

消费结构升级背景下吉林省冰雪旅游发展对策研究

艾美杰

长春大学旅游学院, 吉林 长春
Email: 317643610@qq.com

收稿日期: 2020年11月30日; 录用日期: 2020年12月21日; 发布日期: 2020年12月30日

摘 要

当前, 由于我国成功申办2022年冬奥会, 冰雪产业也将迎来蓬勃的春天。吉林省作为冰雪旅游大省, 积极推进冰雪经济, 深刻贯彻落实习近平总书记“绿水青山就是金山银山, 冰天雪地也是金山银山”的重要指示精神大力发展冰雪产业。因此, 研究吉林省冰雪产业的发展现状, 找出吉林省冰雪产业发展遇到的挑战, 在人们消费结构升级后, 如何利用好当前的政策去发展吉林省的冰雪经济, 把吉林省冰雪产业品牌打出去, 发挥行业为主体, 具有极其重要的意义。

关键词

冰雪旅游, 发展现状, 新媒体

Research on Development Countermeasures of Ice and Snow Tourism in Jilin Province under the Background of Consumption Structure Upgrading

Meijie Ai

The Tourism College of Changchun University, Changchun Jilin
Email: 317643610@qq.com

Received: Nov. 30th, 2020; accepted: Dec. 21st, 2020; published: Dec. 30th, 2020

Abstract

At present, due to China's successful bid for the 2022 Winter Olympic Games, the snow and ice industry will usher in a vigorous spring. As a major province of ice and snow tourism, Jilin Province actively promotes the ice and snow economy, and deeply implements General Secretary Xi Jinping's important instruction that "clear water and green mountains are gold and silver mountains, and a world of ice and snow is also gold and silver mountains" to vigorously develop the ice and snow industry. Therefore, there is important significance in researching the current situation of the development of Jilin ice and snow industry, finding out the challenges encountered by the development of the industry and how to use the current policies to develop the industry after the upgrade of people's consumption structure, and branding Jilin ice and snow industry so that it could play a main role.

Keywords

Ice and Snow Tourism, Development Present, The New Media

Copyright © 2020 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 吉林省冰雪旅游现状

当前,吉林省在发展冰雪旅游具有独特的优势,发展具有很大的空间,经济发展离不开环境、政策等宏观因素,冬奥会的成功申办,2019年,吉林市冰雪旅游宣传片亮相纽约时代广场,依靠自身资源,顺应时代发展,为吉林省冰雪旅游事业带来了巨大的推动力,那么,随着人们生活水平的提高,消费结构的升级,各地冰雪旅游景点的出现,为吉林省冰雪旅游的发展带来了极大的挑战。

1. 树立了特色冰雪旅游经济

每年冬天:雾凇、冰雪、温泉、民俗等资源拉开了吉林省冬季旅游的大幕,人们去北大湖滑雪场、去雾凇岛、去松花湖滑雪场,人们来参加冬泳比赛,去感受冰雪中泡温泉的文化,观看冰灯和雪雕[1]。吉林省积极申办国际国内重要大型冰雪赛事活动,承办了全国花样滑冰锦标赛、全国冰球联赛等多项活动,力求打造冰雪赛事常态化基地,人们来到吉林,采购一些本土户外冬季运动服饰,使用专用冰雪装备既满足了人民群众欣赏高水平体育赛事的需求,同时也切身感受这冰雪的魅力。

2. 冰雪资源优厚

吉林省集中了粉雪、雾凇、冰湖、温泉的天然优势,在区位上,最具价值的冰雪经济区——长白山,温润多雪,冬天最美的雪花飘落在吉林,引领冰雪价值文化,冰雪产业得到大力的发展。长春——吉林——大长白山——查干湖——向海——莫莫格都是冰雪产业的主阵地,依靠资源,促进冰雪城镇的发展,形成冰雪产业集群,促进了吉林省冰雪全域旅游,冬季带动春季,夏秋联动,冰雪资源滋养了吉林大地特有的冰雪品牌。

3. 配套设施完备

吉林省是全国第一个以系统思维、全产业链模式发展冰雪产业的省份。中国品质滑雪在吉林[2],为

了促进吉林冰雪发展，敦化到长白山的高铁和沈阳到长白山的高铁项目正在推进，长白山冰雪生态度假产业初步形成集群，完善旅游双环线交通与公共服务体系，为建设中国最美高铁冰雪旅游带，吉林省积极投入，努力延长产业链、丰富产业面，积极推动产业集群建设，努力形成冰雪产业生态，建设最美高铁冰雪地带。

2. 吉林省冰雪旅游发展遇到的挑战

虽然吉林省在发展冰雪旅游方面积极推进，但是在探索冰雪旅游的发展过程中，也遇到了很多的挑战，存在不足。

1. 存在一定的资源浪费

在发展冰雪经济中，要合理的规划使用政府的资源，进行充分的统筹安排，要对市场进行长远的规划，了解消费者的需求，根据大数据进行精准的分析 and 定位，而目前展现在眼前体现出的是缺乏定位，没有对市场进行充分的调研，导致受到利益的驱使，一些企业急功近利，地区重复开发建造冰雪项目，没有重复结合自身实际，使得一些项目缺乏规范，重复建设问题突出，同时也出现营销策略不当，造成资源的闲置，同时生态环境造成了一定的破坏，长久下去，会给冰雪产业带来不利的影响。

2. 缺少行业规范标准

吉林省有很多家滑雪场和温泉，规范性一般，大大小小的滑雪场规模不同，温泉酒店也很多家，等级和功能也不同，但是市场辨识度不是很高，缺乏合乎的标准，外地消费者很难结合自身的需求去寻找滑雪场，而且个别场地的教练水准有待提高。缺少档次级别划分，行业竞争混乱，价格乱象会引起对消费者不公平的现象，根据管理学上著名的二八原则，如果消费者遭到欺骗，带来的不良后果是不言而喻的。并且配套的商业运营手段匮乏，互联网 + 冰雪旅游没有很好的融合。

3. 服务水平参差不齐

当产业飞速发展应该带来整个行业服务质量的大部分提升，但是在吉林省的旅游业，特别是冰雪旅游业，服务和管理水平还是需要完善，通过一些调查发现，一些冰雪旅游场所，出现服务意识低下，文化素质和行业要求不匹配的情况，游客投诉率较高。而且很多网站 APP 的评价也很让人不舒服。原因是很多家庭作坊式的滑雪场，没有看到顾客满意度的重要性，综合服务和接待能力不足。场馆由于建设周期较长，很少企业所有者愿意做这种投入大的项目，游客进行游玩主要是靠产品和服务接待的标准的吸引，引起心理动机的变化，设施的满意度影响权重很大，餐饮口味的变化，直接影响顾客的满意度。顾客满意度提高，冰雪企业也会受益。

4. 缺乏营销意识

我们虽然很多时候通过公共媒体可以看到对吉林冰雪旅游的宣传，但是媒体对某些旅游企业进行宣传的不是很多。《丁真的世界》最近爆红网络，从 2020 年 11 月 19 日，他开通微博，笑容青涩，眼神澄澈，这样一个小伙子，积累了大量的流量，同时也带动了话题丁真的家乡有多美，全国各地都在邀请丁真。四川和西藏旅游，热度大增。试想白山黑水，吉林大地，缺少“丁真”吗？我们缺乏的是真正的营销意识，现在抖音、微博、西瓜视频、快手等线上自媒体渠道，都可以是营销通路的一环，我们缺少这样的营销宣传意识，大美吉林的冰雪旅游，需要更好的营销宣传。

3. 消费结构升级背景下吉林省冰雪旅游发展建议

城市化进程的今天，产业结构升级，消费者消费水平逐步提升，对于精神上和物质上个性化需求加快，产业发展和消费结构转型使得旅游成为人们的重要娱乐放松选择之一，技术化水平和专业化分工，使得冰雪产业也逐渐进入普通大众的视野，国内著名的冰雪旅游城市众多，促使吉林省要不断提升冰雪

旅游服务型质量，对于今后的发展，有如下的建议：

1. 打造旅游本体内核，驱动周边产品发展

要合理规划冰雪旅游产品，做到事前合理布局，避免资源的过度重复和浪费，企业要合理定位，找准自身的冰雪特色，做好差异化的发展规划，旅游业要保证的是客户来源，地区和单位在开发冰雪旅游产品过程中，消费者对资源的类型，交通状况，地理位置等因素会有所权衡，配套设施要跟上。希望从政府层面上要给予更多的支持，层级定位区隔要明显，用户画像要精准，比如冰雪体育文化旅游要立足于冰雪+文化，要区别普通的旅游，把握其运动和文化的融合性，挖掘吉林省文化的内涵，增强其对于文化的认同，将民族文化作为背景，形成独特的差异服务，进而带动周边的文化产品经济的发展。

2. 搭建自己的信息平台，提升服务质量

关系营销存在于企业的内部和外部，企业在进行管理和服务的时候，要货真价实，欺瞒和宰客的行为一定要杜绝，对员工进行培训，微笑服务，统一的形象，优质的服务可以使企业和消费者得到双赢。在经营的过程中，企业可以由过去借助旅游网站发展到建设自己信息化平台，围绕客户需求，通过手机就可以查询相应的服务。此外，旅游的纪念品开发的重要性也逐步显现，其大大增加了旅游过程中的趣味性，近年来冰雪主题，长白山主题等特色产品，增大了冰雪旅游的知名度，带回去的纪念品如长白山冰雪菊花茶、长白山冰雪林蛙雪蛤油和冬季景观木雕等也日后能为消费者带来美好的记忆。带回“冰”“雪”特色，融入当地的民族民俗文化的的地方性产品，承载的太多。这种自我标记的专属特色产品必将是今后冰雪旅游产品开发的重要市场趋势。

3. 加大营销投入力度

1) 应用大数据，及时分析了解消费者行为

近年来，大数据和云计算等高科技已经改变我们的生活，广泛应用于营销的各个领域，人们接触新的方向和领域的途径变多了，那么对于冰雪旅游，客户的数据的重要性也变得很重要。对消费数据进行管理，通过多种渠道，掌握用户的行为轨迹，比如在何种页面浏览、搜索、点击、分享、评论和点赞等，对消费者行为的偏好进行研究，了解其旅游关注度，同时，建立与消费市场的双向沟通，及时了解客户反馈与咨询的内容，群策群力，掌握冰雪消费动向。

2) 应用新媒体，多角度营销辐射宣传

当前，人们的阅读习惯已经由平面转向视频，新浪、腾讯等客户端和抖音、快手等平台迅猛发展，多元的新媒体 APP 打开了今天新媒体用户了解世界的大门。冰雪旅游要建立自己的品牌，注册官方账号，及时更新作品，积极的进行广告投放，加大冰雪旅游的曝光率，吉林省本土有很多名人和知名运动选手，利用名人效应和热点事件，加大互动，同时打造网红景点，树立吉林省冰雪旅游的形象，将流量转化成可观的经济效益。

4. 结论

本文是基于消费结构升级背景下对吉林省冰雪旅游发展的浅析，而进行深入研究还应该包含一些具体的大数据，具体的景点平台 APP 的设计及旅游企业平台数的服务反馈数据等信息，今后，可以考虑应用多种新媒体平台推广应用到吉林省冰雪旅游的研究中。

基金项目

长春大学旅游学院创新创业发展基金项目“消费结构升级后吉林省冰雪旅游的发展现状与对策研究”（项目编号：长旅创新创业发展基金项目 2019[20]）。

参考文献

- [1] 李沿欣. 吉林省冰雪旅游发展现状分析[J]. 西部旅游, 2020(6): 46-49.
- [2] 张竞, 徐敏. 吉林市冰雪产业发展现状与政策进路[J]. 北华大学学报(社会科学版), 2020(1): 92-100.