

Increase Competitiveness of Ice-Snow Tourism Products in Jilin Province

Chunhong Jiang^{1, a} and Shanshan Lv¹

¹School of Jilin Engineering Normal University, Jilin 130052, China;

^achunhong_jiang@126.com

Abstract. In the rapid development process of Jilin Province, the ice-snow tourism in Jilin Province has been affected by the impacts and competitions of different regions such as Heilongjiang Province, Liaoning Province and other neighboring regions, Hebei Province and Xinjiang, as well as Japan, South Korea and other countries, which has weakened the development advantages of ice-snow tourism in Jilin Province. According to the development status and characteristics of the ice and snow tourism industry in Jilin Province, from the perspectives of integration of culture and travel, differential development, and brand image, give suggestions on improving the competitiveness of ice-snow tourism products in Jilin Province, with a view to promoting the further development of ice-snow tourism in Jilin Province.

Keywords: Ice - snow tourism products; Competitiveness; Jilin Province

吉林省冰雪旅游产品竞争力提升

姜春红¹, 吕珊珊²

(1. 吉林工程技术师范学院 工商管理学院, 吉林省 长春市 邮编 130052;

2. 吉林工程技术师范学院 工商管理学院, 吉林省 长春市 邮编 130052)

摘要: 吉林省冰雪旅游在快速发展过程中, 受到黑龙江、辽宁等邻近省份, 河北、新疆等不同地区, 以及日本、韩国等不同国家的冲击与竞争, 这使得吉林省的冰雪旅游发展优势被削弱。针对吉林省冰雪旅游产业的发展现状及特点, 从文旅融合、差异化发展、塑造品牌形象等角度, 对提升吉林省的冰雪旅游产品竞争力给出建议, 以期促进吉林省冰雪旅游的进一步发展。

关键词: 冰雪旅游产品; 竞争力; 吉林省

中图分类号: F 590 **文献标志码:** A

引言

随着冬奥会的临近, 我国目前已有三十多个省市推出冰雪旅游产品, 吉林省发展冰雪旅游受到冲击的同时, 各地在发展冰雪旅游过程中, 也随之出现了各种问题, 包括冰雪资源的利用、配套项目的开发、地方文化的保护、市场运行管理、环境污染、缺乏可持续性发展战略等问题, 在一定程度上制约了冰雪旅游的发展动能^[1]。另一突出问题就是多地盲目追求快速发展冰雪旅游, 导致基础设施配套不全、质量不达标, 盲目进行模仿, 出现同质化的旅游产品, 缺乏特色和文化内涵。因此, 应进一步拓宽思路, 明确区域冰雪旅游发展的方向与定位, 提升冰雪旅游的产品竞争力, 才能使冰雪旅游持续健康发展。

1 冰雪旅游的内涵及特征

1.1 冰雪旅游的内涵

冰雪旅游是以冰雪气候旅游资源为主要旅游吸引物，所有冰雪吸引物体验活动形式的总称。根据冰雪旅游产品的丰富性特点，冰雪旅游主要分为以下三大类：冰雪观光旅游，包括自然冰雪景观和人工冰雪景观；二是冰雪运动康养旅游，包括滑雪、滑冰、雪地温泉、雪地足球等各类休闲体育活动；三是冰雪休闲娱乐旅游，包括各种冰雪文化活动、冰雪娱乐休闲活动等的冰雪体验活动^[2]。

1.2 冰雪旅游的特征

冰雪旅游具有极强的地域性。在世界范围内，冰雪资源主要分布在纬度 40 度以上范围。开发冰雪旅游项目最合适的纬度在 40-50 度，同时满足冬季降雪量大、地形地貌适宜、交通便利等条件。由于冰雪旅游需要依托冰雪资源，因此具有明显的季节性。冰雪旅游产品中除了观赏类景观，滑雪、滑冰、雪地摩托、温泉、雪地足球、拉雪橇等，都需要旅游者亲身参与体验，才能完成旅游产品的消费。因此，现在的冰雪旅游除了具有很强的观赏性，更强调消费者对冰雪娱乐及冰雪运动的参与性和体验性。

2 吉林省冰雪旅游发展现状分析

吉林省位于中纬度欧亚大陆东侧，属温带大陆性季风气候，四季分明，冬季漫长而寒冷，平均气温为 -10.4℃，温度适宜^[3]。对于冰雪旅游尤其是冰雪运动而言，温度过低则雪质脆硬，不利于雪板滑行，如果温度高则雪质粘重，滑行速度受阻。所以，适宜的温度对发展冰雪运动至关重要。从地理纬度看，吉林省地处东经 121° 38′ —131° 18′、北纬 40° 52′ —46° 18′ 之间的北半球中纬度地带，与落基山脉、阿尔卑斯山共处于同一黄金冰雪纬度带，具有发展冰雪旅游得天独厚的优势。因此，吉林省的气候适宜，降雪期长，降雪量大，地理区位得天独厚，吉林省基于优越的冰雪旅游自然条件，近年取得了较好的发展成效。

2.1 冰雪旅游发展产业政策不断完善

吉林省委 2014 年发布的《关于加快建设旅游支柱产业的意见》，提出“全民冰雪运动普及计划”，将吉林省打造成为“冰雪体育强省”；2016 年吉林省政府出台了我国第一部全面系统阐释冰雪旅游产业的文件《关于做大做强冰雪产业的实施意见》，提出要大力发展冰雪产业；2017 年，长春市委市政府出台《关于做大做强冰雪和避暑旅游产业的实施意见》，这些文件的发布为吉林省发展冰雪旅游提供了政策保障^[4]。吉林省推出的冰雪令，通过土地政策、奖励政策、惠民政策、扶持政策等具体七项举措，引导游客到吉林体验冰雪旅游，推动冰雪旅游发展。

2.2 已形成具有一定品牌效应的冰雪旅游产品体系

目前，吉林省冰雪旅游结合冰雪文化、冰雪艺术、冰雪民俗等共同发展，整体上已形成冰雪休闲、冰雪康养、冰雪观光、冰雪民俗四大产品体系，主要包括：体育休闲类冰雪旅游产品、观光养生类冰雪旅游产品、体育赛事类冰雪旅游产品、节庆类冰雪旅游产品和民俗游乐类冰雪旅游产品等。在打造冰雪旅游产

品品牌的过程中,以“吉地吉品”十佳冰雪旅游产品为代表的冰雪旅游产品的游客聚集效益显著。

2.3 冰雪旅游的设备设施逐步完备升级

吉林省的冰雪旅游目的地设施不断发展,在冰雪场馆资源方面,冰球、冰壶、滑雪场、速滑等冬季项目场地都具有国际标准。其中滑雪场 34 个,较有影响力的有吉林市的北大壶滑雪场、长白山地区的万达滑雪场、莲花山滑雪场等 12 个。吉林省加大了有关滑雪场的基础设施建设,万达滑雪场、北大壶滑雪场、新立湖滑雪场的周边配套服务业已形成一定规模,冰雪休闲旅游服务体系较完善。但纵观吉林省全省冰雪旅游发展,仍未形成成熟的冰雪旅游产业链。滑雪场的雪道质量、长度,压雪机、高空缆车等设备设施,以及多数滑雪场附近有关食、住、行、购等方面的配套设施建设和综合服务环境,都需要进一步提升和改善。

2.4 构建“冰雪丝路”的冰雪发展框架

吉林省位于东北亚的核心地带,经过辽金、元、明、清历代发展,构筑了深厚的民族文化,形成了东线、西线、北线三条商路。吉林省通过对历史文化、城市区位特点进行梳理,整合了我国东北冰雪城市,提出“冰雪丝路”发展战略。冰雪丝路这一框架涵盖了内蒙古、黑龙江、吉林、河北、北京、辽宁,包括目前冰雪旅游发展较为成熟的呼和浩特市、哈尔滨市、牡丹江市、吉林市、长春市、大连市、北京市等,长白山国际度假区、万科松花湖国际旅游度假区、北大壶滑雪度假区、温泉群、雾凇岛、牡丹江雪乡、松原查干湖、崇礼的冰雪小镇等都位列其中^[5]。冰雪丝路理念的提出,旨在构建冰雪旅游发展区域良性互动的新格局,尽管这一理念目前只是一个框架,但具有重要的开创性意义。

3 吉林省冰雪旅游产品的竞争力提升对策

我国旅游专家吴必虎将冰雪旅游产品定义为:已构成冬季旅游中心吸引物的各种冰雪景观及为游客提供冰雪娱乐和运动的场所。根据冰雪旅游学者的研究,认为冰雪旅游产品主要可以分为冰雪体育、冰雪娱乐、冰雪节庆、冰雪文化、冰雪装备、冰雪旅游纪念品和城市冰雪旅游等类别。优质的冰雪旅游产品对于发展冰雪旅游产业至关重要,对区域经济的发展也有重要的促进作用。吉林省冰雪经济发展势头迅猛,冰雪旅游接待人数及旅游收入都大幅度提升。而随着全国多个省份大力发展冰雪产业,对吉林省发展冰雪旅游形成了冲击,吉林省已失去传统意义上的资源优势。因此,要提升冰雪旅游的竞争力,必须要发展具有差异化、特色化、高辨识度的冰雪产品,是提升整体竞争力的前提。

3.1 文旅融合发展

在旅游产业开发中,挖掘地域文化,将地方特色文化融入旅游开发,能够进一步丰富旅游产品的内涵,提升产品开发的價值。因此,冰雪旅游产业必须要与文化产业融合发展,保护、传承文化的同时,提升整体旅游品味与价值。在进行冰雪旅游文旅融合发展过程中,应注重管理体制的不断完善,加强冰雪旅游文化产品的创新^[6],因地制宜、因时制宜,依托吉林省的东北民俗、少数民族习俗、遗址遗迹等,突出吉林省的人文特点和社会活动特点,进行冰雪旅游文化产品的设计与创新,突出参与性强的项目,如满族的嬉

冰，蒙古族的冬捕、冬猎、雪地赛马等活动，充分发挥文化效能，提升产品品质和品味。借助吉林省的汽车文化、影视文化、农业文化、多民族文化特点发展冰雪旅游，开发以吉林冰雪为题材的影视剧、出版物、动漫、游戏等，促进冰雪文化传播和品牌塑造，促进冰雪旅游产业整体品质的提高。

3.2 塑造冰雪旅游品牌形象

吉林省冰雪旅游目前已形成长春市净月潭瓦萨国际滑雪节、查干湖冰雪渔猎文化旅游节、吉林国际雾凇冰雪节等多个品牌的冰雪旅游产品。这些冰雪旅游产品的品牌影响力已深入人心。为满足大众消费越来越追求个性化和多样化的特点，应提供高品质的产品和服务，推动消费市场的持续扩大与升级，因此，吉林省除打造长白山国际冰雪品牌外，应继续打造并创新更多冰雪旅游产品品牌，并带动周边地区的冰雪经济发展，全面塑造吉林省‘中国冰雪旅游强省、国内冰雪旅游产业高地、世界新兴冰雪旅游目的地’的形象，形成‘玩雪到吉林’的高认知度品牌^[7]。

通过游客期待指数、美誉度、核心竞争力、传播影响力四个要素对中国冰雪旅游城市目的地进行综合调查发现（见表1），东北地区依然是发展冰雪旅游的优势地区，但也同时意味着在资源同质化的状况下，竞争力会进一步加大。面对游客的差异化需求，在发展冰雪旅游过程中，应注重对冰雪节庆文化、冰雪艺术文化、冰雪交通文化、冰雪饮食文化等方面的设计与开发，根据自身的冰雪资源和文化特点形成具有高辨识度的产品，寻求并提升核心竞争力，是吉林省未来发展冰雪旅游必须要面对的问题。

表1 中国冰雪旅游城市目的地排行榜

城市	省份	游客期待指数	美誉度	核心竞争力	传播影响力	总分
哈尔滨	黑龙江	97.3	91.5	95.3	89.2	93.3
长春	吉林	93.7	89.9	90.1	85.8	89.9
张家口	河北	85.8	88.4	90.5	93.1	89.5
沈阳	辽宁	83.2	90.3	88.8	86.2	87.1
呼伦贝尔	内蒙古	86.3	94.1	87.4	78.5	86.6
乌鲁木齐	新疆	87.3	89	89.3	76.5	85.5
吉林	吉林	84.1	90.3	86.6	72.3	83.3
牡丹江	黑龙江	87.2	88.4	78.3	76.4	82.6

数据来源：人民网旅游大数据中心

3.3 差异化发展战略

目前在吉林省除了长白山、吉林市雾凇、长春净月潭瓦萨国际滑雪节、松原查干湖冬捕等几个辨识度高的冰雪旅游品牌，其他发展冰雪旅游的城市和地区难以避免地出现冰雪景区大同小异，冰雪节活动项目雷同，配套设施和服务跟不上，缺少对冰雪产品表现形式的精心规划和设计等一系列问题，而且这些问题

不仅出现在吉林省内，在整个东北地区都较为普遍，难以提升游客的满意度，更难形成游客对冰雪旅游的忠诚度。因此，同质化冰雪产品对冰雪旅游的长期发展会带来诸多负面影响。

根据游客对最受欢迎的温泉度假村的调研发现，排名靠前的如长白山温泉度假村、凤山温泉度假村、阿尔山温泉等，都同时能够满足观光休闲的旅游需求。因此，结合对上述现象的综合分析，吉林省除继续积极发展高级滑雪度假胜地外，应继续加大投入发展综合性休闲度假的配套设施，借鉴欧美国家的成熟经验，设计建造具有当地特色的民宿产品，积极发展乡村旅游，结合冰雪旅游共同发展，增强旅游产品供给的丰富性和独特性，通过四季旅游的运营模式，推进供给侧结构性改革，解决滑雪旅游的淡旺季困境。创新冰雪产品，实施差异化发展战略，才能避免因为同质化产品而形成不良价格竞争，保障冰雪旅游市场有序发展，形成优势互补的冰雪文化产业圈。

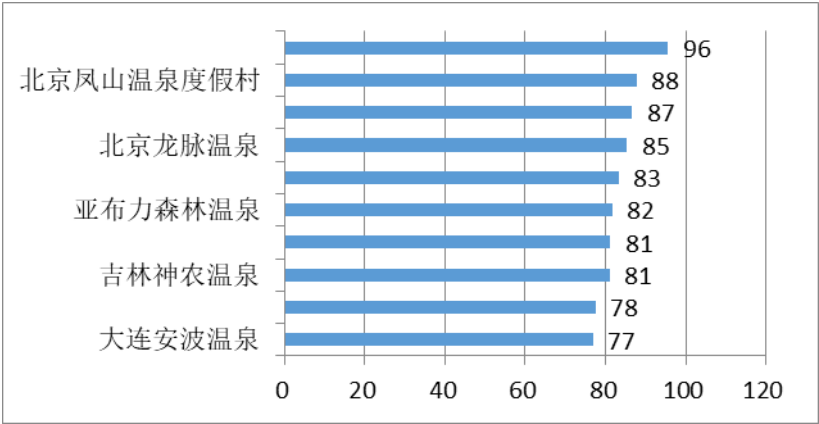


图1 受游客欢迎的温泉度假村排行榜

数据来源：人民网旅游大数据中心 2016 年“中国冰雪旅游竞争力大数据报告”

3.4 加强冰雪体验性旅游产品的开发

冰雪旅游产品除了具有一般的旅游活动所具有的观光、休闲等作用外，更注重参与性与体验性。对于冰雪旅游产品而言，在设计开发前，应进行深度的市场调研，了解不同的年龄阶段、不同度假目的、不同性别、不同职业等的游客对产品的需求^[9]。只有了解目标市场的特征，才能对冰雪旅游产品进行设计开发，确定主题，并围绕产品主题进行环境的营造、气氛的烘托、相应的活动组织安排，符合目标游客的需求，吸引游客的注意力，引起参与体验的兴趣，并结合旅游地的文化特点，充分调动旅游者感官体验，通过有效的营销方式，使游客的满意度符合期待甚至高于期待。需要冰雪旅游发展所涉及的主打产品、配套设施、服务质量等做到均衡发展，提升冰雪旅游发展的综合实力，使游客利益最大化^[10]。

3.5 区域合作，协同发展

为促进冰雪旅游产业真正做大做强，东北地区可以借鉴 京津冀生态冰雪区域化发展模式，打破行政区划限制，进行区域合作，整合冰雪旅游资源，形成协同发展框架，打造东北冰雪旅游圈，联合推出冰雪旅游系列活动，避免各自发展中出现的难以避免的同质化问题^[11]。在各自打造旅游精品的情况下，统一区域宣传主题，共同开拓市场、信息共享，建立无障碍旅游区，开创冰雪旅游区域合作新格局，推动

东北地区冰雪产业平衡发展。

4 结语

冰雪旅游发展直接影响吉林省的经济发展状况,吉林省应抓住国家出台的旅游政策重大机遇,开发创建精品冰雪旅游产品,积极借鉴国内外发展冰雪旅游的成熟经验,结合自身资源和文化特色,开发具有高辨识度的冰雪产品,打造独特的冰雪旅游品牌,通过艺术营销的方式提高吉林省冰雪旅游的知名度,从而提升吉林省发展冰雪旅游的竞争力。

Acknowledgement

This paper is sponsored by project fund from Social Science Foundation of Jilin Provincial Education Department (Project Title: Research on positioning and promotion of the ice and snow tourism image in Jilin province; Contract NO. JJKH20180509SK). In addition, it is also sponsored by the grant from the Research and Development Project of Jilin Engineering Normal University.

References

- [1] Zhang Rong-juan: "Research on the Development Countermeasures of Ice and Snow Tourism in Northeast China under the New Situation"[J]. Liaoning Economy, Vol. 24(2017), No.10, p.29-31
- [2] Yang Chun-mei: "Research on the development model of China's ice and snow tourism" [M]. Harbin: Harbin Engineering University Press,2016: p.2-6
- [3] Information on <http://jl.cma.gov.cn/>.
- [4] Information on <http://www.jlta.gov.cn/xcyx/index.jhtml>.
- [5] Zhang Gui-hai: "Analysis on the cooperation of ice and snow industry in China-Mongolia-Russia Economic Corridor"[J]. Foreign Economic Relations & Trade, Vol. 23(2016), No.10, p.8-14.
- [6] Kim H G.Research Analysis Regarding the Competiveness of China's Automobile Industry Clusters[J].Journal of International Logistics and Trade,2011,9(1):3-25
- [7] Yu Li-qiang, Bai Xue, Yang Bin: "Establishing the brand of ice and snow tourism culture in Jilin Province" [J]. Sports Culture Guide , Vol. 34(2016), No.9, p.120-122
- [8] Zhang Miao-miao: "SWOT Analysis on the Development of Ice and Snow Leisure Sports Tourism in Jilin Province" [J]. Sports Culture Guide , Vol. 36(2018), No.4, p.89-93
- [9] Laurent Vanat.2017 International Report on Snow & Mountain Tourism-Overview of the ey Industry Figures for Ski Resorts [EB/OL].<http://www.vanat.ch/RM-world-report-2017-vanat.pdf>,2017
- [10] Jiang Shu-bo: "Research on the Status Quo and Countermeasure of Ice and Snow Industry in Jilin Province" [J]. Taxation and Economy , Vol. 41(2019), No.1,p.106-112
- [11] Doris Chenguang Wu, Gang Li, Haiyan Song. Economic analysis of tourism consumption dynamics: A Time-varying Parameter Demand System[J]. Approach Annals of Tourism Research, 2012, 39(2): 667-685.