

# 吉林省冰雪体育旅游产业的发展现状及对策研究

作者：吴杰

冰雪体育旅游是旅游产品中的新潮一族，它将观光、度假、购物、商务与运动、娱乐与休闲融为一体，极具刺激性和挑战性，深受人们喜爱。美国、法国、瑞士、奥地利、澳大利亚、日本、韩国等都在大力发展冰雪体育旅游产业，全世界每年参与冰雪体育旅游人数达4亿多，每年带来的经济收入高达700多亿美元。国际冰雪体育旅游正朝着多样化、高水平的趋势发展，冰雪体育旅游已为世界各冰雪资源国带来了良好的发展机遇。我国东北地区处在冰雪自然资源非常丰富的“白金带”上，有着得天独厚的优势。在世界冰雪体育旅游大潮带动下，我国冰雪体育旅游产业近年来蓬勃发展，到2006年已有289家滑雪场，500多万人次滑雪，收入达200亿元人民币以上，成为当地经济支柱产业。但同成熟的发达国家相比，还有很大的差距。冰雪体育旅游的独特魅力，正向世人展开，它能提升旅游品位促进消费，提高经济增长点，推动我国国民经济又好又快发展。

## 一、吉林省发展冰雪体育旅游产业的资源优势

(一)自然优势。吉林省地处北半球的中纬度地带，四季分明，冬季雪期时间长、雪量大、质量好、温度比较适宜，为冰雪体育旅游创造了良好的自然环境。吉林省的长春、吉林、四平、白城地区年积雪日数在140~150天，通化、辽源地区年积雪日数为150~160天，延边、图们年积雪日数在160~180天，白山地区年积雪日数为180~200天，长白山天池的年积雪日数可达280天以上。吉林省年平均积雪深度从西向东逐渐增加，从积雪密度、积雪深度、积雪日数、雪粒温度、雪粒质量在全国都属一流。另外，吉林省有优越的地理条件，吉林市的雾凇是中国四大自然奇观之一。长白山被列入中国十大名山，它以壮观的原始林海雪原风貌为世人所瞩目，长白山的地理环境造就的雪域美景是吉林省特有的。

(二)基础设施优势。经过多年的发展和建设，吉林省已形成了以滑雪体育旅游为主，滑冰体育旅游为辅的冰雪体育旅游服务体系。有一大批滑雪场、雪道、冰雪娱乐设备、相关设施与之相配套，旅游接待能力和管理水平都有较大提升。著名的滑冰场有：吉林省滑冰馆、吉林省速滑馆、长春市五环体育馆、长春市速滑馆、长春市富奥冰球馆、长春市训练基地、吉林市滑冰馆、练习馆、速滑场、吉林市冰上运动中心、长白山速滑场和冰球场。群众性娱乐场有：长春市格林梦水乡的“雪莲花滑冰场”、长春南湖滑冰场、长春双阳湖滑冰场、长春净月潭滑冰场等等。滑雪场有19个，分布在长春、吉林、延吉、通化及白山五个城市。其中，有11个滑雪场集中在长春、吉林两市，延吉有5个滑雪场，通化有2个滑雪场，白山有1个滑雪场。吉林省滑雪场交通条件也比较优越，除吉林莲花山滑雪场距市中心区110千米和北大湖滑雪场距市中心53千米外，其他滑雪场距市中心都在10~40千米之间。吉林省滑雪规模比较大，知名度也较高。国内首家长白山高原滑雪场坐落在长白山自然保护区内，海拔高度1640~1820米，冬季气温在-25℃~-15℃之间，总占地面积12万平方米。一年中有7个月可以在长白山进行冰雪体育旅游活动，这里雪质非常接近法国和意大利北部地区的雪质，是我国目前为数不多的集滑冰、滑雪和体育旅游于一体的综合性基地。亚洲最大的天然滑雪公园在长白山池西景区建成，是国内首家以自然滑雪为基础、以高山极限滑雪项目为主的天然公园，也是亚洲最大的以天然雪为主题的滑雪公园，也是国家滑雪训练基地。目前，已有极限滑雪高级道、极限滑雪中级一道、中级二道，以及两个常规滑雪区。为加大投资力度，完善长白山基础设施建设，今年7月长白山机场即将通航。如果完善相关配套设施，长白山完全可以带动经济总量提高70~100个亿。预计2010年长白山可接待游客300万人次，年均增长33.1%；旅游收入达到17.7亿元，年增长28.5%。

## 二、吉林省冰雪体育旅游产业的发展现状

自2003年长春市成功引入“净月潭瓦萨国际越野滑雪节”这一国际知名滑雪品牌后，就确立了长春市冰

雪体育旅游节,由创办之初的单一 15 千米瓦萨国际越野滑雪赛,发展到今天的 VOLVO 短距离精英赛、FIS 洲际杯资格赛、“亚太马拉松杯”等综合赛事,推动冰雪体育旅游项目开展。2006 年中国长春冰雪旅游节暨“净月潭瓦萨国际越野滑雪节”期间,长春市共接待国内外游客 510 万人次,实现旅游收入 44.5 亿元人民币,分别比上一年增长 13%和 27%,促进了冰雪体育旅游产业快速发展。

长春莲花山滑雪场新增加了“滑雪+温泉”项目,吸引大批滑雪爱好者。冰雪体育旅游产业受到吉林省政府的高度重视,经过招商引资,同香港新濠中国度假村有限公司合作投巨资 7.8 亿元人民币改造我省北大湖滑雪场,打造成国际一流综合性体育旅游、体育休闲度假村。这一项目是吉林省有史以来最成功引资经营开发体育旅游产业的项目,该公司计划未来 5 年投资 50 多亿人民币建设 3 个滑雪场(北大湖、长春莲花山、磐石莲花山),拟于今年年底前公司在加拿大多伦多上市。同时,计划五年内再投资 5 亿元人民币在北大湖建设五星宾馆、产权公寓、国际雪联俱乐部等,适时进行滑雪场改造和其它高级旅游设施建设。

另外,对长春莲花山滑雪场和吉林磐石莲花山滑雪场进行全面升级改造。在整合吉林三大滑雪场基础上,拟投资 2.7 亿美元,建设以滑雪为特色的“新濠 MCR 国际旅游度假基地”,兴建“国际雪联”107 个会员国的“中国国际雪联会员村”,并以北大湖滑雪场为龙头建立全国滑雪体育旅游连锁产业体系,打造吉林省冰雪体育旅游产业的国际一流知名品牌。北大湖改造以后,建设成为具有 1000 亩奥林匹克冰雪公园及国际一流的旅游购物商业街等设施。长春莲花山滑雪场建成以后,将是具有国际水平、周末旅游休闲五星级综合度假村。磐石莲花山滑雪场建成后,具有原始生态资源,高端旅游度假基地,以国外游客为主,打造一流的国际品牌度假村。2006 年底借助承办第六届亚洲冬季运动会契机,仅 2007 年春节黄金周 6 天全省共接待冰雪体育旅游者人数 167.96 万人次,同比增长 7.6%,旅游收入 8.23 亿元人民币,同比增长 12%。

打出吉林品牌,除冰灯、雪雕、滑雪常规项目外,吉林又开发出雾凇奇观、查干湖冬捕、长白山温泉和关东年俗等新产品,在国内堪称一绝,独一无二。2007~2008 年以中国吉林“欢乐之冬精彩吉林”为主题系列活动,最大限度的展示吉林省冰雪体育旅游市场,成为媒体关注的热点。

目前,吉林省冰雪体育旅游产品在省内外旅游市场上产生了一定影响,初步形成具有吉林省冬季旅游的特色项目和品牌形象。

### 三、吉林省冰雪体育旅游产业发展中存在的问题

(一)缺乏整体规划,冰雪场没有知名度。吉林省的滑雪场有 19 个,除长春净月潭滑雪场、吉林北大湖滑雪场、长白山滑雪场有一定规模和知名度以外,其它滑雪场都没有什么名气,省内的人了解都很少,相比黑龙江滑雪及冰雪节的知名度要逊色很多。滑冰场(馆)除长春五环体育馆等部分滑冰馆开发较完善,其它滑冰馆开发规划较差。近几年,各地纷纷兴建各种冰雪娱乐设施,往往缺乏统一要求和长期规划,多数是低水平、低标准的重复建设,几乎是有山必有滑雪场。

(二)相关设施不配套。冰雪体育旅游产业不能只认为就是滑冰和滑雪,交通、住宿、餐饮、购物纪念品、商务和文化活动,及互联网络、医疗、安保等等,都应该相配套。

(三)经营管理落后。吉林省是经济欠发达地区,从 GDP 来看是东北三省最低的。冰雪体育旅游是高消费运动,据 2004 年 2 月长春《巷报》关于滑雪市场经济状况统计,在长春市 700 万市民中,每年参加滑雪的人数最多不足 10 万人次,比例不到 1.4%,每人每天最低消费平均在 130~220 元,这种高消费让人可望而不可及。这是由于投资商急于收回成本,导致价格虚高。在欧美滑雪平均消费全天为 200 元人民币,吉林省滑雪 1 小时平均消费 80~100 元,0.5 天需 160 元,单一比较消费价格相差不大,但参照人均收入和消

费水平比较，则凸显吉林省滑雪消费价格就高了。另外，上述滑雪费用不包括门票、停车费、租借滑雪服、教练费等。价格也就是经营理念制约吉林省滑雪体育产业发展的瓶颈。

滑雪体育产业近几年发展速度快，但管理人才匮乏，滑雪经营落后，宣传不够，往往在日接待规模有时严重超载，又有时严重不足。滑雪设备明显不足，旅游者乘索道等候时间远远超出滑雪时间，使游客高兴而来，扫兴而归。滑雪辅导者素质差、水平低、影响滑雪者学习效果。由于滑雪体育运动本身具有一定的难度和危险性，对学习者的讲解和辅导不到位，会使一部分人产生恐惧感，对滑雪市场产生负面影响。

#### 四、促进吉林省冰雪体育旅游产业发展的对策

(一)政府加强管理。冰雪体育产业的发展需要各部门密切合作。文化、法律、金融、工商、电力等部门要大力支持保护企业的积极性，把冰雪体育产业作为吉林省的“朝阳产业”加以扶持。实行以政府为主导、企业为主体的开发战略，实现科学、规范、有序的管理。加大基础设施建设，以培养新的经济增长点和支柱产业的原则营造优良发展环境，充分发挥政府宏观调控作用。实行联合开发，发展配套经济，在产业化、集团化和规模化方面下大力气，帮助企业做大做强，全面提升企业国际竞争力。

(二)加强人才培养、提高服务质量。冰雪体育旅游在我国及吉林省起步较晚，公众对其了解不够，从事该行业人员对其缺乏管理经验。要想达到较高经济增幅，必须要有高水平创新型人才来管理和策划，这样，才能提供高质量服务，使产业实现可持续发展。热情周到的服务，高雅的环境，都将吸引提高旅游爱好者的光临，带动大众消费，促进当地经济发展。

(三)扩大宣传，开拓市场。如果单谈冰雪资源本身，各地或各国间差异不大，但与各地的民族文化及饮食、娱乐等产业组合在一起，就会展现出各自的魅力。对吉林省冰雪产业进行大力宣传，要多层次、全方位、多视角、多形式开展宣传活动，宣传活动不仅辐射到全国，而且还要辐射到世界。大力开发国内外市场，培育青少年参与意识，构建多层次的市场格局，用多种语言建立“吉林省冰雪体育旅游网站”宣传特色产品。用名人作为形象大使，吸引年轻人的眼球，激起其冰雪旅游欲望。吉林省要借助于冰雪产业开发较好的日韩国家经验，将冰雪体育旅游与自然景观游览，名胜古迹观赏，地方民俗风情活动及温泉洗浴、美容、按摩、美食、购物等相结合，增大产业联动效应，极大提高满足旅游者需求。