

吉林省冰雪旅游文化对西班牙语国家的宣传路径研究

韩茗竹 董强强 李龙翔*通讯作者

吉林外国语大学, 中国·吉林 长春 130117

【摘要】本文通过分析吉林省冰雪旅游文化的特色及西语国家的旅游需求,提出了针对性的宣传路径,以期在西班牙语国家打造知名的冰雪旅游品牌,吸引更多境外游客。

【关键词】吉林省; 冰雪旅游; 西班牙语国家; 文化外宣

【基金项目】吉林省大学生创新训练计划项目“吉林省冰雪旅游文化对西班牙语国家的宣传路径研究”(编号: S202410964026); 吉林外国语大学2024年度校级科研重点项目“吉林省非物质文化遗产在全球南方的传播路径与价值认同研究”

吉林省作为中国东北的重要省份,以其独特的冰雪资源和深厚的文化背景,逐渐成为冰雪旅游的热门目的地。吉林省位于中国东北,四季分明、冬季漫长而寒冷,得天独厚的气候条件使其成为中国最具潜力的冰雪旅游目的地之一。吉林省的冰雪资源不仅包括丰富的滑雪场所,还有丰富的冰雪文化活动,如雪雕、冰钓等,形成了独具特色的冰雪旅游产业。随着中国对外开放政策的逐步推进,吉林冰雪旅游吸引了越来越多的国际游客。西班牙语国家,特别是拉丁美洲和西班牙,具有多样的旅游需求和文化兴趣,这为吉林省的冰雪旅游文化进入西语市场提供了机会。近年来,西班牙语国家的游客对中国的历史文化以及现代旅游资源的兴趣日益增长,但如何做好旅游外宣,成为扩大吉林冰雪旅游文化传播范围和境外游客规模的关键。

1 吉林冰雪旅游文化概述

吉林省是一个典型的冰雪旅游胜地,漫长的冬季为它创造了有利的自然条件,形成了丰富的冰雪资源和旅游项目。吉林省的自然景观为冰雪旅游提供了极好的基础设施,特别是在长春、松花江和延边等地区,拥有多个滑雪场、冰雪公园和冰雕节等活动,这些独特的资源吸引了大量游客。不仅仅是滑雪和雪地探险,冰钓、雪雕、冰雕节、雪地马拉松等活动也成为了当地的重要旅游亮点。此外,吉林省还是朝鲜族和满族的聚居地,这些民族的历史、文化和习俗与冰雪景观深度融合,让其冰雪旅游文化融合了深厚的民族文化内涵。每年冬季,吉林省都会举办冰雪节、雪雕大赛等大型活动,不仅有现代的冰雪娱乐项目,还能让游客体验到浓厚的民族文化,如朝鲜族的传统舞蹈、满洲文化的展示等。这种多元文化的融合,给游客

带来了独特的文化旅游体验。

此外,习总书记长期以来一直倡导绿色发展理念,呼吁包括辽宁、吉林和黑龙江省在内的东北地区将其冬季冰雪覆盖的土地视为宝贵的资产。^[1]吉林省积极举办国际滑雪赛事,培养了大量的冰雪运动人才,这些举措不仅提升了吉林省在冰雪运动领域的国际影响力,也为冰雪旅游注入了更多竞争力。随着中国在国际舞台上冰雪项目的崛起,吉林省的冰雪旅游也受到了更多国际游客的关注,尤其是西方国家和冬季运动爱好者。

吉林冰雪旅游文化的独特性不仅在于其自然景观和丰富的活动项目,还包括其背后深厚的文化底蕴。这些特色为吉林省吸引游客提供了有力的支持,尤其是在全球旅游市场日益多元化的今天,吉林作为冰雪旅游目的地的优势越来越突出。

2 面向西语国家开展外宣的意义

在全球化旅游市场蓬勃发展的背景下,吉林省面向西班牙语国家开展冰雪旅游文化外宣,具有多维度的重要意义,对推动地方旅游产业升级、促进文化交流融合及提升国际影响力作用显著。

2.1 满足多元旅游需求,促进旅游市场拓展

西班牙语国家游客的旅游喜好差异明显,拉丁美洲游客热衷自然探险,西班牙游客则钟情历史文化旅游。吉林冰雪旅游资源丰富多样,既拥有长白山壮观的雪景、雾凇等自然景观,又有满族、朝鲜族的独特文化,还具备专业的冰雪运动场地。通过对外宣传,能让西班牙语国家游客了解到吉林省冰雪旅游的独特魅力,满足他们对新奇旅游体验的追求,从而吸引更多游客前来,拓展吉林省冰雪旅游

在国际市场的份额。

2.2 顺应文化兴趣潮流，推动文化交流互鉴

随着中国国际影响力的提升，西班牙语国家游客对中国文化的热情持续高涨，渴望深入体验中国传统手工艺制作、中医药文化等。吉林冰雪旅游在宣传过程中融入这些文化元素，不仅能丰富游客的旅游体验，还为两国文化交流搭建了桥梁。游客在体验冰雪旅游的同时，能亲身感受中国文化的博大精深，促进中西文化的交流与互鉴，增进彼此的理解与认同。

2.3 提升地区国际知名度，塑造良好国际形象

21世纪已是信息化时代，对于冰雪运动，充分发挥时代背景下互联网的宣传作用，扩大国内国际双向影响力，把握住时代发展的机遇。^[2]通过在西班牙语国家开展有针对性的外宣活动，如在当地主流媒体投放广告、举办旅游推介会等，可以提升吉林省在国际上的知名度和美誉度，展示吉林省丰富的冰雪旅游资源和独特的文化魅力，有助于塑造吉林省开放、多元、充满活力的国际形象，吸引更多国际游客和投资，进一步推动地区的国际化发展。

3 吉林冰雪旅游文化面向西语国家外宣的困境

随着全球旅游市场的融合发展，吉林冰雪旅游凭借独特资源与文化底蕴，在国际市场中拥有潜力，其中西语国家是重要目标市场。然而，目前吉林省冰雪旅游文化在西语国家的外宣工作遭遇诸多阻碍，限制了其在该地区的影响力和市场拓展。因此，吉林省需要在宣传过程中充分考虑以下几点：

3.1 旅游文化外宣翻译难度较大

在吉林省冰雪旅游文化对西语国家的外宣过程中，语言与文化方面存在诸多挑战。西班牙语和中文在语法、词汇以及表达习惯上差异显著，中西文化也存在着较大差异，这使得冰雪旅游宣传资料在翻译时，难以精准传达文化内涵，像“雾凇”一词，直接翻译无法让西语国家受众领略其独特景观之美与文化意境，会导致他们从内心感觉到中国人对旅游事业的建设发展投入不足，在选择旅游地时也会放弃考虑吉林省。

3.2 宣传渠道有限且缺乏针对性

在当前吉林省冰雪旅游文化面向西语国家的外宣工作中，宣传渠道存在明显短板。一方面，过度依赖报纸、电视等传统媒体投放广告。在互联网普及的时代，传统媒体不仅覆盖面受限，仅能覆盖部分受众群体，而且互动性极

差，难以与受众展开有效沟通，无法精准触达追求潮流、热衷线上社交的年轻一代以及潜在游客群体。另一方面，社交媒体运用严重不足。在Facebook、Instagram、TikTok这些西语国家广受欢迎的社交媒体平台上，宣传内容更新滞后，无法及时呈现吉林省冰雪旅游的最新动态与特色活动；形式也较为单一，多为简单图文展示，缺乏创意视频、互动直播等多元形式。同时，团队缺乏对平台算法的深入钻研，未能依据平台推荐机制优化内容，也未充分考量用户偏好，致使宣传内容曝光率低、关注度不高，难以在海量信息中脱颖而出，吸引西语国家用户的目光。

3.3 产业链构建碎片化

在冰雪产业蓬勃发展的大背景下，产业链上下游协同共进是其稳健发展的关键，这种协同能整合资源，带动相关产业繁荣。然而，吉林省冰雪旅游产业的产业链短板显著，在多个环节上均有缺失，如冰雪装备制造业基础薄弱；冰雪运动用品行业的技术人员数量不足，且流动性大，工作连续性差，严重影响产品研发与生产的稳定性；上游工业技术积累匮乏，技术人员创新思维受限，导致难以推出创新性和吸引力强的冰雪游乐设施与运动设备，在硬件设施上难以与国际知名冰雪旅游目的地竞争等。

从产业结构看，吉林省工业集中度和规模效益较低。这致使冰雪运动项目种类单一，缺乏多样化娱乐项目，无法满足游客日益多元的消费需求。在下游产业方面，周边产品开发滞后，难以形成完善配套设施。例如，很多滑雪场除了滑雪项目外，缺乏特色餐饮、纪念品等配套服务，未能充分挖掘游客消费潜力，难以构建具有地域特色和市场竞争力的冰雪旅游产业生态。

4 可行宣传路径与实施策略

4.1 培养引进高质量人才，增强文化适应性

吉林省在推动冰雪旅游文化的过程中，需要培养一批既懂旅游业又懂西班牙语文化的复合型人才。专业的跨文化沟通人才可以帮助吉林省更好地理解西班牙语国家游客的需求、兴趣和偏好，进而制定更合适的宣传策略。此外，这些人才还可以帮助解决语言障碍，确保吉林省的冰雪旅游产品和文化活动能够准确、有效地传达给西班牙语国家的目标群体。同时吉林省可以通过引进一些具备国际视野的旅游行业专家，特别是有丰富跨国营销经验的专业人才，这些人才可以帮助吉林省开拓国际市场，尤其是西班牙语国家市场。

此外,吉林省还可以通过与国内外高校的合作,定期举办冰雪旅游管理和文化传播方面的培训班,培养更多适应国际化发展的旅游管理和文化传播人才。通过加强与西班牙语国家的合作,邀请当地的旅游专家、文化传播学者以及媒体人员进行交流合作,定期举办讲座和研讨会,提高吉林省冰雪旅游文化在西班牙语国家的知名度和影响力。通过这些外部专家的参与,吉林省能够更好地理解西班牙语国家市场的动态和趋势,为制定针对性的宣传策略提供有力支持。

语言障碍是跨国宣传中最为显著的挑战之一。吉林省应注重将宣传材料、旅游信息等翻译成西班牙语,确保翻译内容准确,并符合西班牙语国家的文化习惯。例如,通过制作西班牙语版的宣传册、网站、社交媒体平台等,打破语言壁垒,确保信息能够准确传递。还可以通过举办冰雪文化节、雪雕展览、冰雪运动表演等活动,向西班牙语国家直接展示吉林省的冰雪文化。例如,吉林省可以邀请西班牙语国家的文化代表、旅行社、媒体等参加吉林省的冰雪节庆活动,通过实地体验来推广吉林省的冰雪旅游文化。

4.2 开拓宣传渠道新赛道, 延展宣传影响力边界

当下,吉林省面向西班牙语国家开展的冰雪旅游文化宣传,正处于蹒跚起步的阶段。外宣方式极为受限,主要依靠传统媒体,像在西语国家的报纸、电视台投放广告,但这类方式覆盖面窄、互动性差。少量的文化交流活动,例如举办一些小型的冰雪文化展览,受众范围小,难以形成广泛影响力。旅游展会虽能展示部分特色,不过受时间、场地限制,成效不够突出,还远未搭建起全面、系统且长效的宣传体系。

在西班牙语国家,社交媒体拥有庞大的用户群体和强大的传播力。Facebook作为全球知名社交平台,能让信息迅速扩散;Instagram以精美的视觉内容吸引大量年轻用户;Twitter则凭借即时性传播特点,让热点迅速发酵。利用新媒体平台进行宣传,能突破时空限制,扩大宣传范围。吉林省应把握这些平台特性,精心拍摄展示雾凇奇观、特色滑雪项目、民俗冰雪活动等的精美图片与视频。同时,借助关键词优化技术,研究西语国家游客在搜索冰

雪旅游时常用词汇,融入宣传内容,利用定向广告,依据用户年龄、兴趣爱好等精准推送,大幅提高在这些社交媒体上的曝光率。

吉林省还可与西语国家的旅行社及在线旅游平台深度合作。通过市场调研了解当地游客偏爱深度游、追求个性化体验等消费习惯,结合对冒险刺激项目或文化体验项目的兴趣偏好,推出如私人定制滑雪教学、满族民俗深度体验等定制化的冰雪旅游产品。借助对方成熟的旅游平台与网络渠道,如在西班牙语国家热门旅游APP上重点推广,旅行社策划专属的冰雪旅游团,从签证办理到行程安排一站式服务,为游客前往吉林省开启冬季之旅提供便利。

借助大数据分析,也是实现精准营销的关键。通过收集西语国家游客在旅游网站的搜索记录、停留时间等数据,深入洞察其需求和兴趣点。比如,发现部分游客对极限冰雪运动感兴趣,就制作相关宣传内容,满足不同游客群体的个性化需求。此外,为建立长效宣传机制,吉林省可定期举办冰雪文化交流活动,像每年举办一次大型冰雪文化节,持续深化与西班牙语国家媒体的合作,邀请知名媒体参与报道,稳步提升吉林省冰雪旅游文化在当地旅游市场的影响力,确保宣传工作持续发挥效力。

吉林省作为中国的重要冰雪旅游目的地,凭借其丰富的自然景观和深厚的文化背景,逐渐在国际市场中获得关注,但是对西班牙语国家的宣传尚存不足。为了有效提升其在西语国家中的知名度,吉林省可以通过多维度的宣传路径,如培养专业人才、提升语言服务质量、拓宽宣传渠道等,来突破语言和文化障碍,精准定位目标市场,设计符合西班牙语国家游客需求的定制化旅游产品,构建长效宣传机制,在西语国家树立冰雪旅游品牌,提升其冰雪旅游的国际影响力,从而吸引更多西语国家游客,促进吉林冰雪旅游文化的国际传播与冰雪旅游产业的国际化发展。

参考文献:

- [1] 张宇馥,李龙翔.后冬奥时代吉林省冰雪旅游发展现状及对西语国家外宣路径分析[J].旅游纵览,2023,(07):185-187.
- [2] 王洁,吴迪.健康中国视域下冰雪运动带动全民健康的发展研究[J].文体用品与科技,2023(1):20-22.