

「我們有能力做出超越世界想像的東西」

港青逐夢冬奧 打造中國第一滑雪板

2022年北京冬奧會，掀起了一股全民冰雪運動熱。數據顯示，2015年以來，中國有超過3億人參與了冰雪運動，2025年冰雪產業總規模將達到1萬億人民幣，佔體育總產業規模的五分之一。如此蓬勃的發展自然也離不開大眾熱烈參與。決心打造中國第一滑雪板品牌的港青、讓未來之星閃耀冰場的俱樂部經理人、助冰雪健兒表現更上一層樓的科研人員……大公報今起推出《冬奧·改變》系列專題，展現大眾全情投入冬季奧林匹克的奮鬥激情，以及這場盛會為他們帶來的改變和機遇。



掃一掃
有片睇

冬奧·改變 ①

冰雪世界，一片純淨的天地，寄託了24歲港青李明洋純淨的情懷。他看準北京冬奧的市場機會，將滑雪板作為回內地創業的突破口，立志做中國人自己的世界級品牌。在國外滑雪裝備幾乎一統天下的格局下，李明洋相信未來大有可為：「我在自己的戰場上為國家去掙搏，為國家去承擔，我覺得這也是我們盡責的表現。」而由他的品牌OVERIDE HALO贊助的中國單板滑雪小將馮賀取得北京冬奧參賽資格，更激勵他相信每個人都能以自己的方式參與到奧運，做出超越世界想像的東西。

大公報記者 孫志



李明洋
(一九九七年出生)

- 入讀世界排名第一的沃頓商學院 (The Wharton School)
- 大學時和兩位合夥人成立過跨境運動經紀公司，同NBA和CBA球隊有過合作
- 2020年4月，從紐約回到香港，在紐約一家著名私募公司遠程辦公
- 2021年初，拿到滑雪板項目，一個月後，雪鴉科技公司在北京註冊成立

夢想成真 國家隊用上國產雪板

嶄露頭角

李明洋公司旗下的OVERIDE HALO和THE WHIP兩個品牌經過嚴格測試，以優越的性能成為國家滑雪隊的贊助商，協助部分國家隊選手在海外征戰。特別是在2021年12月10日，國際雪聯單板滑雪障礙追逐世界盃奧地利蒙特塔山站比賽落幕，中國17歲小將馮賀以世界盃排名第23名的最終成績，創造了中國女子單板滑雪障礙追逐世界盃級比賽中的歷史最高排名紀錄，成功獲得北京冬奧參賽名額。

這是對年輕的李明洋莫大的鼓舞，他助力北京冬奧盛會的夢想可以說是真真切切實現了。「作為最頂級運動員，他們（國家滑雪隊）對於我們在這麼短時間做到這樣的品質很吃驚，也在幫助我們提出下一代產品的開發建議和反饋，所以這是一個非常緊密的合作關係了。」作為運動員出身的品牌人，李明洋最關心的還是他的品牌專業度和影響力，因為這意味着市場認可度和價值購買力。「我現有的競爭對手主要還是一些外國品牌，因為他們的確在戶外領域存在的時間比我們領先太多，我們現在要做的就是最短時間彎道超車，甚至反攻到國外市場。」



►李明洋希望自己創立的OVERIDE HALO品牌能夠提升全世界的滑雪體驗。
受訪者供圖

李明洋6歲開始踢足球，運動天分和長期訓練，歷練他不肯服輸的意志。他說：「肉體的強大永遠不如精神的強大來得更長久，一次次摔倒，只要你不斷能站起來，那才是真正的無所畏懼。」

2008年北京奧運會，郭晶晶奪得跳水三米板冠軍，在台下觀賽的李明洋十分興奮，當看到五星紅旗升起，那一刻，他感到作為中國人的驕傲，熱愛體育的他默默想着要為國家在奧運賽場爭光。

其實，李明洋身上還有多重標籤：1997年在加拿大出生，父母是內地人，幼時隨父母到香港定居，受多元文化薰陶。他一路就讀名校，後又入讀世界排名第一的美國沃頓商學院 (The Wharton School)，創新開拓的氛圍讓李明洋振奮不已，希望可以靠創業尋求無限可能性。

大學尚未畢業，李明洋就和兩個合夥人成立過跨境運動經紀公司，當時同NBA和CBA球隊都有過合作，幫助他們尋求一些商務落地的可能性。後來中美貿易戰打響，創業項目不得不終止。

內地市場廣闊 可容納高質量創意

2020年4月，由於疫情原因，李明洋從紐約回到香港，在紐約一家著名私募公司遠程辦公。除了在電腦前敲鍵盤，就是每天爬山衝浪，也讓他有更多時間思考自己最嚮往和最崇尚的信仰究竟是什麼？答案其實就是運動。同年11月，李明

洋赴北上廣深一線城市走了一圈，發現中國的發展和全世界當時停頓的狀態截然不同，見到早幾年回國創業的朋友，並了解到內地對於港青創業尤其是運動和大健康行業的政策扶持。「內地市場很大，大到足以可以容納任何有質量的創意。」李明洋說。

2021年初，李明洋拿到滑雪板項目，一個月後，雪鴉科技公司在北京註冊成立。10月，OVERIDE HALO滑雪板推出。板底玻纖、碳維和碳纖維多層的複合材料，新穎流暢的設計語言，一個從一問便以時尚和科技感結合路線的產品誕生了。這是中國人自己的年輕品牌，在車間初見自己品牌的滑雪板，李明洋激動不已。他渴望產品能更快更穩更安全，可以提升不止在中國，而是全世界的滑雪體驗。

披荊斬棘 感動灣區最好供應商

儘管形容創業歷程「還比較順風順水」，但也經歷了重重考驗。為了在2021年冰雪季前上市並為北京冬奧助力的願景有望達成，李明洋創業的時間窗口短暫而緊湊。從整合供應鏈，整合團隊，再到學習如何跨過傳統體育製造業裏的一些坑，他和團隊迅速迭代認知。



►李明洋製作一款能夠在冬奧上使用的滑雪板。
視頻截圖

跨國團隊 新穎設計滿足Z世代

創新研發

目前李明洋的雪鴉科技旗下有THE WHIP和OVERIDE HALO兩個品牌。其中高端品牌THE WHIP是美國設計師帶著設計和產品研發團隊加入的，所以很大一部分前沿高科技研發設在美國。這種跨國團隊實現了全球合作的可能性，開闊的視野和技術路線，是雪鴉團隊全球化戰略和營銷的底氣。

6.5萬元（人民幣，下同）的定價，全碳纖維打造的一體化支架、鏤空板底、雙層結構，富有未來感和科技感的設計語言，李明洋說，THE WHIP就是 from the future（來自未來）的滑雪板。「架構上非常像具有未來感的太空戰艦。做一個品牌，尤其是一個新品牌的話，需要

有一個拳頭產品，推出市場就能有差異化，完全顛覆大家的想像，讓人想不到滑板還能長這個樣子。」

「我們為什麼不能用新的材料和新的設計去顛覆它的外觀和性能？讓我們的運動員借助它再攀一座座的高峰。我們就希望做那個行業的顛覆者。」李明洋透露，THE WHIP現階段就是觸達最高端的品牌聯名合作和大牌明星為其代言。

雪鴉科技還在打造自有品牌「OVERIDE HALO」，定價在2500-4800元，主打更年輕的群體，貼上國潮標籤，輸出中國文化。李明洋希望OVERIDE HALO能代表Z世代對於戶外生活和戶外運動的一些看法，成為承載滿足現實生活的鏈接和興趣愛好的平台。雪鴉的設計師很多有海外頂級設計院校深造的背景，跨文化經歷令設

計配色大膽，富有藝術感，並能敏銳捕捉中西文化的潮流元素。OVERIDE HALO除了設計年輕時尚外，並總結中華文化IP，力圖打破圈層的隔膜。



▲李明洋正在與團隊成員開會。
視頻截圖



▲李明洋（左一）出席贊助活動，贈送OVERIDE HALO滑雪板。
受訪者供圖

凝聚力量 推廣中國滑雪文化

冬奧效應

進入滑雪季，李明洋馬不停蹄地赴吉林松花湖、北大湖和張家口崇禮等一線滑雪場跑個來回。測試滑雪板，向新用戶傳達理念，及時得到對於產品的反饋。更重要的是，李明洋希望通過實地觀察，對中國滑雪的人群基礎、生活習慣以及熱情程度有所認知。沒曾想，撲面而來的是滑雪場點燃的氣氛，人頭攢動，一家老小，成群結隊。這為他謀劃藍圖帶去更多想像空間。

李明洋告訴大公報記者，雪鴉科技已完成

一年間的第三輪融資，滑雪其實是比較小眾的賽道，但他們受到非常多資本的矚目，甚至說是滑雪項目最受關注的一個也不為過。包括知名的紅杉資本的天使輪投資，小紅書也帶着流量和平台資源參與到投資。

「滑雪是一個魅力無限的運動，可以從2歲玩到70歲，真的可能在10年後會成為一個新的全民運動。」李明洋預測。但他更看重的是，在全民都在關注冬奧盛事的節點，推廣滑雪運動，凝聚中國有志滑雪運動的人士，一起去打造屬於中國獨特的滑雪文化。