



以数字技术破解我国冰雪体育旅游发展的现实困境及对策建议

林章林,柳宗辉,刘元梦,张思帆

摘要: 体育旅游市场的融合发展和2022年北京冬奥会都为我国冰雪体育旅游的大发展带来了契机。云计算、大数据、物联网等新型数字技术的快速发展为体育旅游的转型升级提供了技术准备,为我国冰雪体育旅游市场的既有问题提供了新的解决方案。基于市场需求—数字技术二元驱动模式,以数字技术作为冰雪体育旅游转型的“助推器”破解我国冰雪体育旅游发展中的现实困境,构建了数字技术在冰雪体育旅游领域应用的基本技术框架。利用数字技术可实现对冰雪体育游客的定制服务,丰富冰雪体育旅游的参与形式和提升冰雪体育旅游的管理能级,并有针对性地提出提高政府服务与监管能力、建立冰雪体育旅游数据库、完善基础设施的投资建设、深度开发“冰雪+”新产品的政策建议。

关键词: 冰雪体育旅游;数字赋能;智慧旅游

中图分类号:G80-05 文献标志码:A 文章编号:1006-1207(2022)04-0055-07
DOI:10.12064/ssr.2021092401

Research on the Path of Digital Empowerment in the Development of Ice and Snow Sports Tourism

LIN Zhanglin, LIU Zonghui, LIU Yuanmeng, ZHANG Sifan

(School of Economics and Management, Shanghai University of Sport, Shanghai 200438, China)

Abstract: The integrated development of the sports tourism market and the 2022 Beijing Winter Olympics have brought opportunities for the development of the ice and snow sports tourism in China. The rapid development of new digital technologies such as cloud computing, big data, and the Internet of Things not only prepares technically for the transformation and upgrading of sports tourism, and but also provides new solutions to the existing problems in China's ice and snow sports tourism market. Based on the dual drive model of market demand and digital technology, taking digital technology as the "booster" for the transformation of ice and snow sports tourism to resolve the practical dilemma in the development of ice and snow sports tourism in China, this study constructs the basic technical framework for the application of digital technology in the field of ice and snow sports tourism. The use of digital technology helps to realize customized services for ice and snow sports tourists, enrich the forms of participation in ice and snow sports tourism, and improve the management of ice and snow sports tourism. Accordingly this study puts forward policy suggestions on improving government service and supervision capabilities, establishing ice and snow sports tourism database, improving infrastructure investment and construction, and promoting in-depth development of new "ice and snow +" products.

Keywords: ice and snow sports tourism; digital transformation; smart tourism

当前,全球经济不断朝着数字化的方向发展,农业、制造业、服务业等各个领域正在进行数字化改革,抢占产业转型发展的先发优势。我国政府十分重视产业数字化发展,党的十九大对建设数字中国、智慧社会做出了重要部署,积极推行国家大数据战略

和“互联网+”行动,推动数字产业化发展,不断完善数字经济体系。作为体育与旅游跨界融合的冰雪体育旅游,经历着从传统方式向科技化、数字化发展的转变。2020年受新冠肺炎疫情的影响,我国数字化产业迎来大发展,相关的数字技术服务、数字信息行

收稿日期:2021-09-24

第一作者简介:林章林,男,博士,副教授,硕士生导师。主要研究方向:体育旅游。E-mail:zllin2011@163.com。

作者单位:上海体育学院 经济管理学院,上海 200438。



业表现突出。随着 5G、云计算等关键技术的不断突破,数字化应用在体育、旅游在内的诸多领域中得到了快速应用,逐步成为在疫情常态化下我国经济快速复苏的重要手段,同时加速了传统产业的转型升级,为实现经济的高质量发展提供了有力支撑。

1 中国冰雪体育旅游的发展现状

冰雪体育旅游是一种起源于欧洲、发展壮大于欧美的新兴旅游方式,它利用特色的冰雪资源,吸引冰雪体育爱好者参与不同的冰雪体育运动项目或者冰雪休闲项目,从而达到锻炼身体和愉悦身心的目的^[1-2]。冰雪体育旅游被描述为“白色旅游”,以其“洁白”“圣洁”的独特吸引点,打造新的消费点^[3-4]。综合各方研究成果,基本可以理解,冰雪体育旅游是利用各种冰雪资源,开发各种冰雪体育运动,引导游客参与,使其释放情绪、愉悦身心的独特的娱乐方式。冰雪体育旅游者通过各种冰雪体育锻炼、娱乐、比赛,以及文化交流活动,实现与冰雪资源旅游地、体育旅游企业及社会之间的连接。

1.1 政策助推中国冰雪体育旅游的发展

2014年,习近平总书记提出如果冰雪项目能在

关内推广,预计可以带动两三亿人参与冰雪运动,由此拉开了中国冰雪运动发展的大幕。北京市联合张家口市获得 2022 年北京冬奥会的举办权,是我国冰雪体育旅游迎来跨越式发展的重要契机。

我国冰雪体育旅游相关支持性政策的演进是随着人民群众对冰雪体育旅游需求的变化,呈现出由广度向深度、由普适性向针对性,以及由理论向实践的转变。2015年,我国申奥成功后,国家出台了一系列支持冰雪旅游的政策(表 1)。2016 年国家体育总局等政府部门在 11 月连续颁发三部冰雪运动发展的重要利好政策,对有效解决当前冰雪运动群众参与面不广、冰雪产业基础薄弱、冰雪市场拓展难等问题起到了关键作用,我国冰雪运动也迎来了快速发展的三年。在快速发展的背景下,我国冰雪运动逐步受到大众与市场的青睐。2017 年十九大报告中首次提出高质量发展理念,该理念也为冰雪产业的转型指明了方向。2019 年,国务院发布《关于以 2022 年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见》提出积极培育市场主体,发展一批具有影响力和竞争力较强的冰雪企业,同时扩大冰雪运动的附加效应,发展冰雪旅游,这一系列政策的颁布标志着我国冰雪产业迎来了前所未有的发展契机。

表 1 我国政府关于促进冰雪体育旅游发展的相关政策

Table 1 Chinese government policies for promoting the development of ice and snow sports tourism

发文单位	时间	政策名称	关于冰雪旅游内容
国家体育总局、国家发展改革委、教育部等 23 个部门	2016 年 11 月 2 日	《群众冬季运动推广普及计划(2016—2020 年)》	发展群众喜闻乐见的冰雪体育旅游活动,推广冰雪项目,“带动三亿人参与上冰雪”
国家发展改革委、国家体育总局、教育部、国家旅游局	2016 年 11 月 25 日	《冰雪运动发展规划(2016—2025 年)》	鼓励冰雪场地开发多种冰雪相关业态,适应市场需求
国家发展改革委、国家体育总局、工业和信息化部等 7 部门	2016 年 11 月 25 日	《全国冰雪场地设施建设规划(2016—2022 年)》	加强与其他产业的融合发展,为冰雪产业的发展提供相应的配套
中共中央办公厅、国务院办公厅	2019 年 3 月 31 日	《关于以 2022 年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见》	积极培育市场主体。推动建立一批产业规模较大的冰雪产业集聚区,发展一批具有较高知名度和影响力、市场竞争力较强的冰雪产业企业,兴建一批复合型冰雪旅游基地与运动中心
文化和旅游部、国家发展改革委、国家体育总局	2021 年 2 月 8 日	《冰雪旅游发展行动计划(2021—2023 年)》	加大冰雪旅游产品的高质量供给,利用大数据、5G 等技术提升服务能力

1.2 群众型冰雪活动日益增多,专业型赛事关注度提高

根据央广网报道,近三年,我国各类冰雪竞技类赛事数量平均每年举办 75 场,将会开展超 3 000 场的群众性冰雪活动,参与冰雪运动人口占比已超 15%^[5]。从活动举办数量上看,群众性冰雪体育活动的体量庞大,受到广大群众的认可与喜爱,竞技类冰雪赛事广受关注。群众型冰雪体育活动的参与性和

专业冰雪竞赛的观赏性,都对提高冰雪运动的覆盖面和关注度、扩大冰雪体育人口基础、发展冰雪体育旅游起到了巨大的推动作用。

1.3 冰雪体育旅游成为旅游市场的新热点

中国旅游研究院发布的《中国冰雪旅游发展报告 2020》显示:2018—2019 年冰雪季我国冰雪旅游的人次达 2.24 亿,总收入约为 3 860 亿元,人均消费

为1734元;受疫情影响,2019—2020年冰雪季参与人数和规模较上年下降了33.0%和60.6%;在我国疫情防控得到有效控制之后,2020—2021年冰雪季参与人数和规模又迅速回升到冰雪旅游产业发展的历史高峰;预计到2025年,我国冰雪旅游人数将超过5亿人次,收入超过1.1万亿元,冰雪旅游已成为我国旅游经济发展新的增长点^[6]。根据途牛旅游网对外发布的《2018—2019冬春季冰雪旅游消费趋势预测》显示:45岁以下的游客占比为80%,其中26~35岁的游客占比为46%，“80后”成为冰雪旅游消费的主力军;截至2019年底,我国室外滑雪场地已经突破770座,很多新建的景区内还在大力开发冰雪运动设施^[7]。

1.4 当前制约我国冰雪体育旅游发展的主要问题

当前我国冰雪体育旅游的发展主要存在四方面的问题,制约着产业的发展,具体如下。

1.4.1 游客数量激增,对景区服务人员的专业能力提出更高要求

滑雪、滑冰都属于高危运动。据统计,我国冰雪体育旅游处于快速发展阶段,游客数量快速增长,但景区管理水平没有跟上市场的需求,导致伤亡事件不断增多,受伤者大多数为初学者。一方面,市场需求的增加对景区工作人员的管理水平提出了挑战;另一方面,冰雪旅游需求的增加,对工作人员的专业能力、服务流程、服务标准等业务能力的培训也提出了更高要求。

1.4.2 游客游玩体验度不佳,冰雪人口渗透率较低

衡量一个国家对滑雪运动渗透率的重要指标是滑雪总人次和滑雪总人数之间的比值。西欧、日韩等发达国家的渗透率都超过10%,而我国2018年滑雪运动渗透率不足1%^[8]。一方面,由于冰雪旅游目的地的企业管理者大多以“市场占有率”作为衡量企业发展的主要标准,对产品内涵的关注度不高^[3,9]。另一方面,我国冰雪运动场地设施数量较少,服务水平整体不高,且冰雪体育旅游产品相对单一,现有的产品和品牌尚不能完全满足高品质冰雪体育旅游消费的需求,拉动消费方面的动力有所欠缺,这也是导致冰雪人口渗透率较低的主要原因之一。

1.4.3 冰雪体育旅游的发展受大众认知限制

冰雪体育旅游的发展和普及往往需要经历一个过程。冰雪体育旅游作为消费较高的项目,与人们的消费水平以及消费意识是密切相关的。但目前大众在思想观念上对冰雪体育旅游的认知还存在一定的

偏差,对冰雪体育旅游的兴趣和关注程度较低,尚未形成稳定的冰雪运动习惯和冰雪体育旅游消费观念,这也使得冰雪体育旅游的消费需求总量不足,进一步发展受到限制^[10]。

1.4.4 冰雪体育旅游服务供给不足

我国排名前十的著名冰雪体育旅游目的地主要都在北方,而冰雪体育旅游的客源则主要来自南方,受气候因素的影响,区域发展不协调,导致南方冰雪体育旅游场地和设施供给量明显不足。同时,我国冰雪体育旅游发展起步较晚,经营者运营经验不足,服务意识缺失,导致无法为消费者提供有效的服务,使得消费者的忠诚度和满意度普遍偏低,阻碍了我国冰雪体育旅游产业的高质量发展。

2 数字赋能相关产业发展的研究

2.1 数字技术在冰雪体育旅游领域应用的基本技术框架

物联网(Internet of Things, IOT)起源于传媒领域,是信息科技产业的第三次革命,指通过信息传感设备,按照既定的技术协议,实现物体与网络的连接,达到物与物、物与人之间的信息交流目的,以实现智能化识别、定位、跟踪、监管等功能。具体而言,主要分为三个层面(图1):第一个层面是以传感器技术、二维码、射频识别技术(Radio Frequency Identification, RFID)为主,实现景区“物”的识别,“物”不仅包括静止的设备,也包括游客,对冰雪体育旅游基地的物体智能化改造,景区智慧云服务中心可动态监控相关安全设备,实时了解设备运行状态;第二个层面是传输网络,通过现有的互联网、5G、或未来的下一代网络(next generation network),实现数据的传输与计算;第三个层面是应用网络,即输入/输出控制终端,可在手机、PC等终端进行数据的查看与控制,构建数字化冰雪旅游景区。

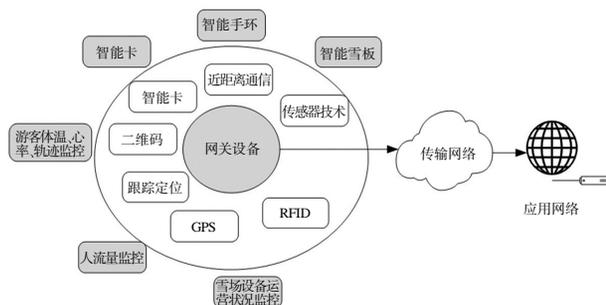


图1 冰雪体育旅游景区技术的应用

Figure1 Technological application in ice and snow sports tourist attractions



基于数字技术应用于冰雪体育旅游的三个层面,可解决游客出游的基本要求,包括餐饮、住宿、装备使用、购物等。基础层分为5G通讯基站、数据组中心等新建设施设备的建设,这些是一切数字技术发展的底层技术,投资成本大、周期长,政府是主要的负责主体;工具层主要是利用人工智能(Artificial Intelligence, AI)、IOT、增强现实(Augmented Re-

ality, AR)、虚拟现实(Virtual Reality, VR)、人脸识别技术(Face ID)、人机交互(Human-Computer Interaction, HCI)、5G等技术,依托基础层赋能于冰雪体育旅游,最终实现冰雪体育旅游的健康监测、运动指导、虚拟体验等一系列应用层的功能与服务,从需求层到应用层,不仅要结合市场需求发展,还要多方配合,才能促进冰雪体育旅游的可持续发展(表2)。

表2 数字技术在冰雪体育旅游中的应用层次

Table2 Different levels of digital technology application in ice and snow sports tourism

结构	内容	应用主体
应用层	酒店智能入住系统、景区人脸识别系统、智慧泊车、在线AR/VR主题虚拟体验中心、人流量监控、健康监测、运动指导、景区导览等	云服务管理中心
工具层	AI、IOT、AR、VR、Face ID、HCI、5G等	景区
基础层	5G通讯基站、数据中心、互通互联信息化系统构建等	政府

2.2 市场需求—数字技术二元驱动模式

关于数字赋能的概念已有较多的研究。数字赋能是通过大数据、IOT等数字技术赋予人们能力,以有效促进治理主体间的信息互通,实现精准运行和科学管理,提升治理能力,具有全方位、全过程、全覆盖等特点^[11-12]。市场需求—数字技术二元驱动模式被广泛运用于制造业、农业、企业转型等领域。通过将数字技术作为产业发展的着力点,释放市场的消费需求,数字技术能快速顺应社会发展趋势,成为畅通国内经济双循环格局的关键点^[13]。在企业转型方面,基于“用户需求”和“数字赋能”的二元视角探究海尔集团数字化转型的机理和模式,发现驱动因素主要体现在移动互联化、数字化和信息化等方面^[14]。在农业发展方面,市场需求是农业高质量发展的动力源,数字技术是农业发展的助推器,数字技术与农业高质量发展相互促进^[15]。在制造业领域,以市场需求、技术应用、平台建设作为数字化赋能先进制造业的条件,促进企业从产品供给导向转变为用户需求与服务为导向的模式,加快传统制造业的智能化、数字化、低碳化转型^[16]。

市场需求—数字技术二元驱动模式的关键在于以供给侧结构性改革、高质量发展为战略,以挖掘产业潜能、提高产业科技能力、赋能产业要素市场、优化产业发展模式为着力点,在此过程中,市场作为主要的驱动力量,数字技术是助推产业适应市场需求的重要工具,对解决当前产业转型升级难、发展可持续性较差、产业运营效率低下等问题具有重要作用。面对有一定发展基础的产业,相关前沿的数字技术已经涌现,市场需求也处于快速增长期,而产业的供给能力和供给水平跟不上市场需求的时候,市场需

求—数字技术二元驱动模式对解决需求—供给的矛盾具有重要作用。而冰雪体育旅游作为一种新兴产业,庞大的市场需求与冰雪产业的供给存在着供需失衡、供需错位等问题,运用相关技术,探讨冰雪体育旅游产业数字化转型的逻辑(图2),可为当前冰雪体育旅游问题的解决,以及为产业升级发展,提供一定的理论依据。

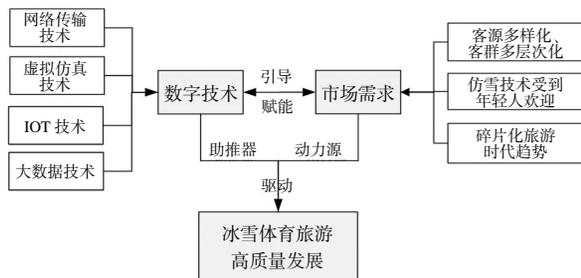


图2 市场需求—数字技术二元驱动冰雪体育旅游高质量发展的逻辑图

Figure2 Logic diagram of high-quality ice and snow sports tourism development driven by market

3 数字赋能冰雪体育旅游,提高发展质量的实现方式

3.1 利用数字技术,助力人才培养方式的升级

在产业互联网时代,互联网、大数据、AI等正加速与各行各业深度融合,数字技术已经成为冰雪人才培养事业发展的内在动力,AI、大数据驱动的大规模在线教育、可视化、云端融合等技术将推动教育培训模式的变革,通过云计算、网络直播等技术手段,拓展更多的教学场景,改变以往面对面培训的传统教学模式;借助AI、大数据技术,可以解决学习评



估中存在的问题。因此,充分发挥互联网技术信息共享的功能,学习国内外先进雪场冰雪人才管理与培养经验,可以满足目前国内对冰雪人才的短期需求,同时也能提升冰雪人才的培养质量。

3.2 利用数字技术,实现冰雪体育游客的定制服务

随着冰雪体育旅游的游客数量增多,老年人、青少年等群体逐渐成为冰雪体育旅游市场的重要客群,年龄层次的跨度逐渐增大,给景区的服务能力带来了巨大的挑战,传统服务已经无法满足目前的客群需求。

首先,构建冰雪体育旅游数字化服务平台,通过对用户个人需求的大数据分析,推送个性化服务,游客可以更快地获得旅游信息,形成旅游、住宿、餐饮、出行、购物和娱乐等各板块的良性互动,提高游客的体验感与满意度;其次,数字扶老、智慧助幼逐步成为冰雪旅游下沉市场开拓发展的方向,基于微机电系统(micro-electro-mechanical system)传感器、运动手环等智能设备,时刻监控特殊人群的运动轨迹、身体健康指标,在高难度滑雪区域设置身份识别仪器,对不符合条件的游客予以劝返或禁止进入;最后,除了数字赋能于游客服务外,还可以运用于思维方式的转变,相关经营主体通过互联网思维和信息化手

段,实现冰雪体育旅游产业经营的智慧化、管理的数字化、策略的科学化、服务的高质量化转变,实现产业的创新发展,进而提高游客的满意度,增加游客的再消费意愿。

3.3 利用数字技术,丰富冰雪体育旅游的参与形式

数字技术不断丰富冰雪体育旅游的参与形式。首先,构建数字技术的冰雪仿真系统,实现冰雪旅游虚拟化,基于由传感系统、滑雪仿真系统、动力系统、控制系统、多媒体系统等多功能共同组成的仿真系统,可实现冰雪场地的全仿真模拟,游客佩戴 VR 眼镜,通过自身的肌肉控制、关节移动实现滑雪动作的在线模拟,运动结束后,可提供运动轨迹图、动作姿态数据,在提升游客滑雪技术的同时,也满足了游客的冰雪体育需求;其次,实现场景的真实再现,为缺少冰雪资源的南方地区提供仿真雪、雪板、手杖、护目镜,根据滑雪者的速度,实时控制空调、冷风机的风速、温度,最大程度再现了冰雪运动的实景;最后,丰富冰雪旅游的活动类型,加大云直播、云赛事、云观光等多种新型冰雪旅游参与形式的供给,利用数字技术满足市场对冰雪体育旅游异地化、个性化、便捷化等需求,使得冰雪体育旅游不再受冰雪资源的限制,通过科技手段也能体验到冰雪的乐趣(表 3)。

表 3 数字科技在冰雪体育旅游中的应用

Table3 Application of digital technology in ice and snow sports tourism

应用场景	任务描述	相关技术	应用剖析
可穿戴设备	虚拟游戏体验	沉浸式技术、HCI、计算机视觉	使用 VR、HCI、计算机视觉等技术让客户体验虚拟的冰雪体验
	5G 智能头盔	传感器技术、5G、AI、北斗定位	无盲点全景监控、AI 智能比对、AR 显示、语音翻译等功能,助力雪场智慧巡检
	膝关节防护	传感器技术、机器人技术	通过机器人外骨骼设计,预测用户的膝盖弯曲情况以提供支撑,使用户更好地运动
健康监测	健康监测	传感器技术	通过传感器与手机 APP 连接,精准监测心率、体温、能量消耗等数据
	动作反馈	传感器技术、机器学习	构建标准动作模型,利用大数据分析,优化动作,提高反馈精确度
	教学指导	计算机视觉、大数据技术	利用大数据技术、3D 技术还原滑雪者的姿势,实现评级、教学等功能,在 APP 中呈现动作和滑雪轨迹
体验设备	冰雪体验	VR 技术	仿真冰雪与模拟滑雪器,实现集互动教学、冰场模拟、滑雪模拟为一体的智能系统

3.4 利用数字技术,提升冰雪体育旅游运营管理能级

在数字时代中,效率的提高不仅需要明确的分工,更重要的是协同能力的提升。这种协同能力,不仅是冰雪体育旅游管理内部协同能力的提升,同时还要连接外部因素。通过搭建冰雪体育旅游一体化数字平台,从景区安全管理、游客冰雪旅游体验、配

套服务管理、各部门的联动管理四个方面,对冰雪体育旅游景区进行综合管理(图 3)。

(1)在景区安全管理方面。在景区内部加装湿度模块、温度模块、红外线遥控模块、RFID 模块、无线网络模块、液晶模块,实时掌握游客的动向,景区环境的动向,缩短安全预警时间,可极大提高景区的管理效率。(2)在游客滑雪体验方面。通过定制专属的

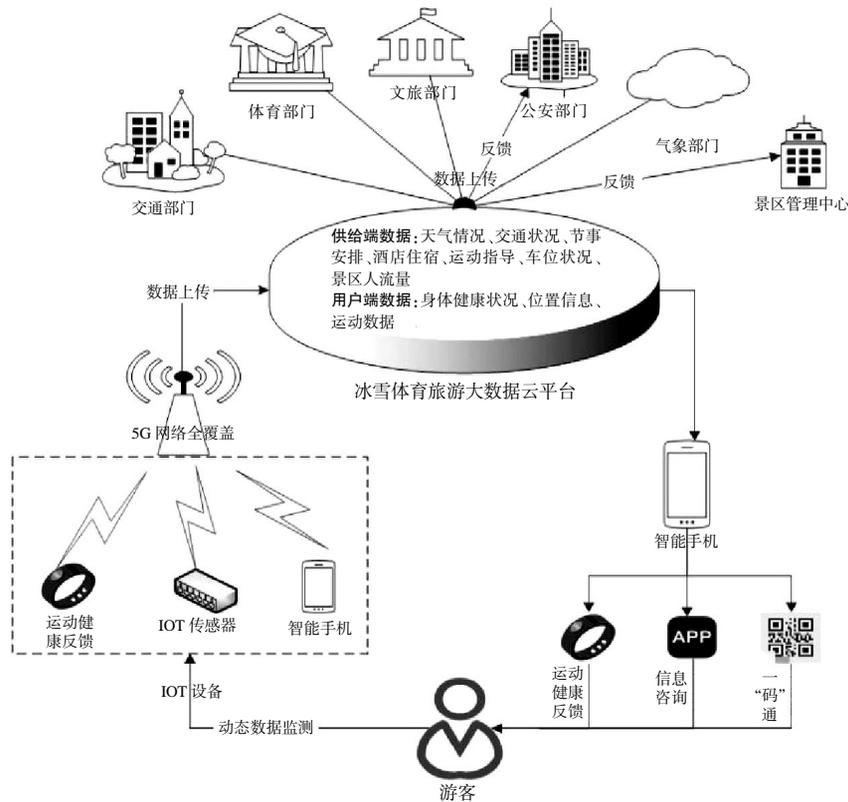


图3 数字赋能冰雪体育旅游景区管理的逻辑图

Figure3 Logic diagram of digital empowered management in ice and snow sports tourist attractions

5G+AR 的沉浸式智慧人群导览服务系统,利用 360 度全景图像采集技术,构建冰雪旅游目的地 VR 三维地图,解决游客在游览过程中遇到的寻路难问题,让游客了解雪场不同分区的难易程度、各个分区的人流量,游客可根据自身水平选择合适的场地。(3)在配套服务管理方面。利用基础设施/服务(infrastructure as a service)和 IOT 平台,加上相关业务单元(business unit)的部分功能(支付、小程序生活号等)和一些独立软件开发商(independent software vendors)的能力,积极整合线下资源,打通线上线下,拓展冰雪体育旅游的功能;利用数字化信息管理平台为游客提供冰雪体育旅游目的地的导航导购、雪场人数、赛事情况、餐饮住宿、车位信息等动态信息,实现购票、入园、停车、安检、购物的“无人”服务,解决景区人力资源分配不足的困境,有效提升景区管理能力和管理水平。(4)加强各部门的联动管理。利用大数据、云计算等技术,积极整合气象、公安、交通等部门的信息,提供目的地信息查询服务,通过各地媒体、公众号、APP 等数字平台提供景区的实时人流量数据、道路拥堵情况、气象预警等重要信息,优化景区的资源配置,动态平稳管理景区运行。

4 数字赋能冰雪体育旅游,提高发展质量的建议

4.1 提高政府服务与监管能力,引导冰雪体育旅游数字化转型

在现有国情下,政策的导向对发展我国冰雪体育旅游尤为重要,政府在推动冰雪体育旅游产业发展中应发挥服务与监管作用。提前做好城市冰雪旅游的发展规划,利用大数据技术以分析城市冰雪旅游的市场需求,因地制宜、因地施策,做好冰雪企业准入制度,打破“数据孤岛”现象,实现政府各部门间的联动,达到“数据多跑路,企业少跑路”的目标。同时构建信息共享制度,对符合条件的冰雪企业给予一定的技术扶持,帮助企业构建景区“智慧大脑”,将景区的实时数据与公安、交通、医疗卫生等部门互通,提高景区处理应急事务的能力。

4.2 提高产业间融合力度,建立冰雪体育旅游数据库

企业应积极应用先进技术,借鉴国外优质雪场的先进管理模式,结合旅游企业的外部资源,运用大数据、云计算、AI、区块链与金融支付能力,构建



云码通数字旅游云平台,实现营销、服务、大数据、资源聚合以及金融支持的功能一体化。积极主动运用数字技术和互联网思维,改进冰雪体育旅游业的服务理念,建立数据库,打破部门间、地区间的信息壁垒,提升景区的管理能力与服务能力,有效降低景区的经营成本,为游客提供一个快捷、舒适的消费环境。

4.3 完善基础设施的投资建设,实现冰雪体育旅游景区设备的智能互联

提前做好景区的规划设计,遵循以人为本、合理布局、适度超期的原则,建设冰雪体育旅游景区,进一步加强通信设施建设,实现景区 Wi-Fi、5G 的全覆盖,加快景区设备的智慧化升级改造,打造智能冰雪场地。

4.4 坚持以市场需求为导向,深度开发“冰雪+”新产品

冰雪体育旅游产品开发是从产品营销到游客消费体验的全过程,景区应充分重视冰雪体育旅游产品的附加值,打造知名的冰雪品牌,积极利用短视频、微信平台等数字媒体向大众宣传冰雪体育旅游产品,多方位做好冰雪体育旅游产品的宣传。基于市场的需求,不仅要开发滑雪、冰雪垂钓、林海穿越等参与性较强的冰雪体育旅游产品,也要满足游客的其他精神需求,增加“冰雪+美食”“冰雪+演艺”“冰雪+购物(特产)”“冰雪+康养”等产品的供给,最大限度提升冰雪体育旅游产业的附加值,延伸冰雪旅游产业链条。

5 结束语

数字化、智慧化是冰雪体育旅游产业未来发展的趋势。目前是一片蓝海市场,各参与主体需要把握时代机遇,前瞻性地对基础设施建设和智慧管理系统进行投入的同时,必须具备数字创新思维,接纳新事物,学习新事物,不断创新管理模式和管理体制,用更高质量的旅游产品和服务吸引消费者,满足我国冰雪体育旅游市场的需求。

参考文献:

- [1] 王辉.体育旅游产业特征及发展策略探讨[J].体育与科学,2010,31(4):59-64.
- [2] 郑来发,唐宝盛.黑龙江省冰雪体育旅游资源的深度开发[J].冰雪运动,2010,32(3):81-85.
- [3] 武传玺.互联网+冰雪体育旅游的营销模式与发展路径[J].体育文化导刊,2017(5):121-125.
- [4] 王诚民,郭晗,姜雨.申办冬奥会对我国冰雪运动发展的影响[J].体育文化导刊,2014(11):53-56.
- [5] 央视网.“十三五”成就巡礼:冰雪运动“南展西扩东进”带动全民参与[EB/OL].(2020-12-07)[2021-09-24].http://www.dzwww.com/2020/hhssw/jd4_12193/202012/t20201207_7224469.htm.
- [6] 李琤.中国冰雪旅游发展报告(2020)发布[EB/OL].(2020-01-10)[2021-09-24].<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1655301875059299522&wfr=spider&for=pc>.
- [7] 途牛网.途牛发布《2018—2019 冬春季冰雪旅游消费趋势预测》[EB/OL].(2018-12-13)[2021-09-24].https://www.sohu.com/a/281534974_386686.
- [8] 中国滑雪产业白皮书(2019 年度报告)[EB/OL].(2020-02-28)[2021-09-24].https://www.sohu.com/a/376520666_503564.
- [9] 李艳翎,李光.我国冰雪体育旅游企业营销战略研究[J].武汉体育学院学报,2016,50(4):12-19.
- [10] 魏亚茹,王宏坤,赵文艳,等.冬奥会背景下中国冰雪体育旅游升级路径研究[J].冰雪运动,2018,40(6):56-60.
- [11] 张丙宣,俞滨珏,张诗采,等.数字赋能城市精细化治理的路径[J].上海城市管理,2020,29(6):22-27.
- [12] 陈海贝,卓翔芝.数字赋能研究综述[J].图书馆论坛,2019,39(6):53-60,132.
- [13] 苏敏,夏杰长.数字经济赋能双循环的机理和路径[J].开放导报,2020(6):71-75.
- [14] 王文倩,肖朔晨,丁焰.数字赋能与用户需求双重驱动的产业价值转移研究:以海尔集团为案例[J].科学管理研究,2020,38(2):78-83.
- [15] 夏显力,陈哲,张慧利,等.农业高质量发展:数字赋能与实现路径[J].中国农村经济,2019(12):2-15.
- [16] 郑瑛琨.经济高质量发展视角下先进制造业数字化赋能研究[J].理论探讨,2020(6):134-137.

(责任编辑:晏慧)