

基于RMP分析的万科松花湖滑雪场 冰雪旅游产品开发策略

符媛静 金花* (通讯作者)

吉林外国语大学, 中国·吉林 长春 130000

【摘要】冰雪旅游作为旅游业的重要组成部分,在促进区域经济发展、丰富旅游产品结构方面发挥着重要作用。本文旨在探讨冰雪旅游产品的开发策略,并以中国知名的冰雪旅游目的地——万科松花湖滑雪场为案例,运用RMP分析其产品开发现状与潜力。在此基础上,提出针对性的产品开发策略,旨在提升滑雪场的市场竞争力和可持续发展能力。

【关键词】冰雪旅游; RMP模型; 产品开发; 滑雪场

【基金项目】2024年吉林省高教科研一般课题,“数字经济视域下长白山地区旅游产业高质量发展路径研究”(编号: JGJX24D0535); 吉林省教育厅科学研究项目,“创新驱动背景下吉林省冰雪旅游产业高质量发展路径研究”(编号: JJKH20251500SK)

1 万科松花湖滑雪场冰雪旅游产品的开发的RMP分析

1.1 资源分析

1.1.1 自然资源

万科松花湖滑雪场位于吉林省吉林市,山体绵延于长白山脉,与欧洲的阿尔卑斯山和北美的落基山同处于国际粉雪黄金纬度带,被誉为“雾凇之都,滑雪天堂”。这里雪质优良,以粉雪著称,雪期长,雪质好,雪形呈颗粒状,质地松散,为滑雪者提供了极佳的滑雪体验。

1.1.2 基础设施

滑雪场滑雪面积达175公顷,能同时满足10000人滑雪,拥有37条优质雪道,总长41公里,包括初、中、高级雪道及专业赛道,满足不同水平的滑雪者需求。此外,还有6条进口高速缆车、8条魔毯,每小时运力可达22000人次。度假区内设有多个酒店和民宿,床位总数超过6000张,满足不同游客的住宿需求。度假区还定期举办各类冰雪活动和赛事,如滑雪比赛、冰雪节、雪地音乐节等,丰富游客的旅游体验。

尽管滑雪场拥有优质的雪质和广阔的滑雪面积,但在非雪季期间,这些资源未能得到充分利用,导致季节性经营问题突出。同时,滑雪场在展现地方特色文化和冰雪文化方面仍有待加强,未能充分挖掘和利用文化资源来提升产品附加值。

1.2 市场分析

1.2.1 消费喜好

万科松花湖滑雪场提供的多条优质雪道和完善的滑雪设施满足了不同水平的滑雪爱好者。滑雪装备的选择也呈现出消费升级的趋势。消费者在选择装备时,除了关注性价比,还越来越重视舒适度和安全性。高端、智能、个性化的装备品牌越来越受到青睐。

1.2.2 消费构成

数据表明,滑雪门票和滑雪费用是主要的消费项目,占比相对较高。滑雪场通过推出不同价格区间的滑雪产品,

满足不同消费层次的需求。其次,住宿费用也是重要的消费构成部分。随着“住着玩”需求的提升,住宿费用在总消费中的比例也在增加,超过90%的预售产品为住宿+滑雪票的套餐产品,显示出游客对于一站式服务的偏好。同时,餐饮和购物也是不可忽视的消费构成部分。滑雪场内的商业小镇和餐厅为游客提供了丰富的餐饮和购物选择,增加了游客的消费体验。

游客对滑雪场的滑雪体验及服务也表现出较高的满意度。但尽管游客满意度较高,滑雪场仍需关注游客的反馈和建议,不断改进服务质量和提升游客体验。同时随着冰雪旅游市场的快速发展,竞争对手不断增加,市场竞争日益激烈,滑雪场需要不断创新和提升服务质量以吸引游客,进一步巩固和扩大市场份额。

1.3 产品分析

万科松花湖滑雪场作为吉林省冰雪旅游的重要组成部分,以其丰富的冰雪旅游产品和优质的服务体验,吸引了大量游客。度假区集冰雪运动、山地度假、赛事训练、户外运动、餐饮住宿、会展购物、教育营地、休闲娱乐等功能于一体,形成了较为完善的冰雪旅游产业链,为游客提供全方位的旅游服务。不仅提供多层次的滑雪体验,同时还注重研学旅行和营地教育,确保青少年初学者也能在安全的环境中享受滑雪乐趣。

除了传统的滑雪项目,滑雪场还推出了冰雪爬犁、雪地摩托车、雪踏岳桦林穿越等多样化的冰雪娱乐活动,以及冰雪演艺、夜间滑雪等特色项目,让游客在享受冰雪运动的同时,也能感受到浓厚的冰雪文化氛围。滑雪场周边还聚集了多家商贸企业,提供冰雪服饰、冬季餐饮、新能源汽车等商品的专场促销和展销会,为游客提供高品质的消费体验,激活冰雪消费市场。

目前万科松花湖滑雪场冰雪旅游产品存在的主要问题是创新性不足、服务质量参差不齐、综合性人才缺乏。虽然

万科松花湖滑雪场在雪季拥有多种配套设施和丰富的冰雪旅游产品,但非雪季项目的开发和运营相对薄弱,导致季节性明显,淡季游客数量大幅下降。由于滑雪场游客数量较多且季节性明显,部分服务人员在非旺季期间可能缺乏专业技能和服务意识,导致服务质量参差不齐。并且,随着冰雪旅游产业的快速发展,滑雪场对综合性人才的需求日益增加。然而,目前滑雪场在人才引进和培养方面还存在不足,难以满足日益增长的服务需求。

2 基于RMP分析的万科松花湖滑雪场冰雪旅游产品开发策略

2.1 资源优化策略

2.1.1 开发四季运营模式

设计季节性的营销策略,如推出春夏秋冬的优惠套票,包括住宿、餐饮和景区门票,以及在夏秋季节推出的定向越野、山地自行车等户外活动。在非冬季期间,推出夏季音乐节、登山和徒步活动,春秋季节的户外运动节,通过这些活动来吸引不同季节的游客,实现四季运营。

2.1.2 采取绿色环保措施

作为对生态环境负责的旅游业成员,万科松花湖滑雪场应采取一系列环保措施来减少其运营对环境的影响。具体措施包括采用可再生能源、使用节能设备、实施垃圾分类回收等。采用绿色能源,如风能和太阳能,用于滑雪场的运营,并使用环保材料进行设施建设,减少对环境的影响。强化生态旅游的概念,设立环保教育中心,向公众普及冰雪旅游中的环境保护知识,吸引环保意识强的游客。

2.1.3 构建文化生态体验

万科松花湖滑雪场应致力于构建全方位的文化生态体验,将地方特色文化与冰雪元素深度融合,以独特而丰富的文化内涵为滑雪场的品牌注入灵魂。为此,滑雪场需积极搭建与地方文化机构、非物质文化遗产传承人、艺术团体及教育机构的紧密合作桥梁,共同探索和实践文化创新的路径。首先,深入挖掘本地历史文化底蕴,包括但不限于地域传说、民俗风情、传统节日、建筑风格等,将其转化为具有观赏性和参与性的文化产品。随后,依托这些文化资源,滑雪场可定期举办大型文化节庆活动,如“冰雪文化节”、“民俗风情月”等,通过主题展览、手工艺品市集、文化讲座、互动体验区等形式,让游客在享受滑雪乐趣的同时,也能深入了解和体验地方文化的魅力。

2.2 市场定位策略

2.2.1 设计个性化定制服务

针对不同的客户群体,比如家庭用户、年轻人、企业团建等,提供定制化的套餐服务。例如,为家庭用户提供儿童友好的滑雪教学和家庭联票优惠,为年轻用户提供夜滑和音乐滑雪派对,为企业团建提供专业的团队建设项目和优惠的团体票价。

2.2.2 推出多种营销策略

通过线上线下相结合的多渠道营销策略,万科松花湖滑雪场可以有效扩大其市场影响力。与旅行社合作推出定

制化旅游套餐,利用社交媒体和在线营销平台宣传滑雪场的活动和优惠信息,同时在重要节假日推出特别的促销活动,以吸引不同类型的游客群体。通过利用大数据分析技术,滑雪场可以更准确地了解游客的行为和偏好,从而使产品和服务更符合市场需求。

2.2.3 完善回访调研机制

建立一个快速的响应机制至关重要,例如通过在线平台和移动应用实时收集游客反馈,以便快速做出产品和服务调整。同时,可以设立游客满意度跟踪系统,并通过优惠券或折扣刺激游客提供反馈,确保能够及时了解市场需求和游客期望。此外,还可以创建产品迭代小组,专门负责根据客户反馈和市场趋势,快速更新和优化产品,以保持竞争力并提升游客体验。

2.3 产品开发策略

2.3.1 优化产品结构

根据市场需求和游客反馈,不断优化和调整产品结构。引入更多创新性和差异化的冰雪旅游产品,如冰雪主题乐园、高科技互动等新型体验项目。引入高科技产品,如利用增强现实(AR)和虚拟现实(VR)技术,为游客提供沉浸式的滑雪体验,增加滑雪游戏互动性,同时引入GPS技术的滑雪道导航和个性化推荐系统,提升游客的体验质量和满意度。

2.3.2 开发滑雪安全教育课程

为了确保游客的安全,滑雪场应强化滑雪安全培训和教育措施。开发滑雪安全教育课程是提升游客安全意识的重要步骤。这些课程应该包括理论知识和实践技能的结合,如何在雪道上保持控制、如何识别和避免危险以及如何遇到紧急情况时自救。通过开展滑雪安全宣传,塑造一个安全可靠的品牌形象,可以吸引更多的家庭和初学者前来体验。

3 结语

本研究运用RMP模型对万科松花湖滑雪场的冰雪旅游产品开发进行了全面剖析,揭示了其作为顶级冰雪旅游目的地的巨大潜力,同时也指出了产品同质化和服务质量不稳定等现存问题。通过深入分析资源条件、市场环境和产品现状,我们得出:要增强市场竞争力,滑雪场需实施多维度开发策略,包括优化资源配置、精准市场定位、创新产品开发及营销手段,以满足市场多元化需求,提升品牌形象并促进地方经济。

参考文献:

[1] 王慧,谢睿,周雪芳.基于RMP分析的广西壮族体育旅游产品开发研究[J].辽宁经济职业技术学院.辽宁经济管理干部学院学报,2023,(03):16-19.

[2] 冯晓燕.基于RMP分析的凤凰花果山茶旅融合乡村旅游产品开发[D].重庆三峡学院,2023.

作者简介:符媛静(1995-),女,河南郑州人,硕士,研究方向:冰雪旅游、文化旅游。

通讯作者:金花(1980-),女,吉林白山人,硕士,研究生导师,副教授,研究方向:冰雪旅游、智慧教育。