

# 吉林省冰雪旅游产业发展探究

李博 刘瑞 黄千桐 张毅

(长春师范大学 130032)

摘要: 吉林省有丰富的冰雪资源和完善的冰雪设施, 现已凭借优越的气候、得天独厚的地理位置占据了一定冰雪市场, 但由于人才欠缺、市场竞争激烈等问题, 仍需加强政府干预、健全人才队伍, 本文运用SWOT分析法对吉林省冰雪旅游产业的发展进行梳理分析, 并提出科学建议。

关键词: 吉林省; 冰雪旅游; 冰雪产业

Exploration on the development of ice and snow tourism industry in Jilin Province

Li Bo, Liu Rui, Huang Qiantong, Zhang Yi

(Changchun Normal University 130032)

Abstract: Jilin province has rich resources of snow and ice and the ice of perfect facilities, is now with the superior climate, unique geographical location occupied a certain market, ice and snow but due to problems such as talent lack, market competition is intense, still need to strengthen the government intervention, improve the talent team, this paper USES SWOT carding analysis on the development of ice-snow tourism industry in jilin province, And make scientific recommendations.

Key words: Jilin Province; Snow and ice tourism; Ice and snow industry

## 一、引言

随着我国冬奥会的顺利进行, 冰雪经济开始持续释放冬奥热能, 全国各地都在积极响应“带动三亿人参与冰雪运动”的号召, 抢抓冬奥新机遇, 持续赋能冰雪经济。冰雪旅游产业成为了冰天雪地里的热产业, 根据《中国冰雪旅游发展报告(2022)》统计, 在2021年至2022年冰雪季节全国参与冰雪旅游人数预计超过3亿人, 吉林省作为我国冰雪之乡, 更要抓住时代发展机遇, 贯彻冰天雪地就是金山银山的发展理念, 提升吉林省冰雪旅游产业的社会效益和经济效益。

## 二、发展现状

吉林省是世界三大冰雪基地之一, 位于世界冰雪优势纬度带, 已经建成了46个滑雪场, 总面积达到了1032公顷。据2022年2月11日人民日报官方报道, 吉林省2021-2022年冬季的旅游接待规模将达8500万人次, 有望实现总收入1700亿元, 《吉林省冰雪产业高质量发展规划(2021-2035)》, 到2025年, 吉林冰雪产业总规模将达2500亿元。目前, 吉林省拥有4个顶级的滑雪场地, 这里有世界著名的“冰雪黄金纬度带”, 拥有世界一流的“粉雪”资源。

## 三、吉林省冰雪旅游产业发展SWOT分析

### (一) 吉林省冰雪旅游产业优势分析

1. 优越的地理位置。吉林省位于北纬41-46度, 属于温带大陆性季风气候, 冬季寒冷干燥, 降雪时间长、降雪量大, 通常达4个月左右, 降雪量达100cm左右, 并且风速不是很大, 如通化、延边、图们等山区地区积雪周期可达5个月左右, 加上一些较为平缓的山体坡度, 适合开发一些冰雪项目。

2. 独特的文化优势。人们在欣赏旅游景观、尝试滑雪的同时, 一些美轮美奂、独具特色的冰雕、冰灯成为营造氛围的点缀品, 人们可以品尝东北特色的雪橇、马拉犁以及冰雪狩猎等娱乐项目, 也可以尽情享受打年糕、冰糖葫芦等特色小吃。在休闲时刻, 一些东北特色的二人转、踩高跷、经典小品还会继续为您呈现。除此之外, 吉林省拥有朝鲜族、蒙古族等少数民族的风情特产, 可以让游客感受不同民族的文化特色, 热情好客而又颇具豪放的东北人, 也为冰雪文化旅游的发展增添了色彩。

3. 有力的政策支持。为响应国家号召, 发挥地区优势, 吉林省作为“冰雪之乡”, 其冰雪产业的发展备受国家关注。2016年10月18日, 国务院总理李克强主持召开振兴东北地区老工业基地的会议上进一步明确东北振兴工作。2019年4月1日, 习近平总书记在考察东北时强调, 要充分利用东北地区独特的资源优势, 加快推进冰

雪产业发展。2021年10月29日吉林省委、省政府正式发布《吉林省冰雪产业高质量发展规划(2021-2035)》《规划》提出, 要构建更加有机、协调的“4+X”产业体系, 以冰雪旅游、冰雪运动、冰雪文化、冰雪装备为核心, 以冰雪科技、冰雪人才、冰雪商贸、冰雪金融、冰雪交通为支撑。

### (二) 吉林省冰雪旅游产业劣势分析

1. 缺乏专业冰雪人才。冰雪文化产业发展需要专业的管理人才、技艺高超的冰雪运动人才以及旅游文化开发者。据了解, 国内大多数冰雪企业的管理人员都没有系统的学习过专业的冰雪文化旅游产业管理知识, 即使是旅游专业的人员, 他们也缺乏冰雪旅游文化的研究, 实战经验也相对不足, 缺乏应对突发情况的基本素质。就滑雪项目来说, 滑雪作为一项相对危险的运动, 需要专业人员担任教练员。在旅游旺季, 部分滑雪场会聘用一些大学生来担任教练, 虽然他们自身能较为熟练的进行此项运动, 但在教授他人时, 仍存在缺乏专业理论与实际教学经验不足的情况。

2. 缺乏可持续发展观念。冰雪文化旅游作为吉林省的一项重点发展产业, 各大开发商在经济利益的驱动下开发出多条滑雪场、旅游场所。在开发过程中, 由于经济成本的控制, 将原始森林变成雪道后, 相关部门并没有及时种植新的树木或采取一些环境保护的措施, 导致近年来吉林省在春季多发大风天气、秋季出现滑坡、泥石流等自然灾害、更严重的时候还会出现水土流失。同时, 建设完工的冰雪旅游场地没有对垃圾进行很好的分类, 在附近出现了较为严重的污染现象, 不仅降低了游客的体验感, 还给当地居民的日常生活带来了一些不便。

3. 创新意识薄弱。虽然吉林省内有诸多的冰雪文化旅游场所, 但每年的冰雪观景活动大同小异, 缺乏新意, 没有创新。对于一些外来引进的活动, 没有做到因地制宜、缺少本土气息, 未能体现出东北的特色文化与风俗人情。在冰雪服务上, 当地的冰雪服务体系尚不完善, 现阶段普遍存在标准化程度低、专业化不强的问题, 缺乏风格化管理使冰雪旅游文化显得平平无奇, 这就导致了本地的游客逐年减少, 外地的游客不再重复前往。因此, 在这个万众创新的时代, 只有抓住时机, 勇于创新, 我们的冰雪旅游文化产业才能更好的传播与发展, 当地的经济等相关产业才能蓬勃发展。

### (三) 吉林冰雪旅游产业机会分析

1. 冬奥会的成功举办。北京冬奥会在2022年2月4日成功开幕, “冬奥在北京, 体验在吉林”的热度也在不断上升, 吉林省抓住北京冬奥会的机会, 积极响应“带动三亿人参与冰雪运动”的号召,

连续举办5届雪博会,并推出“冬奥在北京,体验在吉林”主题活动,深度谋划冰雪资源与冰雪产业相融合的创新项目,着力打造“冰雪+”新模式,不断释放冰雪文化旅游这一产业的独特优势,在差异化发展中寻求新机遇。目前,从长白山巅到松花江畔,从林海雪原到冰湖腾鱼…赏雪景、观雾凇、看冰雕、泡温泉、体验冬捕等系列活动不断推出,“冰雪天地”这种特有的冷资源给吉林省带来了不一样的冰雪体验,吉林省“冬雪西冰”格局已经形成,随着冬奥会的成功举办,吉林省冰雪文化旅游的热度将节节攀升。

2.全民健身意识的觉醒。冰雪运动的发展得益于冰雪文化的引领,在冬奥会成功举办的时代背景下,全民健身热潮被不断激起,这样不仅能促进体育与文化产业的发展,还能在一定程度上促进冰雪经济的发展。相关数据显示,举办冬奥会的国家越多,滑雪运动的人数越多,冰雪文化旅游的吸引力也就越强。在后冬奥会时期,我国国民的冰雪健身意识将大大增强,各种冰雪项目频频登上热搜,如雪橇、冰雪、冰刀等成为高频词汇,在未来几年,吉林省可以凭借其独特的地理位置,利用其特有的资源优势,发展冰雪方面的健身项目。

3.生态旅游的发展。随着中国经济的快速发展和国民收入的稳步提升,越来越多的人开始追求旅游放松,而传统的观光旅游以及不能满足人们的需求了,日常生活中的压力使得人们更愿意通过大自然的力量来放松自我,疗养生活中的苦楚。冰雪文化旅游产业作为一项生态旅游应运而生,受到越来越多人的喜爱,人们可以通过滑雪等运动体验冰雪文化,不仅能强身健体,还能使自己的身心得到放松,在丰富多彩的冰雪文化项目中,人们还可以亲身体会大自然的奥妙。

#### (四)吉林省冰雪旅游产业威胁分析

1.全球气候变暖的威胁。据相关调查发现,2021年1月,全球陆地和海洋表面气温比20世纪的1月平均气温(12摄氏度)高1.14摄氏度,超过2016年1月创下的记录,由于气温的不断上升,降雪量较以前下降,冰雪融化的速度也不断加快,从国内外学者对全球气候变暖对冰雪旅游和文化产业的影响来看,全球气候的变化给冰雪文化产业的发展带来了巨大的阻碍,给吉林省冰雪旅游的开发和冰雪文化的推广带来了困难。

2.市场竞争激烈。从国际方面来说,欧美国家冰雪历史悠久,冰雪旅游体系发达,基础规模更大,并且有很多凝聚西方文化的旅游胜地,对于国际游客来说,西方先进的旅游设施、完善的服务体系、以及冰雪与度假相结合的旅游模式更受中亚、东亚以及东南亚地区冰雪爱好者的喜爱。在国内方面来看,随着冬奥会的成功举办,东北三省不再是冰雪运动和冰雪旅游的唯一盛产地区,国家2022年致力于“南展、西扩、东进”的发展格局,甚至在北纬28°的海南省三亚市也建成了冰雪体育小镇,虽然他们不具备吉林省的天然气候优势,但在国家政策的引领下,其它地区也将占据一定冰雪文化旅游市场份额。

3.冰雪文化基础薄弱。由于时空的限制和生活水平的差异,我国很多地区还没有形成定期滑雪的习惯,这相较于西方的冰雪文化基础还是比较薄弱的,并且我国目前的冰雪文化旅游均为地区性活动,不仅缺少独特的地域特色,也没有将中国的冰雪文化与国外冰雪文化相结合传播出去。如果文化的积淀不能形成,吉林省的冰雪文化旅游产业也只能是一种短暂的体验式活动,很难在市场上占据持久的地位,也很难将中国的文化特色传播出去。

#### 四、吉林省冰雪旅游产业发展对策

##### (一)加大人才培养力度,吸引人才回流

人才是一个国家和地方发展的核心要素,冰雪旅游文化产业的发展离不开专业人才的支持,提高吉林省冰雪旅游文化产业的竞争力,培养具有专业知识与能力的人才队伍至关重要。首先,整合优势资源,创新人才培养模式。依据可持续发展原则,建立以高校培养为主、社会培养为辅的人才体系,不断创新理念,积极学习国内外先进训练手段,构建科学合理的训练模式。其次,激活体制机制,建立有效的激励制度留住人才。一方面要不断提高薪资待遇,使人才福利随行业的发展而不断提高,同时根据贡献大小,适当拉开档

次;另一方面,不断完善奖励制度,建立奖励基金,对有突出贡献的人员实行奖励。最后,加强旅游人才管理与交流,积极支持文化旅游信息化建设,定期开展冰雪旅游领域人才资源研究,创建省、市、县旅游领域人才信息库,创建基于城市旅游网络的旅游资源网站,构建人才交流信息平台、开发体系和智能旅游平台,创新智能旅游信息服务,吸引人才回流。

##### (二)强化政府干预,促进冰雪产业可持续发展

加强政府管理和政策支持吉林省冰雪旅游产业的开发,是吉林省冰雪产业发展的需要,也是国家宏观经济调整时期社会经济发展的必然选择。首先,提升旅游体验,延长产业链。当地政府等相关部门可以就地取材、因势利导,利用好冰雪产业与其他季节的湖泊湿地等自然景观,打造四季皆有景,处处皆可游的发展态势。其次,融合特色民俗,打造特色品牌。吉林省地域民族众多,不仅可以探索冰雪运动民俗表演、冰雪客栈等具有地域特色的项目,还能开发出蒙古族赛马比赛、满族赛冰等一系列活动,实现冰雪文化与冰雪旅游资源的有机结合,增强吉林省冰雪文化的活力。最后,完善政策支持体系,发展冰雪旅游产业。政府部门要努力创造公平稳定的经营环境,发展生产链的各个环节,吸引社会资金参与,加大财政资金的支持力度,适度扩大优惠政策的力度和范围,使企业的优惠政策落到实处。

##### (三)设计本土化、简练化的冰雪文化产品

结合当地的人文和冰雪景观,提取当地所特有地域文化符号和设计元素,以冰雪文创产品为载体,彰显独特的地域民族文化。吉林省冰雪文创产品设计中的地域民族图案元素不同于绘画,不是对大自然的模仿,而是通过简练和夸张进行艺术加工,创造出特有的图形纹样,应用在现代冰雪文创产品的设计中。传统的民族图案过于复杂,不适合现代大众的审美,对传统图案进行简化,提炼出其中最具有代表性的元素,再通过现代的艺术手法和设计技术进行简化、添加,使整体设计更加完善。运用吉林省地域民族图案纹样的产品设计,在内涵方面要尊重民族的发展传统,体现本土化特色,在表现形式上要符合现代大众的审美趋势,对传统图案纹样简练处理,传达人们对传统民族文化的认同感。

##### (四)利用数字媒体,增加冰雪品牌营销

冰雪场景打造是基础,媒体推广亦不可缺少。冰雪与数字媒体融合已成为大势所趋,利用数字媒体将目标用户与品牌情绪建立积极的交互,将是企业未来的发展方向。一方面,从战略布局上做好规划,摒弃单一化的营销思路,将赛事、冰雪运动员、数字媒体等有效整合,打造具有竞争力的品牌矩阵、形成闭环营销,同时要将当地独特的元素融合进去,使品牌具有一定的影响力与穿透力。另一方面,运用互联网新媒体进行宣传,微博、短视频、直播等平台是当下年轻人的新社交方式,企业可以在官方直播平台上开展对话活动,创建企业自己的IP,在了解市场需求、扩大品牌影响力的同时,进行线上营销业务。最后,利用多媒体技术进行品牌宣传,增加消费者好感,从而使其重复消费,形成品牌忠诚,增强企业的竞争力。

#### 参考文献:

- [1]朱丹,张贝尔.吉林省冰雪文化旅游产业发展现状与对策[J].吉林工商学院学报,2020,36(04):35-37.
  - [2]李欣沿.吉林省冰雪旅游发展现状分析[J].西部旅游,2020(06):46-50.
  - [3]姜若欣,杨帆,付振宇.吉林省冰灯文化现状与发展路径研究[J].今古文创,2021(31):78-79.
  - [4]耿慧聪.哈尔滨市冰雪文化旅游整合营销传播策划[D].南京大学,2020.
  - [5]梁雪,吕琛.冰雪文化背景下哈尔滨旅游文化创意研究[J].美与时代(城市版),2021(07):76-77.
- 课题项目:1.吉林省青少年发展研究计划项目《文旅融合背景下吉林省冰雪文化旅游产业发展研究》,课题编号2022jqy-075.  
2.长春师范大学研究生科研创新项目【2022】第032号,《文旅融合背景下吉林省冰雪旅游产业发展研究》