔贝维尔冬奥会上,我国第一次获得了三枚银牌。1993年我国颁布的《关于培育体育市场加快体育产业化进程的意见》,奠定了我国冰雪运动产业化发展的基础。2002年,在美国盐湖城举办的第十九届冬季奥运会上我国终于实现了金牌零的突破。2002年到2014年是我国冰雪运动的快速发展阶

段,其市场机制逐步成熟,中国代表团在冬奥会上不断创造佳绩^[4]。“百万青少年上冰雪”“百万市民上冰雪”等群众性冰雪活动蓬勃开展,吉林长春瓦萨滑雪节、黑龙江哈尔滨国际冰雪节等冰雪文化品牌的影响也越来越大。2015年之后则是冰雪运动跨越式发展阶段,我国成功获得了2022年冬季奥运会的举办权,北京也将成为第一个夏季奥运会和冬季奥运会都举办过的城市。在此之后,全国从中央到地方、从北方到南方、从社会到个人,宣传力度前所未有、冰雪活动丰富多样,极大地推动了我国冰雪运动的普及和发展。《冬奥会申办报告》中提出的“三亿人上冰雪”的目标,为我国冬季运动的发展勾勒出美好的未来。冬奥会的举办将会带动更多的人参与冰雪运动,从而推动群众冬季运动在我国的普及。

3 我国冰雪运动设备制造业发展的SWOT分析

3.1 优势

在“中国制造2025”强国战略实施的背景下,我国将由制造大国向制造强国迈进。冰雪运动设备的制造也是制造业的组成部分,国家对制造业的高度重视和大力支持也为其发展提供有力的保障。同时,我国拥有较多的科研机构和各领域的专业人才,可以为冰雪运动设备制造提供充足的智力支持。

2022年冬奥会的成功申办给我国冰雪运动的发展带来了前所未有的机遇。位于我国东北的黑龙江、吉林、辽宁三省,不仅拥有得天独厚的地域自然环境,是我国冰雪运动开展得最好的地区,而且拥有较成熟的装备制造产业基地。随着中央振兴东北老工业基地政策的实施,装备制造业得到了迅速的恢复和发展,这为我国生产自己民族品牌的冰雪运动设备提供了强有力的支持。

为成功举办冬奥会,我国确立了“三亿人上冰雪”的项目发展目标,这也为冰雪运动设备制造业的发展提供了强大的动力和广阔的市场。越来越多的人参与到冰雪运动中,必然加大了对冰雪运动设备的需求。所以,在“三亿人上冰雪”目标的鼓舞下,我国应该尽快打造性价比高的民族品牌,促使更多群众参加到冰雪运动中去。

3.2 劣势

我国冰雪运动起步较晚,目前依然处于发展的初级阶段,冰雪运动设备研发制造环节更为薄弱。目前,我国除部分滑雪服、滑雪手套、滑雪帽外,其他冰雪运动设备几乎全部依赖进口。国外冰雪运动发展较早,冰雪运动设备在研发能力、设计工艺、技术性能乃至外观等方面都是比较成熟先进的,相较之下,我国的冰雪运动设备还缺乏自主核心技术,只能生产一些技术要求不高的产品类型。

我国是体育用品制造大国,却并非强国,特别是冰雪运动设备制造一直停留在中低层次,只能满足部分中小型滑雪场的需求,且还是贴牌产品。这确实与我们国产设备的质量不高有莫大关系,如服装质量差、设备后期维修费用昂贵等,导致国产设备的品牌形象差,以至于国人更倾向选择国外品牌。

冰雪运动作为一种特殊的体育运动,需要独特的环境和场地。比如我国南方地区全年气温较高,不利于冰雪项目的普及和开展,冰雪运动设备制造业自然比较落后,而且也得不到当地政府的重视。同时,由于参与人群少,相关专业人才缺乏,特别相对于“三亿人上冰雪”的目标,人才短缺问题显得更为严峻。

相对于国外那些有着几十年甚至几百年历史的品牌,中国冰雪运动设备还没有形成具有主导规模的生产链和产业集群,小产品的生产并不能带动整个产业的大繁荣。加上冰雪运动发展不平衡,区域集群的形成更为困难,这对于民族品牌的形成和壮大是一个大问题。

3.3 机会

如今,我国冰雪运动设备制造业的发展壮大面临着《中国制造2025》和2022年冬奥会两个重要的发展机遇。《中国制造2025》发展战略的第一步就是“到2025年迈入制造强国行列”^[5],且该战略着重强调,“针对制约制造业发展的瓶颈和薄弱环节,加快转型升级和提质增效”。无疑为我国薄弱的冰雪运动设备制造业的发展释放了巨大的利好消息,也为冰雪运动设备制造发挥了引领和指导作用。

2022年冬奥会对冰雪运动设备制造业的影响或许更为直接。在申奥成功和紧锣密鼓筹备的

背景下,在“三亿人上冰雪”目标的指引和激励下,我国群众参与冰雪运动的热情和参与人数都急剧增加^[6]。除了刺激冰雪运动市场需求外,2022年冬奥会所提出的“科技冬奥”理念,也极大地优化了冰雪产业发展的政策环境,为冰雪运动设备制造业的发展创造了实实在在的有利条件。如应科技部《科技冬奥2022行动计划》要求,北京冬奥组委、国家体育总局、北京市科委、河北省科技厅共同编制了《科技冬奥重点专项实施方案》,以便更好地发挥科技创新的支撑和引领作用;2017年7月,“2017科技冬奥论坛暨体育科技产品展示会”在张家口崇礼举行;近日,河北省科技厅召开了国家重点研发计划“科技冬奥”重点专项申报活动,围绕“2022冬奥会”这一重大战略活动,部署科技攻关任务。

我国各地的冰雪运动设备制造企业,应紧紧抓住这些机遇,对我国冰雪运动市场做好调查工作,在满足国人冰雪运动需求的基础上,不断加大研发力度,努力提质升级,精心打造品牌^[7],借助我国群众冰雪运动的热潮,让自主品牌迅速占领国内市场,在扩展我国冰雪运动设备知名度与影响力的同时,积极参与国际竞争与合作,逐步使我国的自主品牌在国际舞台占据一席之地。

3.4 威胁

目前,对我国冰雪运动设备的威胁主要来自国内冰雪市场的不成熟和国际冰雪运动设备品牌的竞争两个方面。实地调查发现,由于我国冰雪(特别是滑雪)市场还不成熟,很多国人更愿意转向日本、韩国乃至澳洲等条件设备更为齐全优良国家和地区进行消费;当然,对于异域风情的向往也是促成国人出国参加冰雪运动的另一个原因。国人外出滑雪直接导致国内冰雪产业发展受挫,经济效益低下。而本就处于劣势的冰雪运动设备的研发制造,就会因缺少来自本产业的经济支持,处境更为艰难。

与国内市场不成熟相比,国际品牌的竞争是我国冰雪运动设备制造业面临的更为直接显著的威胁。如前所述,我国的冰雪运动设备质量不高,不能满足国人的运动需求,更无法开拓国际市场。目前,我国冰雪运动设备在国内外市场份额几乎为零,国内的设备主要依赖于进口。虽然我国生产的部分冰雪运动设备也呈现出热销趋

势,但总体销量和利润依然无法与国外品牌相比,且主要集中于头盔、眼镜、手套等小配件的中低层次,在高端产品领域难觅立足之地。

4 我国冰雪运动设备制造业的发展建议

4.1 加强政府扶植和政策支持

虽然“中国制造2025”“三亿人上冰雪”等战略目标的制定,为我国冰雪运动设备制造业的发展提供了广阔的空间和有力的指引,但均属于宏观层面的设计。对于冰雪运动设备制造而言,还需要更多具体的、针对性强的政策支持和政府扶植。如设立专项研发基金,在税费、价格、金融方面提供优惠,及时发布市场信息,以及通过法律手段干预产业结构和产业组织形成等,都需要政府进一步考虑和付诸实施。另外,政府要积极鼓励和引导国内知名企业打造质量过硬的产品品牌,如国产滑雪板品牌9010、波司登滑雪服装等已经具备了一定的竞争力,需要政府继续给予关注和扶持,做大做强,培育成我国冰雪运动设备的龙头企业^[8]。

4.2 提升企业创新能力,掌握核心技术

我国的冰雪运动设备质量不高、市场占有率低、过分依赖进口的现实,充分说明我国冰雪运动设备自主创新能力有待加强和提高。但鉴于核心技术相对薄弱的现状,笔者认为必须要在学习和技术引进的基础上,实现自主研发。我们应积极利用大国优势,加强国际交流,引进国外优秀的技术工艺和科技人员,带动我国设备生产相关技术的发展;同时组成攻关团队,在财政的大力支持下,致力于科技创新,努力使中国制造转变成中国创造,早日形成具有强大竞争优势的核心技术。

4.3 利用区域优势和龙头企业,建立产业集群

针对我国冰雪运动设备制造业起步晚、产业集中度低、缺乏自主创新能力等现状,应该积极形成和完善以市场为导向、以企业为主体的产业体系。一是借助黑龙江、吉林、辽宁等地区独特的区位优势、丰富的冰雪资源、良好的运动传统、雄厚的产业基础,培育产业集群,形成我国最重要的冰雪运动设备制造基地^[9]。二是在打造龙头企业(9010滑雪板、波司登滑雪服等)的基础上,积极谋求产业聚合,有计划地打造产业

集群。

4.4 加大合作力度,培养专业人才

冰雪运动设备制造业的发展需要三类人才,一是能够带动冰雪项目普及推广的冰雪运动人才和体育指导人才;二是能够为设备研发提供智力支持的科技创新人才;三是企业的经营管理人才。目前,我国相关人才紧缺,成为我国冰雪项目发展和设备制造产业升级的重要瓶颈。为此,政府应该积极发挥主导作用,相关院校、科研机构和企业应发挥积极性和主动性,加大合作力度,培养产业急需人才,实现互利共赢。

5 结语

冰雪运动设备是冰雪运动普及和发展的前提和基础,对我国冰雪运动产业的发展具有重要的意义。在我国迈向制造业大国、大力发展体育产业、积极筹备冬奥会的大背景下,我国的冰雪运动设备制造业迎来了难得的发展机遇。相关企业和各级政府应该认真思考如何抓住机遇、迎接挑战、实现国产品牌的快速壮大和可持续发展,为我国2022年冬奥会的顺利举办和“三亿人上冰雪”目标的实现提供保障,为我国冰雪产业的繁荣提供动力。

参考文献:

- [1] 宋晓雪.我国滑雪场设施与装备发展现状及对策研究[D].北京:北京体育大学,2017.
- [2] 孔垂珩.中美冰雪运动历史、现状及发展对比研究[J].运动,2017(22):9.
- [3] 陀亮.我国冰雪运动发展的现状及对策研究[J].运动,2016(6):5.
- [4] 解忍,张晓丽,王新雷.近五届冬奥会中国队参赛特征研究[J].河北体育学院学报,2018,31(2):70.
- [5] 陈松,徐菲璠.“中国制造2025”战略视域下我国冰雪装备制造业发展路径研究[J].中国学校体育:高等教育,2017,4(1):6.
- [6] 郝爽.我国滑雪器材装备市场现状与发展对策研究[D].哈尔滨:哈尔滨体育学院,2017.
- [7] 何于苗,陈元欣,滕苗苗,等.我国冰雪产业发展与市场开发研究[J].河北体育学院学报,2017,30(8):23.
- [8] 孙晓明,陈旭红.从专利申请看滑雪装备的发展进步[J].中国发明与专利,2014(3):26.
- [9] 张娜.东北地区冰雪旅游经济效应及调控研究[D].

长春: 东北师范大学, 2012.

Reflections on the Development of Manufacturing Industry of China's Winter Sport Equipments

JIA Wen-tong¹, YANG Jin-tian²

(1. School of Physical Education, Hebei Normal University, Shijiazhuang 050024, China;

2. Hebei Sport University, Shijiazhuang 050041, China)

Abstract: The development of the manufacturing industry of China's winter sports equipments is analyzed by methods of literature and logic analysis. It is believed that China's current manufacturing industry of winter sport equipments has started late, the product quality is not high, the market share is low, it is unable to compete with international high-end brands, which adversely affects the development of winter sports and winter sport industries in China. However, "Made in China 2025", Winter Olympics 2022 and the goal of "three hundred million people stepping on ice and snow" provides a rare opportunity for the development of manufacturing industry of China's winter sport equipments. The government should increase policy support; enterprises should actively innovate and master core technologies; the advantages of resources and industries in Northeast China should be made full use to create industrial clusters; cooperation should be strengthened to train professionals. It aims to provide ideas for the development and expansion of the manufacturing industry of China's winter sport equipments and promote the prosperity of China's winter sport industry.

Key words: winter sport equipment; *Made in China* 2025; Winter Olympics; industrial clusters; policy; professional; winter sports