

欢迎访问

体育总局官方网站

体育冰雪旅游研究

作者: 王诚民 来源: 政法司理论处 发布时间: 2007-02-08

字体: [【大】](#) [【中】](#) [【小】](#)

以哈尔滨、长春为重点研究对象,采用了文献资料法、访谈法等科学研究方法,对体育冰雪旅游的概念、资源特征和分类、产品开发、对社会和经济的促进作用、发展现状、机遇与威胁、优势与劣势、可持续发展战略等进行系统的研究。

体育冰雪旅游具有享受性、健康性、刺激性、观赏性、时效性、专业性、重复性、参与性等基本特征。通过对国内外学者对体育旅游概念研究成果的分析,对体育旅游的本质,体育旅游特征的综合研究。对体育冰雪旅游的认识可概括为:体育冰雪旅游者在旅游中借助冰雪所作的各种身体娱乐、身体锻炼、体育竞赛、体育康复及体育文化交流等活动与旅游地、体育旅游企业和社会之间关系的总和。亦可这样理解:为了满足和实景旅游者冬季体育的各种需求,借助多种多样的体育器材和冬季体育活动,充分发挥冬季体育的诸多功能,使旅游者的身心得到和谐发展。

体育冰雪旅游行为的发生是以体育冰雪旅游资源的吸引力为前提的,凡能激发旅游者旅游动机,为体育冰雪旅游业所利用,并由此产生经济效益与综合社会效益的因素和条件,都是体育冰雪旅游资源。我国体育冰雪旅游资源十分丰富,主要表现在以下几个方面:自然旅游资源、人文旅游资源、冰雪赛事旅游资源、民族文化旅游资源、节庆旅游资源等。体育冰雪旅游资源既包括地域性、季节性、多样性等一般性旅游资源的特征,更包括健身性、可重复使用性、观赏性、可参与性等体育专项性资源特征。

对体育旅游产品的合理开发,降低开发成本,满足大众对体育旅游产品的需求,是保证体育冰雪旅游快速、持续发展的前提条件。冰雪是北方独具特色的资源,通过对体育冰雪旅游产品的特点、类型、开发原则的分析,提出了体育冰雪旅游产品开发的策略,以保证体育冰雪旅游的持续快速发展。从旅游市场营销角度看,体育冰雪旅游产品是指在旅游过程中,能够为旅游者带来体育效用、旅游效用和满足其所需消费和服务的总和。从这个概念上理解,体育冰雪旅游产品与一般旅游产品本质上是一致的,都具有使用价值,能够在一定程度上满足旅游者的消费需求。但体育冰雪旅游又是一种独特的旅游产品,只有同时满足体育与冰雪旅游两个前提条件的旅游产品,才能称为体育冰雪旅游产品。体育冰雪旅游产品具有健身性、大众性、休闲性、交际性的特点。体育冰雪旅游产品从性质角度,可将其划分为赛事型体育冰雪旅游产品、休闲型体育冰雪旅游产品、竞技型体育冰雪旅游产品、节庆型体育冰雪旅游产品、民俗型体育冰雪旅游产品和刺激型体育冰雪旅游产品等类型。在进行体育冰雪旅游产品开发时要遵循下列原则:体育冰雪旅游市场需求原则、体育冰雪旅游资源特征原则、体育冰雪旅游产品特色原则、体育冰雪旅游产品刺激性原则、体育冰雪旅游产品质量原则、体育冰雪旅游产品结构优化原则。体育冰雪旅游产品开发的策略:加强宣传,推广体育冰雪旅游产品;发掘体育冰雪旅游资源,推出特性鲜明的专项产品;调整产品结构,形成优势组合;实施品牌战略,加大市场竞争力;加强体育冰雪旅游科学规划和指导;加强监督机制,重视安全保障。

体育冰雪旅游是随着当代社会物质文明和精神文明的发展进步而崛起的崭新的、综合性产业,逐渐成为促进和推动当代旅游业和大众冬季体育发展的一个不可缺少的手段和工具。体育冰雪旅游对国民经济增长具有一定的促进作用,如在增加国家外汇收入、平衡国际收支;回笼货币、平衡国内需求;开辟新的就业渠道、缓解就业压力;引进国外投资、促进对外经济合作与交流等方面发挥了重大作用。体育冰雪旅游对社会发展也具有一定的促进作用,如在提高国民的身心健康,改善人民的生活质量;增进国际间的友好往来,扩大国际间的合作;弘扬民族传统文化和合理利用资源;普及冰雪运动,提高冬季项目的竞技水平;加强科学技术的传播与交流等方面起着积极的促进作用。

我国冬季群众体育运动开展广泛,冬季竞技体育技术水平快速提高,上届冬季奥运会实现了金牌“零”的突破,获得2金2银4铜的好成绩,世界冬季奥运会又实现了雪上项目金牌“零”的突破,获得2金4银5铜的最好成绩。这些都为体育冰雪旅游的快速发展提供了良好的支撑。黑龙江省自1963年开始创办冰灯游园会,到1985年举办冰雪节,1998年建成冰雪大世界,逐渐将冰雕艺术与雪雕艺术相结合、冰上运动与雪地运动相结合,形成了世界上少有的风格和优势。哈尔滨的冰灯、国际滑雪节是东北冰雪旅游的一面旗帜,以及吉林雾凇、长春市的“净月潭瓦萨国际越野滑雪节”、沈阳市“东北冰雪旅游第一站”等品牌都在国际上享有很高的声誉,极大地提高了我国体育冰雪旅游的知名度和影响力。根据黑龙江省假日办统计结果显示,黑龙江省春节黄金周国内旅游人数、旅游收入、接待入境旅游者、旅游创汇等近几年都以10%~20%的速度快速增长,黑龙江省已经成为全国春节黄金周旅游最热的省份之一,冰雪旅游业已经成为黑龙江省发展速度最快、关联带动作用较强、最具发展潜力的产业,成为新的经济增长点。体育冰雪旅游在我国具有非常大的发展潜力。

运用SWOT战略分析方法可以客观地分析我国体育冰雪旅游业的发展现状,从而提出我国体育冰雪旅游业的可持续发展战略。

SWOT战略分析,是运用系统论的观点分析市场的一种营销筹划方法。我国体育冰雪旅游业发展的优势主要体现在六个方面:自然资源优势、基础设施优势、历史文化资源优势、冰雪赛事资源优势、客源优势和交通优势。我国体育冰雪旅游业发展的劣势主要体现在:体育冰雪旅游发展水平低;旅游产品市场定位不清、缺乏市场营销;旅游商品开发落后;旅游“六要素”配套工作有待进一步提高;主题雷同且缺乏品牌形象。体育冰雪旅游业发展的机遇为国际环境有利于在东北发展体育冰雪旅游业,中国加入世贸组织,使中国经济在更大的范围、更深的层次上与国际接轨,随着亚太地区经济的迅速发展和各国旅游环境的普遍改善,以日本、韩国为中心的东北亚地区旅游业发展是世界旅游的热点。地处东北亚腹地的我国东北地区与这些地区的联系十分密切,这为东北地区冰雪旅游业的发展提供了发展国际市场的条件和机遇;国内环境有利于东北发展体育冰雪旅游业,国家对旅游业的发展极为重视,把旅游业作为“十一五”发展的重点。各省也把大力发展旅游业作为本省的支柱产业或第三产业中的先导产业、龙头产业。北京2008奥运会、长春2007年的亚冬会、哈尔滨2009年的世界大学生冬季运动会的成功举办,必将提升中国旅游的地位和知名度,这是提升东北冰雪旅游形象的契机,而2004年中央提出的一系列有关振兴东北老工业基地的措施和规划,也为东北体育冰雪旅游业的大发展提供了机遇。我国体育冰

雪旅游业在发展中也存在竞争对手的威胁，虽然中国的冰雪旅游处于起步阶段，但竞争非常激烈。从国际上看，阿尔卑斯山地区、北欧、俄罗斯、日本、美国、加拿大等国冰雪旅游历史悠久，发展基础良好，市场竞争力强，占有效率高；从国内看，海南省的热带特色旅游也对东北地区的冰雪旅游构成了一定的替代威胁；旅游业易受环境变化的影响，旅游业所涉及的外部环境同其他行业相比更加复杂，因而更易受环境变化的影响，例如：2003年SARS使旅游业承受了巨大的打击，显示了旅游业脆弱的一面。根据以上分析，可以看出我国的体育冰雪旅游业目前外部机遇大于威胁，内部优势大于劣势，应采取可持续发展型战略。经过认真的调查分析，我国体育冰雪旅游业可持续发展战略应为：充分依靠政府力量，积极鼓励社会投资；大力发展以哈尔滨为中心的冰雪旅游；科学定位、树立品牌、提高竞争力；借助国际赛事，促进体育冰雪旅游的可持续发展；在开发冰雪体育旅游资源的同时，注重发展相关产业；加强专业人员的培养，培育体育冰雪旅游消费群体；以市场为导向，注重体育冰雪旅游产品的开发、深化和创新；加强安全管理、完善法律法规建设；挖掘体育内涵,打造体育旅游文化等。

体育冰雪旅游作为旅游发展到一定程度的专项旅游产品，在社会生活中迅速兴起，为保证体育冰雪旅游的可持续发展，应做到体育冰雪旅游的生态效益、文化效益、社会效益的协调发展。体育冰雪旅游可持续发展战略的分析和制定，为东北地区旅游业在激烈的市场竞争中求生存提供了前提。

作者：王诚民（齐齐哈尔大学）

姚大为、施抗美、季景盛、姜秀国、李大立

国家体育总局版权所有 国家体育总局体育信息中心承办

国家体育总局通讯地址：北京市崇文区体育馆路2号 邮政编码：100763 联系电话：010-87182008

网站联系电话：010-87182998/87182280 E_mail：webmaster@sport.gov.cn

京ICP备05070991号