疫情冲击下我国滑雪旅游业发展的现实困境及应对之策

The Practical Difficulties and Countermeasures of China's Skiing Tourism Development under the Impact of COVID - 19 Pandemic

苗春竹,荆立新
MIAO Chun - zhu, JING Li - xin

摘 要:运用文献资料、逻辑分析等研究方法,对处于发展上升期的我国滑雪旅游业因疫情冲击而引发的困境进行分析。研究结果表明:短期内虽受到疫情影响,但从长期来看并未改变滑雪旅游业蓬勃发展的良好趋势。同时利用这个"空窗期"予以重新审视和思考行业的优势和不足,对推动滑雪企业复业后提质增效,推进我国滑雪旅游业向高质量发展目标积极迈进具有十分重要的现实意义。因此,提出加强行业风险管理,提高危机反应和处理能力;加快引导产业结构优化,提升资产价值;升级消费体验感受,提高行业品质;整合供应链,打造产业合作共同体;谋求多元产业汇聚融合,加快培育产业发展新业态等建议。

关键词:新冠疫情;滑雪旅游业;发展困境;应对策略
中图分类号:G80 - 05 **文献标识码**:A **文章编号**:1008 - 2808(2021)04 - 0042 - 05

Abstract: By using the method of literature review, this paper analyzes the plight of China's skiing tourism industry Under the Impact of COVID - 19 Pandemic. The study found that although affected by the epidemic situation in the short term, it did not change the good trend of the vigorous development of skiing tourism in the long run. At the same time, using this "empty window period" to re - examine and think about the advantages and disadvantages of the industry is of great practical significance to promote the ski enterprises to improve quality and efficiency after the resumption of business, and to promote China's skiing tourism to actively move forward to the goal of high - quality development. Therefore, this paper puts forward some suggestions, such as strengthening industry risk management, improving crisis response and handling capacity, accelerating the optimization of industrial structure and improving asset value, upgrading consumption experience and improving industry quality, integrating supply chain to create industrial cooperation community, seeking multi industry convergence and accelerating the cultivation of new industrial development formats.

Key words: the COVID - 19 pandemic; China's Skiing tourism industry; Development dilemma; Coping strategies

收稿日期:2020 - 09 - 17;**修回日期**:2021 - 01 - 03
基金项目:2018年度黑龙江省经济社会发展重点研究课题(编号:18233)。
作者简介:苗春竹(1976 -),女,副教授,硕士,研究方向为体育经济与管理。
作者单位:哈尔滨体育学院 体育人文社会学院,黑龙江 哈尔滨 150008

滑雪旅游以其特有的滑雪运动魅力和滑雪旅游资源优势吸引着广大游客,逐渐成为人们休闲度假的首选,在拉动地方经济、促进就业、激活市场、扶贫脱贫等方面都发挥着重要的作用。时至今日,新冠疫情对社会经济生活的影响依然没有完全消除。滑雪旅游业2019—2020年度的经营旺季也因其集聚性特征与疫情防控相悖而停摆。2020年2月23日,习近平总书记在统筹推进新冠肺炎疫情防控和经济社会发展工作部署会议上指出,对于当前的疫情防控和经济社会发展工作要做到"两手抓、两手硬"[1]。面对突发疫情,持续升温的滑雪旅游业如何在防控疫情的同时开展危机自救引发关注,也成为行业思考的焦点。为继续严防严控疫情并快速消除疫情对滑雪旅游业的负面影响,全面审视滑雪旅游业的"优"与"忧",以建立和完善危机管理机制,增强滑雪旅游者的安全感,加速提升行业品质,从而为实现滑雪产业向高质量可持续发展提供坚实的保障,将是滑雪旅游业当前必须面对的首要问题。

1　我国滑雪旅游业发展现状

1.1　供给面:新增滑雪场及硬件设施

我国滑雪旅游起步较晚,但发展迅速。随着2022北京冬奥会的临近,更是掀起了全国滑雪旅游高潮,也加速推进了我国滑雪旅游业核心的滑雪场馆及其硬件设施的建设速度。据统计,到2019年全国滑雪场总数已达770家,与去年相比增幅3.77%,分布于全国28个省(自治区、直辖市),其中已投入运营的室内滑雪馆有31家[2],彻底解决了滑雪运动受季节性因素影响的局限,为满足消费者四季滑创造了条件。同时滑雪场硬件设施也在不断改善和提高,雪场服务环境得以优化。截至2019年年底,国内滑雪场中建成并投入使用的架空索道总数为261条,新增魔毯2.1万米140条、压雪车88台、造雪机1 149台等[2]。此外,滑雪市场中的滑旱雪、模拟滑雪器等新颖滑雪体验模式也增加了游客的滑雪乐趣,为进一步加快推进我国滑雪旅游业多元型发展提供了坚实的物质保障基础。

1.2　需求面:滑雪人次屡创新高

大众旅游消费时代的到来,国内高级别竞技滑雪赛事的承办和冰雪运动的普及与推广,以及滑雪旅游赏冰乐雪、休闲娱雪、感受民风、体会民俗的独特魅力,成功地满足了大众运动的休闲需求,也极大地激发了人们的滑雪热情。据测算,2018—2019冰雪季我国冰雪旅游人数为2.24亿人次,冰雪旅游收入约为3 860亿元;预计到2025年,我国冰雪旅游人数将超5亿人次,冰雪旅游收入超过1.1万亿元[3],2019年全年国内滑雪者约为1 305万人,滑雪人次已突破2 000万,人均滑雪次数上升7.38%,一次性滑雪体验者占比下降3.34%,滑雪爱好者转化率持续提升,其中河北、吉林、北京滑雪人次增长态势明显[2],滑雪旅游逐渐成为人们热衷的时尚旅游方式。尤其是冬奥会申办成功以来,我国滑雪旅游凭借其强劲的增长势头,已经成为拉动我国冰雪经济持续稳定增长的重要动力。

1.3　环境面:释放多重利好助推

在2022年北京冬奥会的带动下,国家政策的大力支持与引导,我国滑雪旅游业迎来发展新契机。政府部门科学规划,精心安排部署滑雪产业发展工作。以冬奥会为契机,推进"三亿人参与冰雪运动",提升产业发展水平,不断满足人民群众日益增长的冰雪运动需求,2016年10月国务院办公厅、2016年11月国家体育总局等四部门先后印发《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》[4]、《冰雪运动发展规划(2016—2025年)》[5]。与此同时,为加快冰雪场地设施建设,推动冰雪运动的普及和提高,推进全民健身冬季运动项目的开展提供设施保障,统筹规划国内冰雪场馆、场地建设,国家体育总局、国家发展改革委、国家旅游局等七部门于2016年11月联合印发了《全国冰雪场地设施建设规划(2016—2022年)》[6]。此后,在2016年12月国务院印发的《"十三五"旅游业发展规划》[7],以及2018年9月国务院办公厅印发的《完善促进消费体制机制实施方案(2018—2020年)》[8]中明确指出要加快开发冰雪休闲度假旅游产品,积极培育冰雪运动等体育消费新业态。近年来,为努力实现我国冰雪运动跨越式发展,充分挖掘"冷资源"热效应的潜力,2019年3月中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于以2022年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见》[9]。随后,为大力推进冰雪运动广泛开展,加快开发大众冰雪装备器材,工业和信息化部、国家体育总局等九部门联合印发了《冰雪装备器材产业发展行动计划(2019—2022年)》[10]。北京市、天津市、黑龙江省、吉林省、河北省等地积极做出响应,结合自身冰雪特色优势出台相应地方政策,对加快开发冰雪资源,深入推进冰雪运动开展和大力发展冰雪旅游业做出了规划和部署。冬奥会成功申办以来,我国国内滑雪场馆累计增速达35.56%,滑雪人次也以约13.71%的年均增长率保持上升趋势[2]。

2 疫情影响下我国滑雪旅游业发展的现实困境

新冠疫情对我国滑雪旅游业发展造成了重大影响，给原本活跃的滑雪市场带来重重危机。

2.1 滑雪场：经济损失巨大

众所周知，2020 年年初暴发的新冠疫情对我国滑雪旅游业的影响可以说是灾难性的。为防止疫情扩散蔓延，全国各大滑雪场积极响应国家号召，如河北张家口崇礼万龙、密苑云顶乐园、太舞滑雪小镇、翠云山银河滑雪场以及多乐美地小镇等暂停开放雪道。此外，包括湖北、内蒙古、黑龙江、吉林等地的雪场也均已暂停营业[11]。按照近年来国内滑雪市场的发展规律，春节属于滑雪场的创收黄金期，几乎占据整个雪季收入的三分之一以上[12]。而且滑雪旅游业是具有旅游业基本特质，且季节性特征尤为突出的特色行业。随着各大旅游滑雪场的陆续关闭，使得围绕以滑雪场为核心的滑雪旅游业及其相关行业的全部经营活动也都暂时进入“休眠”，突发疫情给我国滑雪旅游业造成巨大的经济损失。据《中国滑雪产业白皮书（2019 年度报告）》显示，我国 2019—2020 年整个冬季，滑雪旅游行业产生损失已在所难免。根据白皮书的分析方法，按 2019 年各类别滑雪场的滑雪人次增长率保守测算，疫情对于国内滑雪场造成的短期收入损失在 66.8 亿元人民币左右，而考虑到其他或有损失，整体短期经济损失估价将超过 80 亿元人民币左右[2]。特别是对于一些中小型滑雪场，“一季养三季”经营模式的资金流量能否坚持到疫情结束，更是困难重重。由于滑雪旅游业受时间约束，在疫情得到有效控制后，想要恢复到疫情前的客流高峰，还需要些时日。

2.2 游客：消费需求延迟

受疫情影响，因政策性缩短了滑雪旅游业的经营期。与此同时，疫情也造成滑雪消费延迟，加速了消费需求转移，导致客源流失。我国目前仍是全球最大的初级滑雪市场，游客大都是初级滑雪者或一次性滑雪体验者。自成功申办 2022 年北京冬奥会以来，无论是滑雪场地，还是滑雪人次都大幅增加。到 2019 年，滑雪人次由 2018 年全年的1 970 万，上升到 2019 年的 2 090 万，同比增幅为 6.09%[2]。根据马斯洛需求理论，疫情爆发前，滑雪消费者更关注滑雪场的雪质、雪道、雪具，以及交通的便利、住宿的舒适和周到的服务。但新冠疫情爆发后，消费者必将重新审视滑雪消费，消费需求层级又会回到对自我健康、自我安全追求的需求层面。对滑雪场的设施是否齐备、品牌的质量及安全性保障会有更强烈的需求感知。尤其关注疫情防控的制度、措施，在滑雪消费偏好方面则更看重滑雪场的安全价值属性。对于那些缺乏重大突发事件应变能力，缺少公共卫生危机管理体系，欠缺危机风险防范意识的雪场，面对的将不仅是滑雪消费延迟的问题，而是消费的减退与转移。2020 年春节过后，一些滑雪场开始尝试复业，但疫情的严重危害在消费者心中带来的负面影响还未彻底消除，导致出游意愿降低。由新冠疫情而导致延迟的滑雪消费将会延长到下一个雪季。

2.3 相关行业：产业链危机

滑雪旅游业是由提供满足消费者需求的产品和服务形成的行业集合，包含滑雪场（滑雪旅游度假区）、餐饮住宿业、交通运输业、旅行社（旅行网）等。从行业类型上来看，在举国防控新冠疫情的严厉政策下，滑雪旅游供应链中受到疫情冲击比较大的是旅行社和餐饮住宿业。旅行社作为连接雪场、消费者及关联行业的媒介，在供应链中起到组织协调和沟通的重要作用。疫情发生后，经历了大面积的退单、改签、停购，一度出现被动局面，资金链也随之进入紧绷状态。为保障消费者利益，力保品牌口碑，避免因疫情无法出行而预支的旅行费用免受损失，一些旅行社还主动提出全额退款的承诺，这也增加了企业的财务困难和资金压力。再加上疫情防控重要阶段还要面对经营支出、员工工资、网络宣传等成本费用，无疑是雪上加霜。尤其是那些规模相对较小、实力偏弱的中小型旅行社更是陷入生存危机。而且雪场及景区周边的餐饮住宿业在疫情之下也不容乐观，从预订到退订也面临着营业收入直线下降、资金流短缺的困境。

3 后疫情时期我国滑雪旅游业发展困境的应对策略

统筹推进疫情防控和经济社会发展工作仍是当前的首要任务。在贯彻落实分区分级精准防控疫情的同时，全国各家滑雪场要结合本地疫情发展的实际状况，适时安排复工开业进度。在经历了疫情所导致的休眠期后的滑雪旅游业如何提高风险抵御能力、快速化解风险危机、赢得行业反弹红利[13-15]是当前的主要目标。具体而言，应当努力做好以下几个方面：

3.1 强化风险管理，提升应急能力

我国滑雪旅游业受此次疫情影响，短期内虽遭受巨大的经济损失，但长期价值创造能力犹在，疫情危机下对保持滑雪经济高速发展提出了新要求。

习近平总书记指出，“要针对这次疫情应对中暴露出来的短板和不足”，“提高处理急难险重任务能力”[16]。滑雪旅游企业要紧紧围绕高质量发展目标，树立“以人为本，预防为先，安全发展”的经营理念，从建立和完善风险管理机制层面着手，推进风险防范制度建设和落实风险治理措施。通过反复演练，增强风险反应速度和应对能力，形成高效、系统、协调一致的应急处理流程，全面提高突发事件风险防控能力。坚持抓牢滑雪场的设施安全、服务安全和公共卫生安全的“三安全”，从制度、人员、资金、物资储备等方面做好充足准备，做到事前有防控、事中有监督和事后有措施的风险防范排查常态化，努力为滑雪消费者打造安全放松、舒适恬静的滑雪环境。

3.2　加快结构调整，提升资产价值

我国滑雪旅游市场现在尽管处于行业发展低缓的特殊时期，但整个滑雪经济长期向好的趋势不变，发展潜力巨大。疫情对产业发展既是挑战也是机遇[17]。当前滑雪旅游市场面临着生存考验与结构调整并重的两大问题，应当把增强风险抵抗力和提高生存能力放在首位，大力优化滑雪产业组织结构。充分发挥微观市场加速优质资源整合，提升资源配置效率的作用，推动滑雪企业优胜劣汰、并购重组。努力打造特色鲜明的产业集群，寻求聚集收益。还要注重依托国家和地方各部门出台的税收优惠、贷款扶持、资金补贴等多项复业政策，建立行业互助互救基金，创建精品挖潜增效。加快单季经营雪场向全年经营转型，加速四季型雪场向资产管理要效益，盘活存量资产，避免资源闲置浪费，扩大优质供给。积极打造滑雪场非雪季精品旅游活动、旅游线路和景点，构建差异化、特色化鲜明的核心竞争热点，创造市场竞争优势。

3.3　消费体验升级，坚持品质核心

消费体验是指消费者在消费产品或服务时所产生的心里感知。因疫情引发的“线上线下”供需全覆盖消费模式对消费者的影响将持续到疫后，也对现有滑雪旅游业的产品销售和服务提供，给予了更大的创新空间和发展机遇。大数据时代，使传统单一的线下服务模式，转向线上线下协同发力的联动服务体系以满足消费新需求，消费者也向线上消费大规模迁移[18]。将线上宣传与服务下沉滑雪旅游实业，把线下智慧滑雪旅游的参与感上移。集中线上线下资源优势，努力创建“春来踏青、夏来避暑、秋来采摘、冬来戏雪”等各类丰富有趣的旅游活动消费体验点，升级消费体验效果，为满足消费新需求和提供优质的滑雪旅游业做支撑。在夯实产业实体经济发展的同时，滑雪旅游企业要向“质”要服务、向“品”要效益，围绕做大做强滑雪品牌渗入市场竞争，进一步加快建设和塑造高品质品牌形象，增强消费者信任度和认可度，以提升滑雪企业的市场竞争优势。

3.4　整合供应链，创建共同体

随着我国滑雪旅游业规模的不断壮大，滑雪消费与各领域的融合日益深入，逐步形成以满足滑雪消费需求为目标，滑雪服务为核心的包括滑雪场、消费者，以及融入行业中的旅游供应商、旅游代理商（旅行社）、旅游运营商等在内的滑雪旅游供需网络。在这个网络中，供应主体相互合作，协同完成消费需求，生成利益分配格局。“一带一路”建设的伟大倡议，为滑雪旅游服务供给间的合作共赢打造了全新发展思路。为更好地向消费者提供高品质的滑雪旅游服务，降低新冠疫情对滑雪旅游业带来的风险损失，增强滑雪服务供应链的稳定性和抗风险能力，提高滑雪企业的市场竞争实力，应当将滑雪场、供应商（等）、消费者利益更加紧密地联结在一起，高质量完成供应链整合和重构。通过构建滑雪数据信息共享平台，推出“同品同质同价”的滑雪服务，创建一站式服务联盟，实现供应链上各企业合作和利益共同化，建立防控疫情风险的利益与命运共同体。

3.5　多产业融合，培育新业态

后疫情时期大力发展我国滑雪旅游业，还要加快推进多产业融合，以增强滑雪旅游业的发展活力，切实提高防范化解疫情风险能力，构筑滑雪旅游业发展新格局。奥运经济对我国滑雪旅游业产生了巨大的影响，逐步呈现出与一、二产业融合渗透的新业态发展格局。为深入贯彻落实，习近平总书记关于脱贫攻坚的重要指示，坚持以滑雪旅游产业为发展中心，精心谋划布局“滑雪旅游 + 农业”，充分发挥、调动和整合贫困地区优势资源，结合农业时令景观、特色园区设计开发滑雪场非雪季旅游项目，打造雪场特色专属四季游，开辟脱贫攻坚新路径，持续精准帮扶雪场周边贫困地区脱贫致富。此外，随着滑雪旅游热的不断升温，也激发了我国滑雪装备制造业的发展活力。根据《中国制造2025》战略目标，为满足大众滑雪基本需求，以举办冬奥会为契机，加大政策、财政资金和税收的支持力度，鼓励运用新技术自主创新与研发各类滑雪设施，努力打造一批国内外知名的自有品牌，提升产业增加值。同时，还可将滑雪设施与装备制造技艺融入滑雪旅游业，开发滑雪设施装备工艺游，深度体验制造业智能化、数字化转型升级的科技成

果，拓展各产业发展空间，延伸多元产业价值链，加快打造后疫情时代滑雪旅游产业发展新业态。

4 结 语

疫情虽然对滑雪旅游市场产生了巨大的冲击，但疫情的冲击是短期的、总体上是可控的[19]。防疫期间互联网、大数据、人工智能等现代化信息技术的应用，给滑雪旅游业带来了发展新空间。随着滑雪场规模、数量的不断增加，滑雪人次的大幅增长，一次性滑雪消费者转换率的提高，我国滑雪旅游市场供需两旺的增长态势未变。为有序引导滑雪旅游企业复产复业，恢复运营，不仅需要政策红利的“他救”，更重要的是要强化风险意识，建立和完善风险防控机制。优化产业结构，提升资源配置效率。加速线上线下融合营销模式，提升消费体验，以及整合供应链、构建行业联合体、多产业汇聚融合共促等的“自救”，以促进我国滑雪旅游业向高品质提升转变，向高质量发展转型。

参考文献：

[1] 张德勇. 疫情防控和经济社会发展两手抓、两手硬[EB/OL]. [2020 - 03 - 07]. http://theory. gmw. cn/2020 - 03/05/content_33622299. htm.

[2] 伍斌.《中国滑雪产业白皮书(2019 年度报告)》[EB/OL]. [2020 - 03 - 8]. https://zhuanlan. zhihu. com/p/107614004.

[3] 中国冰雪旅游发展报告(2020)[EB/OL]. [2020 - 03 - 08]. http://www. cntour. cn/news/12721/.

[4] 国务院办公厅印发《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》[EB/OL]. [2020 - 03 - 08]. http://www. gov. cn/xinwen/2016 - 10/28/content_5125602. htm.

[5] 冰雪运动发展规划(2016 - 2025 年)[EB/OL]. [2020 - 03 - 08]. https://www. sohu. com/a/118013579_114731.

[6] 刘先永.《全国冰雪场地设施建设规划(2016—2022 年)》概览[N]. 中国体育报，2016 - 11 - 03(01).

[7] 国务院印发《“十三五”旅游业发展规划》[EB/OL]. [2020 - 03 - 08]. http://www. gov. cn/xinwen/2016 - 12/26/content _5153088. htm.

[8] 国务院办公厅关于印发完善促进消费体制机制实施方案(2018—2020 年)的通知[EB/OL]. [2020 - 03 - 08]. http://www. gov. cn/zhengce/content/2018 - 10/11/content_5329516. htm.

[9] 中共中央办公厅 国务院办公厅印发《关于以 2022 年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见》[EB/OL]. [2020 - 03 - 08]. http://www. gov. cn/zhengce/2019 - 03/31/content_5378541. htm.

[10] 九部门关于印发《冰雪装备器材产业发展行动计划(2019 - 2022 年)》的通知[EB/OL]. [2020 - 03 - 08]. https://www. miit. gov. cn/.

[11] 冰雪头条：雪场集体暂停开放，万众一心打好防疫攻坚战！[EB/OL]. [2020 - 03 - 09]. https://www. sohu. com/a/369679518_492694.

[12] 吴春熠. 困难与希望并存[N]. 中国体育报，2020 - 02 - 27(07).

[13] 严伟，严思平. 新冠疫情对旅游业发展的影响与应对策略[J]. 商业经济研究，2020(11)：190 - 192.

[14] 李桂芳. 疫情下的中国供应链：思考与对策[J]. 商业经济研究，2020(8)：28 - 30.

[15] 王红卫. 我国旅游产业发展及其对国民消费拉动作用研究[J]. 商业经济研究，2020(7)：182 - 185.

[16] 陈光金. 加强应急管理体系和能力建设 提升风险应对和治理水平[N]. 光明日报，2020 - 03 - 04(06).

[17] 习近平. 在统筹推进新冠肺炎疫情防控和经济社会发展工作部署会议上的讲话[M]. 北京：人民出版社，2020.

[18] 王辉耀. 疫情之下，互联网经济成为发展新亮点[N]. 北京青年报，2020 - 03 - 07(02).

[19] 丁茂战. 疫情不会改变中国经济长期向好基本面[N]. 光明日报，2020 - 02 - 28(02).

[20] 吴华慧. 黑龙江省冰雪体育产业与冰雪旅游产业发展耦合的思考[J]. 哈尔滨体育学院学报，2020，38(6)：37 - 41.

[21] 王萍，朱志强，费郁红，等. 我国大型滑雪旅游度假区环境预警管理研究——以亚布力滑雪旅游度假区为例[J]. 哈尔滨体育学院学报，2020，38(5)：26 - 30.