

冰雪“她经济”崛起

国产品牌迈向“自主引领”新阶段



图为消费者在展会上观看品牌新发布的多面女孩主题雪板。陈跃佳 摄

本报记者 胡静 □ 陈跃佳

第一财经与抖音生活服务共同发布的《2025冬季消费趋势洞察》显示,2024—2025冰雪季,全国冰雪运动相关消费规模超1875亿元,同比增长25%,其中女性滑雪订单绝对值同比增速均高于男性。

随着“她经济”在冰雪领域的持续崛起,长期困扰女性消费者的“审美固化”“配置降级”等痛点正被越来越多的国产运动品牌精准捕捉。以VECTOR玩可拓、南恩等为代表的国产品牌,锚定女性滑雪者的使用场景,审美需求等,从其本身特征、运动表现与安全诉求出发深耕产品设计,不仅赢得了市场认可,更在长期由国际品牌主导的冰雪装备领域探索出一条国货实现自主设计与品牌引领的可行路径。

需求重构“她经济”撕开千亿市场缺口

长期以来,海外品牌主导的冰雪装备市场存在明显供给短板:一方

在“颜值即正义”的消费趋势下,女性对雪服的颜值需求仍然受到各大品牌的重视。随着“雪地穿搭”“滑雪妆”等内容在社交平台井喷式增长,滑雪已不仅仅是一项运动,更成为“出片率”的比拼。一套雪服、一副雪镜,既是功能装备,也是社交装备,因此审美创新同样成为国产品的加分项。相较于海外品牌常用“加个粉色”这样所谓的女性色彩“敷衍了事”,VECTOR玩可拓细分出橘粉、蛋粉、茱萸粉等多梯级粉色体系;南恩则推出烟紫、鸢尾紫等显白配色,契合年轻女性的雪场颜值社交与个性表达需求。

更重要的是,除了实用、审美等需求外,装备所传递的情感价值也成为打动女性消费者的关键。在此背景下,品牌通过与插画艺术家跨界合作,把鼓励女性“活出自我,勇敢逐梦”的理念巧妙融入产品中。刘雨珊向记者展示了新品首发的多面女孩主题雪板:“现在的商品需要传递情结价值,我们将女性在滑雪运动中敢进敢停的洒脱个性展示在雪板上,鼓励女性勇于追求和表达自我,既要滑得好,也要滑得漂亮。”这种对精神需求的满足,让国产品牌与女性消费者建立了更深层次的情感联结。

智能支撑 供应链赋能产品竞争力

女性消费者的精细化、多元化需求,不仅倒逼产品端创新,更推动整个冰雪装备产业链升级与高端智造转型。完备且高效的供应链体系,成为品牌快速响应市场需求、构建核心竞争力的关键支撑。

依托30余年海外代工积累的产业基础,国产品牌VECTOR玩可拓实现了从“代工跟随”到“自主引领”的跨越。“多年深耕让我们的用料与品质已超越众多海外客户标准,这是国货的核心底气。”刘雨珊介绍,凭借成

熟的供应链体系,品牌能够快速将用户需求转化为产品创新,从分区域充棉的动态保暖滑雪服,到与德国蔡司合作的专业雪镜,再到可加热马甲,实现了全品类精准布局。目前,品牌国内年销量已破亿,近两年加速出海布局,产品远销美国、欧洲等市场,在海外女性冰雪装备细分赛道形成差异化竞争力。

“面对全球贸易环境变化,中国制造未来一定是往高端智能化方向发展。”刘雨珊表示,VECTOR玩可拓当前在东南亚、非洲布局配套产业链,承接基础产能,这种全球化供应链布局既能有效控制成本,又能严格保障品质,为消费者提供高性价比高适配性的产品,改变“高端冰雪装备依赖进口”的市场格局。

从电商崛起的南恩已在滑雪装备领域深耕十年,也逐步实现了全品类布局。依托内部高效运营与供应链的快速响应能力,南恩近期推出专注滑雪细分品类的N10品牌,聚焦雪镜与头盔两大核心品类,通过材料改良与结构优化实现性能突破。例如,采用芳纶纤维的轻量化头盔重量不及一瓶矿泉水,既满足女性对佩戴舒适度的需求,又通过强化结构设计提升防护等级;采用自研高对比镜头技术的雪镜让雪道坑洼起伏更清晰,背后是品牌对光学原理的深度研发与滑雪安全需求的精准匹配。南恩品牌负责人王然在接受记者采访时表示:“中国智造不是参数的堆砌,科技是底色,更重要的是解决滑雪中的实际问题,将技术落实到细节里。”

生态融合 产品细分引领产业高质量发展

随着“她经济”在冰雪领域的持续升温,其影响力已超越单一装备购买,正向更广阔的生活与消费场景延伸。以lululemon为代表的品牌成功

证明,以女性为核心的运动消费市场不仅规模庞大,更具备引领生活方式变革的能量。在此背景下,冰雪装备产业呈现出产品细分深耕与消费生态融合的双重发展趋势。

在王然看来,滑雪装备市场未来将会有进一步细分,基于不同需求的精准定位是产业成熟的标志。在这方面,国产品牌已率先展开探索:南恩创新性推出五个版型的雪鞋,适配全地形滑雪场景,实现“一鞋解锁全地形”,同时通过丰富拉链设计、融入细腻印花提升美学价值;VECTOR玩可拓深度聚焦女性和亲子人群,持续补齐儿童滑雪产品品类,完善羽绒滑雪服品类,并根据不同地域温度气候,推出多种厚度的抓绒中层与适配的雪服,精准匹配多样化场景需求。

与此同时,冰雪“她经济”的边界也持续拓展,从单一装备消费转向生活方式体验,推动“冰雪+”跨界生态繁荣。抖音生活服务数据显示,2025年初冬,冰雪酒店搜索量同比増长172%,东三省酒店民宿订单量同比増长63%。女性消费者主导的“滑雪+度假”模式,带动装备购买、住宿、餐饮、文创等全链条消费增长。越来越多的游客不再满足于当天往返,而是选择沉浸式体验冰雪运动与当地生活,推动冰雪经济从“单次运动消费”向“高频生活方式消费”转型,产业链价值得到全方位延伸。

业内人士预计,未来3—5年,女性冰雪装备市场规模将持续保持增长态势,国产品牌将凭借“需求洞察+供应链优势+技术创新”的“组合拳”,进一步提升在全球冰雪装备产业的话语权。如今,“带动三亿人参与冰雪运动”的愿景已生动铺展,昔日的“冰天雪地”正转化为“金山银山”。

在“她力量”的推动下,一个更具活力、更富层次的冰雪消费新业态正在加速成型。

消费新势能·市场新活力

消费引擎如何驱动经济发展?答案藏在一 线火热的创新实践中。从浙江多地消保委以“云端”引领与线下深耕激发消费新场景,到四川乐至以“她力量”直播引爆“文化年货”热,再到内蒙古兴安盟百亿元产销对接助力“兴安好物”走向全国——三地实践虽路径各异,却共同指向以新业态、新模式、新平台激活消费潜能、赋能地方发展的时代趋势,生动演绎了消费提质扩容与区域经济高质量发展的融合篇章。

签约总金额超100亿元

21家企业聚力“兴安好物”香飘全国



图为兴安盟绿色农畜产品产销对接会现场。闫廷 摄

本报讯 (记者 闫廷)雪覆兴安藏瑞气,寒凝沃土育珍馐。1月18日,“兴安好物 聚势共赢”内蒙古自治区兴安盟绿色农畜产品对接会在扎赉特旗成功举办。本次活动以搭建全国产销对接平台为核心,集中推介兴安盟大米、牛羊肉、鲜食玉米等绿色农畜产品,充分展示扎赉特旗冷链物流园区的枢纽功能,推动兴安优质好物与全国市场精准对接、高效流通。

内蒙古自治区兴安盟地处北纬46°大兴安岭南麓生态圈,是世界公认的“寒地水稻黄金种植带”“玉米黄金种植带”和“最佳养牛带”,拥有“中国草原生态稻米之都”等美誉,兴安盟大米品牌价值突破310亿元,天牧臻牛肉、特门郭勒羊肉等品牌通过绿色有机认证、全产业链可追溯体系,成为区域特色产业代表名片。

近年来,为了更好地服务兴安盟大米、牛肉、羊肉、鲜食玉米等特色产业建设,扎赉特旗整合资源,主动构建市场,谋划建设蒙东地区连接东北三省的冷链物流集散枢纽。扎赉特旗冷链物流园区集仓储、加工、配送服务于一体,有效破解农畜产品流通过程中的保鮮与成本难题,为“内蒙古生态精品”走向全国市场提供基础设施支撑。

据了解,本次对接会将邀请京津冀、粤港澳大湾区等重点区域的商超、食品加工企业、餐饮连锁企业、供应链企业代表参会,通过实地考察、专题推介、精准洽谈,集中签约等活动,深化产销双方合

作共识,推动产业链上下游深度融合。“这次活动既是推进‘国家重要农畜产品生产基地’建设的务实举措,也是展现‘兴安产、安心选’品牌价值的重要窗口。”扎赉特旗委书记麒麟表示,扎赉特旗希望借此机会,展现“岭上兴安盟·天赋扎赉特”的生态优势与产业潜力,让更多优质农畜产品走向高端市场,让更多优秀企业投资这片丰饶的土地。

本次对接会成果丰硕,共有来自京津冀、粤港澳大湾区等地的21家企业现场达成合作意向并完成签约,签约总金额超过100亿元,内容涉及农畜产品深加工、冷链物流、新能源及现代农业等多个领域。

本报讯 (记者 牛夏风)杭州的“云端桥梁”架起消费新链路,宁波的“品牌磁场”凝聚发展势能,台州的“节庆市集”点燃线下烟火气……近日,记者从浙江省消保委获悉,浙江省多地消保委积极发挥职能作用,联动各方资源,通过数字赋能、场景创新、活动矩阵等一系列特色鲜明的促消费举措,有效激发市场活力,为助力地方经济发展、建设放心消费环境提供了多元化的实践样板。

杭州市消保委巧妙融合数字传播与消费教育,联合媒体倾力打造“云游杭州”系列消费教育直播活动。记者了解到,该系列活动以“云旅游”为概念,通过直播镜头带领消费者“云端漫步”,先后聚焦西湖龙井茶选购、传统老字号与非遗传习、特色伴手礼、夜经济地标武林夜市以及山核桃产业等五场主题直播,累计吸引超54万人次在线观看。

此外,宁波市消保委通过举办产

业论坛、发布资源地图、引进小红书实训基地及实施“宝藏主人计划”,推

与此同时,该系列活动深挖杭州特色消费资源,将消费提醒、避坑指南融入沉浸式体验,实现了“场景共情”与“知识赋能”的结合,开创了“文旅场景+消费教育”的新范式,为杭州建设国际新型消费中心城市注入了数字新动能。

宁波市消保委则着力构筑消费新高地,打造品牌引领“强磁场”。一方面,通过精心举办第二届“放心消费嘉年华”等38场大型品牌促消费活动,直接拉动销售额超14亿元,重点商圈客流量显著提升。另一方面,创新消费场景,建成全国首个省级跨境购消费教育基地,创新“线上+线下”沉浸式消费体验模式,并成功举办第六届宁波特色伴手礼评选,日均参与超5000人次。

此外,宁波市消保委通过举办产

出“小红书种草行动”等赋能举措,构建了“文化提炼—产品转化—市场认可”的产业链闭环,助力参与企业曝光量与销售额大幅增长,实现了从产品到产业的跨越升级。

台州市消保委紧密围绕重要时间节点,扎实开展线下促消费公益活动。联合举办“放心消费·浙里最美”促消费公益活动暨“放心消费共富集市”,带动线下消费92万余元,家用汽车以旧换新消费9.9亿元。在全市范围内成功开展购物节活动,融合银票刷卡、国潮乐宴等元素,吸引超292万人次参与,拉动消费超12.8亿元。

线上云端到线下市集、品牌赋能到场景创新,共同勾勒出浙江省消保委多维发力、线上线下协同促进消费的生动图景。这些创新实践不仅拉动了消费增长,提升了消费者的获得感与满意度,也有力助推了消费市场的提质扩容与健康发展。

四川乐至:直播引爆“文化年货”热

拓宽农产品销售渠道 擦亮“乐至非遗”文化品牌

本报讯 (记者 罗颖 □ 谢义)年味渐浓,好物集结。近日,中国妇女报“美好生活节·年货购不停”直播带货活动走进四川省资阳市乐至县,中国妇女报记者携手乐至县文旅推荐官,通过直播镜头带领全国网友解锁乐至非遗手作、特色农产,让剪纸的灵动、蜀绣的雅致与蚕桑的鲜香透过屏幕传递,为新春年货市场注入烟火气。

本次直播以“匠心守味 乐购新年”为主题,聚焦乐至特色好物与文化底蕴,直播间内陈列的各类展品兼具颜值与质感,成为网友追捧的焦点。非遗板块中,人物肖、福字、熊猫、乐至

美食等精美剪纸,细腻线条里的千年民俗韵味让广大网友赞叹不已;蜀绣作品则以针为笔、以线为墨,将乐至桑海风光、人文景致绣于锦缎之上,既有传统纹样的庄重,又融入现代设计理念,彰显“乐至有礼”文创系列的独特魅力。“每一件手作都带着温度,买的不仅是年货,更是一份文化记忆。”直播间内,网友留言刷屏。

作为“中国桑都”,乐至蚕桑系列产品成为本次直播的核心亮点。从清甜可口的桑果干,到香气醇厚的桑叶茶,再到荣获农洽会优质产品称号的极桑紫酒,全产业链产品矩阵全方位展现了乐至蚕桑产业的发展成果。主

播详细讲解蚕桑种植、加工流程,揭秘桑叶从食材到饮品、蚕茧从缫丝到成被的蜕变过程,让网友直观感受“一叶桑、一条蚕”的产业价值。

此次直播活动是中国妇女报“美好生活节”赋能地方发展的生动实践,也是乐至县以数字化手段推广文旅特产、助力乡村振兴的有力举措。

乐至县文旅推荐官邓艳清表示,通过直播带货的形式,将“云端卖场”与特色产业精准对接,既拓宽了农产品销售渠道,又擦亮了“乐至非遗”“中国桑都”等文化品牌。作为文旅推荐官,未来将持续挖掘本地特色资源,以更多元的形式讲好乐至故事,让匠心好物走出川中,走向全国。

去年陕西省进出口增速居全国第二

规模创历史新高

本报讯 (记者 赵莉 □ 张巍)1月21日,陕西省人民政府新闻办公室举办新闻发布会,西安海关副关长李晋生介绍了2025年陕西省进出口情况。

据西安海关统计,2025年全省进出口5379.7亿元,规模创历史新高,同比增长18.5%,增速居全国第2位,高于全国进出口增速14.7个百分点。出口、进口均保持较快增长,其中出口3737.6亿元,增长22%,高于全国15.9个百分点;进口1642.1亿元,增长11.2%,高于全国10.7个百分点。

在王然看来,滑雪装备市场未来将会有进一步细分,基于不同需求的精准定位是产业成熟的标志。在这方面,国产品牌已率先展开探索:南恩创新性推出五个版型的雪鞋,适配全地形滑雪场景,实现“一鞋解锁全地形”,同时通过丰富拉链设计、融入细腻印花提升美学价值;VECTOR玩可拓深度聚焦女性和亲子人群,持续补齐儿童滑雪产品品类,完善羽绒滑雪服品类,并根据不同地域温度气候,推出多种厚度的抓绒中层与适配的雪服,精准匹配多样化场景需求。

2025年,韩国、东盟保持陕西省第一、第二大贸易伙伴,其中对韩国进出口873.8亿元,对东盟进出口868.9亿元,分别增长4.5%、19%。主要贸易伙伴中增长较快的有中国台湾、欧盟、中国香港,其中对中国台湾进出口717.3亿元,对欧盟进出口616.9亿元,对中国香港进出口385.5亿元,分别增长69.1%、39.2%、48.6%。对新兴市场同样保持增势,其中对非洲进出口176.3亿元,对中亚进出口118.3亿元,分别增长55.4%、37.2%。2025年陕西省贸易伙伴数量达217个,“十四五”期间增加21个,对联合国统计分组中大部分国家和地区都有进出口记录。

2025年陕西省有进出口实绩的外贸企业达5953家,增长11.4%。“十四五”期间增长超过50%。从民营企业看,2025年陕西省民营企业进出口1869.4亿元,增长7.8%,占全省进出口总值的34.7%。从外资企业看,2025年陕西省外资企业进出口3137.4亿元,增长27.6%,占全省进出口总值的58.3%。从国有企业看,2025年陕西省国有企业进出口359.2亿元,增长8.3%,占全省进出口总值的6.7%。

西安航空口岸、西安铁路口岸是陕西省两大开放口岸,其中西安航空口岸2025年海关监管进出境航班1.5万架次,增长44.5%,陕西省通过航空运输进出口2896亿元,增长20.2%,占全省进出口总值的53.8%。从货运企业看,2025年陕西省民营进出口1869.4亿元,增长7.8%,占全省进出口总值的34.7%。从外资企业看,2025年陕西省外资企业进出口3137.4亿元,增长27.6%,占全省进出口总值的58.3%。从国有企业看,2025年陕西省国有企业进出口359.2亿元,增长8.3%,占全省进出口总值的6.7%。

西安航空口岸、西安铁路口岸是陕西省两大开放口岸,其中西安航空口岸2025年海关监管进出境航班1.5万架次,增长44.5%,陕西省通过航空运输进出口2896亿元,增长20.2%,占全省进出口总值的53.8%。从货运企业看,2025年陕西省民营进出口1869.4亿元,增长7.8%,占全省进出口总值的34.7%。从外资企业看,2025年陕西省外资企业进出口3137.4亿元,增长27.6%,占全省进出口总值的58.3%。从国有企业看,2025年陕西省国有企业进出口359.2亿元,增长8.3%,占全省进出口总值的6.7%。

2025年陕西省有进出口实绩的外贸企业达5953家,增长11.4%。“十四五”期间增长超过50%。从民营企业看,2025年陕西省民营企业进出口1869.4亿元,增长7.8%,占全省进出口总值的34.7%。从外资企业看,2025年陕西省外资企业进出口3137.4亿元,增长27.6%,占全省进出口总值的58.3%。从国有企业看,2025年陕西省国有企业进出口359.2亿元,增长8.3%,占全省进出口总值的6.7%。

西安航空口岸、西安铁路口岸是陕西省两大开放口岸,其中西安航空口岸2025年海关监管进出境航班1.5万架次,增长44.5%,陕西省通过航空运输进出口2896亿元,增长20.2%,占全省进出口总值的53.8%。从货运企业看,2025年陕西省民营进出口1869.4亿元,增长7.8%,占全省进出口总值的34.7%。从外资企业看,2025年陕西省外资企业进出口3137.4亿元,增长27.6%,占全省进出口总值的58.3%。从国有企业看,2025年陕西省国有企业进出口359.2亿元,增长8.3%,占全省进出口总值的6.7%。

西安航空口岸、西安铁路口岸是陕西省两大开放口岸,其中西安航空口岸2025年海关监管进出境航班1.5万架次,增长44.5%,陕西省通过航空运输进出口2896亿元,增长20.2%,占全省进出口总值的53.8%。从货运企业看,2025年陕西省民营进出口1869.4亿元,增长7.8%,占全省进出口总值的34.7%。从外资企业看,2025年陕西省外资企业进出口3137.4亿元,增长27.6%,占全省进出口总值的58.3%。从国有企业看,2025年陕西省国有企业进出口359.2亿元,增长8.3%,占全省进出口总值的6.7%。

西安航空口岸、西安铁路口岸是陕西省两大开放口岸,其中西安航空口岸2025年海关监管进出境航班1.5万架次,增长44.5%,陕西省通过航空运输进出口2896亿元,增长20.2%,占全省进出口总值的53.8%。从货运企业看,2025年陕西省民营进出口1869.4亿元,增长7.8%,占全省进出口总值的34.7%。从外资企业看,2025年陕西省外资企业进出口3137.4亿元,增长27.6%,占全省进出口总值的58.3%。从国有企业看,2025年陕西省国有企业进出口359.2亿元,增长8.3%,占全省进出口总值的6.7%。

西安航空口岸、西安铁路口岸是陕西省两大开放口岸,其中西安航空口岸2025年海关监管进出境航班1.5万架次,增长44.5%,陕西省通过航空运输进出口2896亿元,增长20.2%,占全省进出口总值的53.8%。从货运企业看,2025年陕西省民营进出口1869.4亿元,增长7.8%,占全省进出口总值的34.7%。从外资企业看,2025年陕西省外资企业进出口3137.4亿元,增长27.6%,占全省进出口总值的58.3%。从国有企业看,2025年陕西省国有企业进出口359.2亿元,增长8.3%,占全省进出口总值的6.7%。

西安航空口岸、西安铁路口岸是陕西省两大开放口岸,其中西安航空口岸2025年海关监管进出境航班1.5万架次,增长44.5%,陕西省通过航空运输进出口2896亿元,增长20.2%,占全省进出口总值的53.8%。从货运企业看,2025年陕西省民营进出口1869.4亿元,增长7.8%,占全省进出口总值的34.7%。从外资企业看,2025年陕西省外资企业进出口3137.4亿元,增长27.6%,占全省进出口总值的58.3%。从国有企业看,2025年陕西省国有企业进出口359.2亿元,增长8.3%,占全省进出口总值的6.7%。