

沈阳冰雪旅游发展的 SWOT 分析及发展对策研究

冯美佳 鲍彩莲

(辽宁对外经贸学院区域旅游研究中心 辽宁大连 116052)

摘要: 冰雪旅游源于百年前欧美地区的娱乐活动, 随后演变成旅游模式。冰雪旅游业与所处城市的经济发展息息相关, 也是我国冰雪旅游发展计划的重要内容。在 2022 中国冰雪旅游发展论坛上, 沈阳市跻身“2022 年冰雪旅游十佳城市”, 在冬奥会的影响下, 未来沈阳市冰雪旅游产业整体发展前景良好。本研究旨在对沈阳冰雪旅游所处的环境进行系统、准确的分析研究, 从而根据结果整理沈阳市冰雪产业现状及问题, 探究沈阳市冰雪旅游发展对策。

关键词: 沈阳冰雪旅游 SWOT 分析 对策

一、沈阳冰雪旅游发展的优势

(一) 政策优势

2016 年 11 月 25 日国家发展改革委、国家体育总局、教育部、国家旅游局联合印发了《冰雪运动发展规划(2016—2025 年)》。从国家层面上对冰雪旅游给予了有效指导, 有利于大力普及冰雪运动、提高冰雪运动竞技水平、促进冰雪产业发展、加大场地设施供给、深化体制机制改革, 促进中国冰雪运动繁荣健康发展。

2020 年 3 月 26 日沈阳市推出了《关于加快沈阳市冰雪经济和冰雪运动发展的意见(2020—2022 年)》从政府层面大力支持冰雪旅游业的发展, 为沈阳市冰雪旅游产业夯实了基础, 做好了保障工作。有利于深入挖掘沈阳市冰雪产业发展潜能和优势, 用冰雪文化来引领沈阳市冰雪旅游和产业的集聚发展, 拉动经济增长。

这些政策有利于沈阳市满足大众冰雪市场需求, 引领冰雪文化, 带动冰雪旅游和冰雪赛事发展, 加速冰雪产业聚集发展, 努力把沈阳市建设成为独具冰雪文化魅力的旅游休闲目的地和冰雪运动高地, 拉动冰雪消费增长, 为加快沈阳全面振兴提供有力的政策支持和保障。

(二) 气候条件优势

沈阳市位于我国东北地区的南部、地处辽宁省中部, 是东北地区政治、经济、文化和商业贸易中心。沈阳全年有近 6 个月的冬寒时间, 为发展冰雪旅游产业提供了基础。气温条件方面, 沈阳市在冬季温度(-18~-5 摄氏度)、降雪来源(天然降雪为主、人工降雪为辅)和雪期持续长度(约 40 天)来说, 有着得天独厚的区位优势, 为挖掘冰雪旅游资源、推动冰雪产业发展、发展冰雪旅游经济提供了保障。

(三) 市场优势

区位优势显著。辽宁地处东北地区和环渤海地区两大区域, 覆盖了包括沈阳、大连在内的 14 个城市, 辐射以北京、天津、唐山、长春、哈尔滨在内的多个大型客源城市, 客源市场涵盖了京、津、冀、蒙、黑、吉在内的众多省份, 具有得天独厚的市场优势。

(四) 资源优势

沈阳作为辽宁省省会、是东北区域的中心城市、全国重工业基地之一, 在经济发展水平上占据着显著优势, 可以更好地满足旅游者在食、住、行、游、购、娱方面的需求, 吸引更多旅游者。人们对于冰雪旅游市场需求较大。周边地区经济条件良好, 冰雪旅游需求大, 喜好运动人口较多。据调查统计, 到 2019 年末, 沈阳市全域范围内共建有室外群众娱乐冰雪场地 20 处, 冬季冰雪活动场地 39 处。其中, 棋盘山、东北亚、怪坡、白清寨滑雪场 4 家、滑冰场 4 个、冰雪嘉年华 13 处、室外人工冰场 11 处、室外天然冰场 7 处, 并继续新建室内滑雪场地和室外冰雪设施。

沈阳有着丰富的冰雪旅游资源, 会举办很多大型冰雪活动。包含 86 项以滑雪场为主的运动类的冰雪旅游项目、以温泉为主的休闲类的冰雪旅游项目、以灯会和少数民族美食为主的冰雪民俗旅游项目、以针对学生的主题营和冬令营为主的等研学活动、以博物馆和纪念馆为主的冰雪历史旅游项目, 以生态廊道、动物园为主的冰雪生态旅游项目, 以大剧院、大舞台为主的冰雪欢乐旅游项目和以

公园小镇为主的冰雪游玩旅游项目 8 个大类别。活动项目的多样化进而提高了冰雪旅游的吸引力。

沈阳还拥有丰富的人文旅游资源, 例如沈阳故宫, 沈阳世博园等等, 这些吸引力较大, 级别较高的旅游资源会和冰雪旅游资源形成资源互补, 从而提高冰雪旅游的市场地位。

二、沈阳发展冰雪旅游的劣势

(一) 冰雪文化内涵挖掘不足

沈阳是一座历史悠久的文明古城, 也是拥有少数民族较多的城市之一。目前拥有 37 个少数民族, 各个民族都有着自己独特的文化风情和民族记忆, 而正是这些独特的文化吸引省内外游客。沈阳发展冰雪旅游的同时, 却忽视了少数民族文化与冰雪旅游相结合的发展。没有将相关的民俗文化挖掘出来, 展示出来。

(二) 冰雪产品种类少、品牌意识较差

沈阳市冰雪产业发展时间较短, 冰雪旅游项目精品少, 产品之间缺少组合, 常年形式单一, 没有丰富的变化, 使游客产生审美疲劳。在国内没有形成足够的市场份额。缺少如冰雪雕塑、冰雕展览等旅游产品。而现有的冰雪产品中, 大多数都是传统的, 跟其他地方相雷同的一些冰雪旅游产品, 并没有适合沈阳本身的特色冰雪旅游产品, 没有树立沈阳冰雪旅游产品品牌。

(三) 冰雪旅游体验性低

目前, 沈阳所拥有的部分冰雪旅游产品对体验性的关注度不够。在例如冰灯、冰雕展览、游园一类的项目中只是展示, 简单地让游客观赏, 没有具体操作, 没有让游客更好的参与到冰雪旅游中去, 不能满足年轻一代消费者的多元化需求。

(四) 冰雪旅游从业人员综合素质较低

冰雪旅游从业人员专业知识储备较差, 专业水平较低; 服务意识薄弱, 服务主动性有所欠缺。冰雪旅游从业人员数量较少, 在旅游者有需要时, 存在找不到服务人员、服务人员也不清楚需要询问其他人等情况。企业对于从业人员的培训机会较少、人才培养力度比较小等情况, 冰雪旅游从业人员整体专业素质较低。

(五) 冰雪旅游基础设施不完善

沈阳冰雪旅游景区冰雪旅游基础设施建设不完善, 服务区 and 加油站数量少, 缺少人性化服务, 个别景区设施老化, 停车场面积小, 车位数量少。卫生间数量少, 位置不便利, 没有针对特殊人群提供人性化服务, 卫生清扫不彻底。滑雪场地专业强度大, 受限制性较强。

三、沈阳冰雪旅游发展机遇

(一) 奥运热潮引发全民热情

今年冬天, 雪场展现英姿的谷爱凌、苏翊鸣和李文龙等奥运健儿, 不禁让现场和电视机前的大家激情喝彩。也带动了许许多年龄群体对于冰雪运动的关注, 并积极参与其中。冰雪教育课程也积极覆盖市内所属中小学课堂, 约有 210 万人次参与到了冰雪运动当中。随着冬奥会的成功举办, 庆新年、迎冬奥国内冰雪热度推向了高潮。

(二) 教育+冰雪将燃起学生激情

自 2019 年沈阳推动“冰雪进校园”活动展开起, 全市目前拥

有冰雪运动特色学校 55 所,其中获批学校 27 所,奥林匹克教学示范学校 7 所。课上讲授冰雪知识,课后展开冰雪竞赛、冰雪主题班会,一方面推动了冰雪文化进入课堂,另一方面也宣扬奥林匹克精神,激发学生参与的热情。同样使人们对于冰雪旅游的需求提升。将冰雪运动作为突破口,推动体育与教育融合,加速冰雪旅游产业发展。沈阳市也将在这一模式中受益,后续定向培养冰雪产业人才,建立人才培养基地,为沈阳市冰雪旅游输送优质人才。

四、沈阳冰雪旅游发展威胁

(一) 冰雪运动同质化严重,市场竞争压力大

随着冰雪运动的不断升温,国内多个城市都举行了“冰雪节”,这些冰雪节日与沈阳冰雪节等旅游产品同质化严重,形成了激烈的市场竞争,导致冰雪旅游客流分散,不断威胁着沈阳冰雪旅游的快速发展。旅游市场竞争压力大,种类多,可选择性较强,同样威胁着冰雪旅游产业的发展。

(二) 传统旅游的威胁

东北三省是我国雪期最长的地区,但沈阳地区的雪期明显短于黑龙江和吉林。另一方面,与其他传统旅游产品相比,冰雪旅游自身就受到了严格的气温和降雪条件限制。沈阳市内的冰雪运动多为天然滑雪、滑冰场,雪期过后自然无法使用。季节性消费特征明显。为了延长冰雪运动的“雪期”,应继续投入室内滑雪和滑冰场地,满足旅游者全年的冰雪运动需求。

五、沈阳冰雪旅游的发展对策

(一) 深入挖掘冰雪旅游文化内涵

冰雪运动最为重要的是游客们的整体的体验感和参与感,也要提升整体的文化内涵,且对地方多种多样的特点进行突出,让冰雪旅游项目可在文化底蕴的支撑下进行发展。在文化体现上必须要注重本地文化,结合游客自身的需求和爱好,打造出符合沈阳市自身冰雪旅游形象的品牌,在这个基础上添加特色,实现可持续发展。

在冰雪民俗文化内涵方面,比如集中在沈阳地区的满族,有正月十六“轱辘冰”的习俗,在正月十六这一天的傍晚,满族人民结伴来到冰面上,在冰上左右翻滚,并通过念诵“轱辘冰轱辘冰,腰不疼,腿不疼”,“轱辘轱辘冰,身上轻一轻”等话语来祈愿新的一年身体健康。

沈阳相关冰雪旅游企业和单位可以重点突出沈阳的满族冰雪文化风俗,通过与各个平台和景区合作,在公共投放平台和位于景区入口处、人行道旁的宣传板上做一些相关文字图片展示;并与沈阳各大旅行社取得合作,联系经验丰富的导游人员提供相应的讲解服务,介绍其发展的相关历史和信息;也可以聘请一些演员来进行满族冰雪文化的表演及展示,录制视频,在展示平台循环播放,生动的向游客介绍沈阳冰雪民俗文化;向游客进行多维度展示,增加民俗文化吸引力,使游客深入了解沈阳冰雪旅游民俗文化的内涵。

(二) 积极开发冰雪旅游项目,树立品牌意识

沈阳市在进行冰雪旅游资源开发期间,必须要因地制宜且有主题的开展,充分利用自身具有的自然、人文等资源,进行冰雪运动旅游的建设。在市场中利用具有特色的资源进行发展,有效提升自身的竞争能力。

比如,可以开发故宫赏雪项目,也可以进行浑河滑冰比赛,还可以结合自身优势,开展温泉冰雪旅游,在游客们结束一天紧张而刺激的滑雪项目后,可以泡温泉进行放松,将众多冰雪项目和温泉进行有效融合,开启沈阳市冰雪旅游行业的新格局。也可以由冰雪旅游企业联系专业医师为游客推出推拿、针灸、按摩等中医康养治疗和理疗的免费服务,吸引游客进行体验,将冰雪温泉游打造成为沈阳特色冰雪旅游产品。同时,通过这些活动建立沈阳市具有自身特色的冰雪旅游品牌,也可将自身具有优势的国际冰雪节作为基础,进而打造相关明星产品,会为沈阳市冰雪旅游的发展带来无限生机和可能,也可让沈阳市冰雪旅游得到长远的发展,使之成为整个辽宁省冰雪旅游发展的重要推动力,让国际冰雪节的知名度不断

提升。

(三) 提高冰雪旅游体验性

提高对冰雪旅游产品的体验性的关注度,可以加入一些参与性较强的活动,比如,猜灯谜,冰灯展览活动,提升游客的游览兴趣。

还可以进行 DIY 冰雕活动,在冰雕展览场地附近,请当地的冰雕手艺人进行展示,吸引游客付费参与 DIY 冰雕活动,自己动手参与,雕刻出属于自己独一无二的作品,增加游客游览兴趣的同时提升体验性。

还有雪地足球、雪地赛跑、雪上摩托一类的活动,在景区附近规划出专业场地给游客进行活动,在保障游客安全的同时提高冰雪旅游体验性,游客可以更好的参与到冰雪旅游中去。

(四) 提升冰雪旅游从业人员综合素质水平

沈阳冰雪旅游相关部门应在全社会范围内招聘滑雪专业相关人才和冰雪旅游从业人员,同时也要聘请具有管理滑雪场经验的人才,防止冰雪旅游人才流失,有效提高冰雪旅游行业从业人员素质。

相关从业人员可以在行业内部进行统一培训,也可以进行外派培训,加强从业人员的月度培训和季度考核,提升从业人员的综合素质水平。

企业应加强从业人员激励奖励,提高从业人员服务主动性,也要落实好各个岗位职责,责任到人,防止脱岗。

相关管理部门和企业可以委托沈阳周边高校进行冰雪旅游专业人才的培训和委托培养,加强校企合作,为冰雪旅游行业输送高素质专业人才,提升整体从业人员素质。

冰雪旅游相关企业应该积极学习国外冰雪旅游的经验并加强合作,提升现代冰雪旅游文化理论知识、业务技能和管理水平。

(五) 完善冰雪旅游基础设施建设

首先,应该适当扩大停车场面积,增加停车位数量,为自驾游的旅游者提供更多停车位,尤其是缓解旅游旺季停车难的问题。

其次,合理设置公共卫生间数量,游客密集的地方可以适当增加卫生间数量;设立针对特殊人群的卫生间,同时,应合理增加清扫人员数量,进行排班轮班制,责任到人。

最后,加强安全设施设备。冰雪运动多面临着速度快、技术要求高、风险高的项目活动,同时还会受到天气、设备等诸多因素影响,企业应确保雪地缆车、传送带、滑雪板等设备和器材的安全性,定期进行自检自查。同时景区也应该不断完善细节,比如在入口处进行安全检查、设立醒目的《滑雪者须知》告示、在有需要的地段设置安全网等。

总而言之,对拥有地理位置优势的沈阳市来说,利用好现有的政策环境和自然环境因素,进一步加快冰雪产业发展速度。同时,完善冰雪旅游相关产业链发展、提升旅游产品服务和安全保障、促进文化等与旅游相融合发展。随着冬奥会的成功举办,为沈阳的冰雪旅游产业带来了前所未有的发展机遇,特别是冰雪进校园活动前景良好。沈阳冰雪旅游应该突出地区特色,将本地文化融入到冰雪旅游发展中,在满足游客多样需求的同时,促进沈阳冰雪旅游的经济发展,进而带动沈阳旅游经济的发展。

本论文为辽宁对外经贸学院大学生创新创业训练计划项目,项目编号:2021XJDCA047

参考文献:

- [1]佟安娜.辽宁冰雪旅游产业 SWOT 分析及发展对策研究[J].旅游与摄影,2022(06):34-36.
- [2]段光达.发掘冰雪旅游产业新潜能[J].奋斗,2021(04):56.
- [3]冯晓苏,黄建庭,胡顺鼎.中国冰雪旅游产业发展的机遇与挑战[J].辽宁体育科技,2020,42(04):1-6.

作者简介:1.冯美佳(2000-今),女,辽宁葫芦岛人,辽宁对外经贸学院本科学士,在旅游管理专业学习。2.鲍彩莲(1972-今),女,辽宁营口人,研究生,教授,主要从事高校旅游教育以及旅游管理研究。