

基于大数据的我国冰雪旅游产业融合发展策略研究

徐泗远

贵州民族大学体育与健康学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2023年7月26日; 录用日期: 2023年8月28日; 发布日期: 2023年9月4日

摘要

随着大数据时代的到来, 基于大数据的研究在各个领域展现了广阔的应用前景。本研究旨在探讨基于大数据的我国冰雪旅游产业融合发展策略, 以提升冰雪旅游产业的竞争力和可持续发展能力。研究利用大数据分析技术深入挖掘和分析数据, 以了解市场需求、消费者行为、资源分布等关键信息。同时, 我们还回顾了国内外相关理论和研究成果, 发现现有研究中存在的遗漏之处, 并提出了本研究的研究价值。基于大数据相关理论, 提出冰雪旅游产业与其他相关产业融合发展的模式研究。通过分析不同产业的融合效应和互补性, 为冰雪旅游产业的深度融合提供了策略和建议。

关键词

大数据, 冰雪旅游产业, 融合发展

Research on the Integrated Development Strategy of My Country's Ice and Snow Tourism Industry Based on Big Data

Siyuan Xu

The Arts College of Guizhou Minzu University, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 26th, 2023; accepted: Aug. 28th, 2023; published: Sep. 4th, 2023

Abstract

With the advent of the era of big data, research based on big data has shown broad application prospects in various fields. This study aims to explore the integrated development strategy of my

country's ice and snow tourism industry based on big data, so as to enhance the competitiveness and sustainable development ability of the ice and snow tourism industry. The research uses big data analysis technology to deeply mine and analyze data to understand key information such as market demand, consumer behavior, and resource distribution. At the same time, we also reviewed the relevant theories and research results at home and abroad, found the omissions in the existing research, and proposed the research value of this study. Based on the theory of big data, we proposed that the integrated development of ice and snow tourism industry and other related industries model research. By analyzing the integration effect and complementarity of different industries, strategies and suggestions are provided for the deep integration of the ice and snow tourism industry.

Keywords

Big Data, Ice and Snow Tourism Industry, Integrated Development

Copyright © 2023 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. 引言

冰雪旅游产业是指以冰雪资源为核心，涵盖冰雪运动、冰雪景观观赏、冰雪文化体验等多种形式的旅游活动的产业。随着人们对休闲旅游的需求不断增长，冰雪旅游产业逐渐成为我国旅游业的重要组成部分。在中国这样一个拥有广阔冰雪资源的国家，冰雪旅游具有得天独厚的优势和潜力。

冰雪旅游是以冰雪资源和气候资源为依托，以冰雪景观及其产生的所有人文景观为旅游吸引物，以冰雪观光、冰雪运动为主要表现形式，兼具观赏性、参与性等特点的休闲度假旅游。在新冠疫情肆虐的2022年、冰雪旅游项目遭遇重挫，但在北京成功举办2022年冬奥会的背景下，冰雪项目却呈现出一副欣欣向荣的姿态，并在此次冬奥会中，中国代表团创冬奥参赛史最好成绩以9金4银2铜名列金牌榜第三位，这也在一定程度上带动了冰雪旅游的发展。但是，作为一种相对来说新兴的体育运动，冰雪项目在迅速发展的同时也暴露出许多令人担忧的问题，研究发现在“后冬奥时代”的冰雪经济发展中，我国面临场馆配套设施不完善、装备用品制造产业水平不高、冰雪专业人才培养体系不健全等问题[1]。因此，探索应从提升场地运营管理规划水平、扩大装备品牌优势、培养冰雪经济专业化人才、实现冰雪产业一体化、多元发展冰雪旅游服务体系、合理规划区域空间点轴推进产业布局等方面，推动我国冰雪经济的高质量发展，从而促进冰雪旅游产业的可持续发展[2]。

综上所述，可以看出冰雪旅游产业在我国旅游业中的地位日益重要，它不仅为经济发展注入新的活力，也为人们提供了多样化的旅游体验。随着基于大数据的研究方法的兴起，我们有机会利用大数据分析来深入研究和推动我国冰雪旅游产业的融合发展。通过大数据的收集、分析和应用，可以更好地了解市场需求、因此，本研究的目的是基于大数据的我国冰雪旅游产业融合发展策略研究，旨在为冰雪旅游产业的可持续发展提供重要的理论和实践指导，推动冰雪旅游产业在我国经济社会发展中发挥更大的作用。消费者行为以及资源分布等关键信息，为冰雪旅游产业的发展提供科学的决策支持。

2. 相关理论与研究综述

冰雪项目是一个横跨体育学、表演等多学科领域的新兴运动项目，具有观赏性强、体验感强、时间周期长等特点，伴随其迅速发展所带来的冰雪旅游产业的发展也受到社会及学界的高度重视。互联网思

维作为近些年来一种新的理念与冰雪旅游产业的发展轨道相吻合,大数据的模式也能应用到该研究中,因而也有学者的研究涉及到互联网思维与冰雪旅游产业的营销模式的关系以及大数据的背景下各地冰雪旅游的竞争力的研究。国内外与本论文相关的研究有许多,当今学界的研究主要聚焦于以下四个方面。

(1) 冰雪体育文化产业与旅游产业融合发展。这方面的探讨和争论主要包括使冰雪体育文化产业和旅游产业二者资源互补、共同发展壮大。通过实际发展情况及区域特色进行针对性模式创新优化,根据冬奥会的发展基础,来有效地对冰雪体育文化产业与旅游产业进行有机高效的融合,挖掘特色冰雪体育文化元素,将冰雪旅游文化的趣味性及运动性、娱乐性进一步提高[3]。(2) 各地冰雪旅游竞争力的提升。不少学者提出,在中国冰雪旅游目的地竞争日益加剧的背景下,提升其地区的核心竞争力极为重要,旅游地区需不断加强冰雪旅游基础设施建设,完善冰雪产业链,加大传播力度,并提升冰雪旅游公共服务等方面的质量,使其呈现出良好的发展态势[4]。通过大数据及其互联网思维,传播其文化价值,提高其核心竞争力[5]。(3) 冰雪产业今后可持续发展、高质量发展研究。针对冰雪产业今后的高质量发展,人们提出了诸多见解,包括:当地政府对冰雪旅游产业政策支持、建设和完善其相应的法律法规;合理构建完整的冰雪产业链,包括冰雪体育旅游、冰雪体育赛事、冰雪体育表演等[6];培养后备人才,通过学校体育、冰雪运动俱乐部的形式,进行剧本赛事和专业运动员的培训;创新特色文化,在传统冰雪体育运动的激烈竞争性之中,融入生动有趣的文化、音乐、艺术内容等等,来进行产业的高质量可持续发展[7]。(4) 冰雪体育旅游的资源配置优化路径及其资源转换方式。这方面的研究成果很少,且主要集中在:冰雪体育旅游业科技资源的投入和合理地配置,由于冰雪体育旅游业经济基础薄弱、生态环境脆弱;冰雪体育旅游业资源和基础设施条件不足,在这种条件下,如何体现其配置水平的高低。如何把“冰雪”这个“冷资源”变成“热经济”[8]。有学者提出,要主动寻求冰雪体育旅游业的科技资源配置优化路径,妥善解决冰雪体育旅游业科技资源配置的结构性矛盾问题。

综上所述,国内外学界对于冰雪产业的当前形势及发展策略等问题进行了一些探讨,取得了一定的成果,这也为本论文的研究奠定了重要的基础,诸多问题的提出及争论,也说明该研究具有很大的探索空间。在学术价值方面,本论文作为交叉学科的研究,在对冰雪旅游产业的研究中运用互联网的思维大数据的理念,并建立相关数据模型进行分析论证,这在冰雪旅游产业的理论和方法上是一种创新;另一方面,也丰富了大数据及其应用的理论,拓展了其研究领域。其次,冰雪体育旅游产业是一项集社会化、经济化、多样化为一体的新兴体育活动,本研究拟采用多学科融合的方法,可为冰雪旅游产业的融合化发展探索提供新的视角和方法[9]。在应用价值方面,冰雪旅游产业的融合发展是当前学术界、社会和政府关注的一个热点问题。(1) 旅游者本身来说,本论文的研究有利于其认识冰雪旅游目的地的发展情况,以便于更好的选择旅游的地区,预知其拥有的项目,有更好的旅游体验。(2) 对于当地冰雪俱乐部来说,应用本论文的研究成果具有导向作用,有利于产业结构的优化和自身竞争力的增强,并为冰雪项目参与者提供更为优质的服务。(3) 对于政府社会来说,应用本论文的研究成果,能为我国冰雪旅游产业的发展提供政策上的支持、解决实际问题,促进我国冰雪旅游产业的高质量可持续发展。

3. 冰雪旅游产业融合模式研究

第一、研究基于大数据的冰雪旅游产业融合发展框架。需要论证大数据与冰雪旅游产业的关联的可行性,进而提出冰雪旅游产业融合发展的数据化分析与应用的思想 and 理论,构建全新的应用模型和应用框架。随着大数据技术的不断发展,数据分析技术也日益成熟。包括机器学习、数据挖掘、人工智能等技术在大数据领域的应用,使得对大规模数据的处理和分析成为可能。这些技术为冰雪旅游产业提供了更深入、准确和全面的数据分析能力[10]。冰雪旅游产业具有明显的驱动需求。例如,了解游客的偏好、行为习惯和需求,可以通过大数据分析来获取准确的市场洞察。同时,对于资源配置和运营管理等

方面,大数据分析也可以提供决策支持,提高效率和竞争力。第二、研究基于大数据的冰雪体育旅游产业发展评估模型。结合大数据理念和数据挖掘方法以及互联网思维,研究冰雪旅游产业目的地竞争力、冰雪旅游产业与冰雪文化产业的融合、冰雪产业中的竞赛风险的理论模型。第三、研究基于大数据的我国冰雪旅游产业融合发展策略。探索如何运用大数据的理念及多学科方法,优化我国的冰雪旅游产业发展策略。

4. 基于大数据的下我国冰雪旅游竞争力提升路径探析

第一、塑造“冰雪地域符号”,提升地区形象。目的地形象力提升包括三个指标,分别是认知度、美誉度与和谐度,在认知度的提升上,需要进行传播上的整体规划。要对冰雪旅游的路线进行说明,也要对冰雪文化进行解读;在美誉度上,应积极策划积极的网络事件,积极产生巨大的冲击力,政府与相关部门应加强对冰雪旅游目的地的关注度,对冰雪旅游目的地形象塑造深入研究,让网络传播频度、热度持续发酵,塑造出冰雪旅游目的地的“冰雪地域符号”。第二、提高多种媒介舆论声量,扩大传播影响力。新形势的当下,媒介传播形式发生巨变,通过多种媒介组合共同发力吸引冰雪旅游目标公众的注意力,同时也包括潜在公众。首先通过第三方平台的宣传,增加冰雪旅游城市及目的地曝光度,通过网友的真实评价,为各旅游目的地增加曝光度。第三方平台的信息很大程度上影响着冰雪旅游目标公众对冰雪旅游城市及目的地的态度与行为。其次进行网络社区平台互动,综合图片、短视频和表情包等多种形式,使传播内容可读性更强,为冰雪旅游做了高效的品牌宣传。第三、运用精准营销和超级IP设计,提升营销创新力。冰雪旅游竞争力提升路径中,关于营销创新是一定要面对的话题。营销创新手段应多样化,要深入分析冰雪旅游城市及目的地优势和目标公众的特点。国内参与冰雪旅游的男性比例远远低于女性;事业有成型人员由于具有较强的消费能力占比也较高,冰雪的纯洁、浪漫等特质也吸引了大量情侣参与到冰雪旅游中来,情侣游、家庭游消费热点市场占比较高。

5. 论文总结和展望

本论文旨在研究基于大数据的冰雪旅游产业融合发展策略,以推动冰雪旅游产业在我国经济社会发展中发挥更大的作用。通过对冰雪旅游产业与其他相关产业的融合模式进行分析,揭示了不同产业之间的关联和互补性。基于大数据的分析研究揭示了冰雪旅游市场需求、消费者行为和资源分布等关键信息,为冰雪旅游产业的发展提供科学的决策支持。探讨了大数据在冰雪旅游产业融合发展中的创新技术应用,如精准营销和服务优化等。同时,关注了冰雪旅游产业的人才培养和政策支持,为产业发展提供了实际操作层面的建议和措施。

现如今研究我国冰雪旅游产业的融合发展策略还有许多存在的问题,第一、融合后产业服务质量不高,目前冰雪方面的体育运动没有很好地与当地的旅游产业相结合,多数都是刚开始接触,并没有达到深度合作,娱乐设施的基础建设已经基本建设完成,但是旅游相关的配套设施并没有完善,衣食住行都没有很好的规划建设建立,应通过相关技术融合将相关产业链更加完善。第二、产业融合并不完整,例如冰雪体育文化产业与旅游产业的发展需要相互合作,共同促进发展,通过体育文化热吸引游客,通过旅游周边促进冰雪运动,只有充分合作才能共赢,让两种产业共同增长收益。第三、现有融合产品不完善,如果想要让冰雪体育和旅游产业进行长期的稳定发展,在关键点追加投资收集十分必要的,要突出地方特色进行筹备与宣传,把特色旅游概念变成品牌进行推广,从而可以吸引不同目的旅游人群选择到来。

参考文献

[1] 王祺,曲连珠,董捷.“后冬奥时代”我国冰雪体育旅游业科技资源配置优化路径[J].哈尔滨体育学院学报,2022,

- 40(6): 41-6+54.
- [2] Lamers, M., Liggett, D. and Amelung, B. (2012) Strategic Challenges of Tourism Development and Governance in Antarctica: Taking Stock and Moving Forward. *Polar Research*, **31**. <https://doi.org/10.3402/polar.v31i0.17219>
 - [3] 曹健, 马卫星, 李莉. 我国东北地区冰雪旅游文化资源深度融合发展的路径[J]. *社会科学家*, 2022(9): 33-41.
 - [4] 张佃波, 朱焱, 袁诗怡, 等. 中国冰雪产业高质量发展的政策工具特征解析与优化策略研究[J]. *成都体育学院学报*, 2022, 48(6): 38-44.
 - [5] 张双昊. 大数据背景下吉林省冰雪旅游竞争力提升路径探析[J]. *白城师范学院学报*, 2022, 36(5): 71-74.
 - [6] 赵斯文, 范美艳. 吉林省体育旅游产业创新发展路径研究[J]. *长春师范大学学报*, 2022, 41(10): 137-140.
 - [7] 赵洪波, 王保伟. 新发展理念下辽宁省冰雪体育旅游产业高质量发展研究[J]. *辽宁体育科技*, 2022, 44(4): 24-28+47.
 - [8] 王金龙. “冷资源”变成“热经济”多地争抢冰雪产业万亿元市场蛋糕[N]. 2022-12-26(B9).
 - [9] 汪春涛. 冰雪体育文化产业与旅游产业融合发展分析[J]. *冰雪体育创新研究*, 2022(17): 34-36.
 - [10] 魏铁英. “互联网+”时代下冰雪体育产业发展研究[J]. *辽宁师专学报(自然科学版)*, 2022, 24(3): 90-92+6.