中国体育科技
2021年（第57卷）第11期
CHINA SPORT SCIENCE AND TECHNOLOGY
Vol.57, No.11, 14-19, 2021

博士生论坛
文章编号：1002-9826（2021）11-0014-06
DOI：10. 16470/j. csst. 2020190

滑雪旅游资源开发：禀赋指标、模式与优化路径研究

Development of Skiing Tourism Resources: Research on Endowment Index, Model and Optimization Paths

孙大海[1,2]，韩　平[1*]

SUN Dahai[1,2]，HAN Ping[1*]

摘　要：通过实地调查与专家访谈等研究方法对滑雪旅游资源开发的内涵特征、禀赋指标、开发模式及优化路径进行判断。研究表明：滑雪旅游资源是人们在旅游需求中依托各种自然、景观、文化及设备设施等要素而形成的资源融合体；开发特征显现出对滑雪者的吸引力、与自然环境的密切性、价值形成的多元性及开发途径的广泛性；滑雪旅游资源禀赋指标包括雪场资源条件、区域资源条件和环境资源条件3个层面的11个二级指标；可以通过区域一体化开发、雪场连锁运营和打造特色品牌模式进行具体开发；开发过程则应通过综合判断区域滑雪旅游资源禀赋，重视滑雪旅游资源与自然环境融合力，细分滑雪旅游市场消费需求和整合滑雪旅游相关政策措施的路径进行优化。

关键词：滑雪旅游资源；禀赋指标；开发模式；优化路径

Abstract: Through field investigation and expert interview, the connotation characteristics, endowment index, development model and optimization path of skiing tourism resources development are judged. The results show that: Skiing tourism resources are the integration of resources formed by people relying on a variety of natural, landscape, cultural, equipment and facilities and other elements in tourism demand; the development characteristics show the attraction to skiers, the closeness to the natural environment, the diversity of value formation and the extensiveness of development approaches; skiing tourism resource endowment indicators include 11 secondary indexes at the three levels of the ski resort resource conditions, regional resource conditions and environmental resource conditions; specific development could be carried out through regional integration development, ski resort chain operation and making characteristic brand mode; the development process should comprehensively judge the regional ski tourism resource endowment and pay attention to the integration of ski tourism resources and natural environment and subdivide ski tourism market consumption demand and integrate ski tourism which related policies and measures to optimize the path.

Keywords: *skiing tourism resources; endowment index; development mode; optimization paths*

中图分类号：G80-05　　**文献标识码：**A

对滑雪旅游资源进行开发，是通过整理和挖掘滑雪旅游相关资源，提升滑雪旅游服务质量，改善其区域和环境的资源条件，从而创新滑雪旅游资源利用方式的过程。对滑雪旅游资源开发进行研究不但是对滑雪旅游资源最优化利用的前提，同时也是对滑雪旅游与其他业态产业融合发展的全新探索。目前，我国滑雪旅游资源丰富，特别是随着2022年北京冬奥会的临近，以雪场为滑雪旅游资源承载主体的价值认识日益凸显。事实上，滑雪场数量的不断增加体现了对滑雪旅游资源开发的重视，也揭示了对滑雪旅游资源创新利用的迫切性。

已有研究表明，旅游资源随着市场旅游需求的多元化其区域价值在不断扩展，潜在

基金项目：
国家社会科学基金项目（20BTY065）；黑龙江省哲学社会科学研究规划项目（20TYB070）；黑龙江省教育厅基本科研业务费项目（2020KYYWFFC015）；哈尔滨商业大学研究生创新科研资金项目（YJSCX2019553HSD）

第一作者简介：
孙大海（1981-），男，讲师，博士，主要研究方向为产业经济学，E-mail：6146425@qq.com。

***通信作者简介：**
韩平（1969-），男，教授，博士，博士研究生导师，主要研究方向为产业经济学，E-mail：hp201077@163.com。

作者单位：
1.哈尔滨商业大学，黑龙江 哈尔滨 150028；
2.哈尔滨体育学院，黑龙江 哈尔滨 150008
1. Harbin University of Commerce, Harbin 150028, China;
2. Harbin Sport University, Harbin 150008, China.

旅游资源不断转化成新的旅游吸引极（李文静 等，2019）。目前，对体育旅游资源开发所涉及的资源面之广、主体之多、责任之大决定了其可持续发展趋于合法性（王洪兵等，2019）。对于滑雪旅游资源，应当立足“冰天雪地也是金山银山”生态文明思路，整合区域内民俗文化资源，挖掘多元化旅游项目与产品，打造独具特色的旅游品牌（马兴刚 等，2019）。还应明确，我国滑雪旅游市场和产业化仍处于初级阶段，滑雪旅游经济潜力仍未完全挖掘出来（王世金 等，2017）。实际上，对滑雪旅游资源的认识处于起步状态，现有开发多停留在产业发展的表层（李玉新等，2010），尽管已有研究涉及了对河北冰雪旅游资源的实践性探索（王蕾 等，2011；张葳 等，2015），但仅局限于对该地域的滑雪旅游资源开发及品牌建设的现状分析，鲜见深层次的系统性研究。此外，涉及对旅游资源开发的研究表明，旅游资源开发过程中的人类活动对周边生态环境产生了极大影响（程丽，2019）；有效的旅游资源开发与优化是促进旅游产业发展的重要举措，特别是不同国家和地区的旅游资源开发与重构举措都是基于其旅游资源及发展理念（柳小正 等，2018）。由此可见，聚焦滑雪旅游资源的系统性分析，既需要对滑雪旅游资源本质进行透彻判断，还需揭示滑雪旅游资源开发的具体方式。由此，本研究通过实地调查和专家访谈等研究方法，在确立滑雪旅游资源内涵的基础上，以明确滑雪旅游资源的禀赋为前提，从滑雪旅游资源开发模式及路径优化方向进行深入探究，揭示我国滑雪旅游资源的开发过程。

1　滑雪旅游资源内涵及开发特征

旅游资源是所有能被即时或周期性欣赏，并因而产生经济、社会、环境效应的自然与人文诸因素（谢彦君，2011）。旅游资源也被认为是先于旅游而客观地存在于一定地域空间并因其对潜在旅游者所具有的休闲体验价值而可供旅游产业加以开发的潜在财富形态（王洪滨 等，2010）。通过实践可以判断，旅游资源是人们在旅游需求中依托各种自然、景观、文化及设备设施等要素而形成的资源融合体。这种融合体较好地把人们的旅游需求与自然等人文景观融合，不但推动了旅游经济的增长，还在满足人们的精神文化需求中形成了重要的功能和作用。开发角度，在保存原有资源体系的前提下，有效挖掘滑雪旅游资源的经济价值，通过向体育旅游资源追加物化劳动和活劳动，使之成为绝大多数消费者所能利用或享用对象的技术经济过程（王洪兵 等，2019）；体育角度，体育旅游产业存在着资源开发融合发展、产业生态融合发展、产业供需融合发展、行业法规与产业保障融合发展的历史机遇（孙彦莹，2019）。滑雪旅游资源的出现其本质上就是一种体育旅游，是滑雪运动与旅游的深层次融合过程，具体组成倾向于通过滑雪资源等相关要素形成的旅游平台。因此，滑雪旅游资源是以滑雪场地为核心组成，并与自然景观、文化及设备设施等条件融合后形成的资源整合。滑雪旅游资源开发突出实现的是滑雪旅游资源经济价值，通过其他物质资源及服务的追加形成对滑雪旅游消费者需求满足的经济过程。此外，对滑雪旅游资源的开发是对新经济业态发展的运动性诉求，有利于在自然资源开发中形成对消费者滑雪运动技能水平的提升。

旅游资源的特点与旅游业的蓬勃发展有着实质性的关系（李建峰，2014）。滑雪旅游资源开发具有重要的内在特征。1）滑雪旅游资源开发的目标是对滑雪者产生吸引力，这种吸引力通过资源的服务属性及服务后形成的各种效益相互影响，并逐渐强化。应该看到，滑雪旅游资源虽然属于旅游资源，但与滑雪运动的组合使其开发过程的服务性要求显著提升，这种开发过程中形成的服务性并不单纯指向实现滑雪运动的条件，还指向了滑雪旅游过程中的感受和滑雪旅游后的体验评价。换言之，这种内在的开发特征既要求滑雪旅游资源具有良好的场地条件，也要求滑雪旅游资源开发可以形成一定的收益。2）滑雪旅游资源开发同样与自然环境密切相关，在对其资源利用上需要关注的可持续性。事实上，滑雪旅游资源开发与可持续发展间关系非常密切。一方面，滑雪旅游资源的开发必须遵循可持续性原则，即在自然环境承载范围内进行；另一方面，在滑雪旅游资源开发时形成了对与自然完美融合的内在需求。需要明确的是，这种融合是与自然资源的有机融合，其内在需求指向了对自然资源的旅游感受。3）滑雪旅游资源开发特征还聚焦在其价值形成的多元性和开发途径的广泛性上。滑雪旅游资源的开发极易形成产业链，特别是涉及餐饮、住宿、休闲与娱乐时，产业链的延伸机会快速增加，因此，开发过程是从不同角度对滑雪资源价值的综合实现。综上可见，在对滑雪旅游资源开发的判断中，需要依托滑雪旅游资源本体形成及相关复合产品的认定，并应重视滑雪旅游资源特有的价值表征，明确其与区域经济发展的相互关系。

2　滑雪旅游资源禀赋指标判断

对滑雪旅游资源禀赋指标的判断，首先通过对相关文献进行分析，初步获取滑雪旅游资源开发的核心指标，再通过对河北、黑龙江、吉林等省份的13所代表性滑雪场进行实地调研，并向行业专家征求意见后完成具体指标筛选。筛选侧重了指标的层级划分以实现本研究的准确性，具体过程如下。

旅游资源价值的确定具有复杂性，因为旅游资源开发不仅包括旅游吸引物、服务业与交通的硬件设施，还包括资源所有者、经营者等智能组合（谌贻庆 等，2016）。雪场作为滑雪旅游资源的主要承载主体，近年来增速突出，

截至2019我国已拥有滑雪场地644个（国家体育总局体育经济司，2020）。换言之，雪场是滑雪旅游资源的主要开发对象，而不同规模、不同经营模式雪场将对滑雪旅游资源的开发起到重要的导向作用。因此，雪场资源条件是对其开发的首要条件，具体涉及了雪场规模、类型、雪季持续时间和自然降雪厚度等。一般情况，不同的雪场规模会吸引不同的滑雪旅游者，特别是大型滑雪场，是滑雪旅游度假的重要载体，其雪道类型通常包含高级、中级、初级、夜滑及地形公园等设置，依托场地的不同提供不同的滑雪旅游服务。

滑雪旅游资源与其所在区域的条件支撑密切相关，特别是对旅游中的交通设施、相近自然景观融合等需求尤为突出。例如，吉林的万科松花湖度假区因为距离吉林市区较近，吸引了大量游客；河北崇礼的各大滑雪场在2022年北京冬奥会的重要机遇下，开通高铁使其旅游人数增加；黑龙江的亚布力滑雪旅游度假区也在2018年高铁的开通下，迎来了新的旅游人数增加。还应该意识到，除了便利的交通是滑雪旅游资源开发的重要区域条件外，滑雪旅游资源与区域其他自然景观的融合也至关重要。因滑雪旅游资源的利用不能单纯局限于冬季运营，其他季节的旅游资源补充也是对滑雪旅游资源综合性开发的应然需求；也应看到，滑雪文化和区域经济增长速度对滑雪旅游资源开发也会起到重要的推动作用。只有区域经济发展形成相应的匹配和支撑，滑雪旅游资源才能在开发中不断提升效率。除此以外，当聚焦滑雪旅游资源开发的可持续性时，也与其直接利用的水资源、与其协调发展的森林资源、与其当地的空气质量等因素息息相关。换言之，随着目前人们对旅游的认识逐渐深入，不再满足于单一的景观需求，对环境质量的要求等日益加深，而从滑雪旅游资源本身的可持续性收益获取视角，也需要对造雪用水、雪场森林覆盖率、周边空气质量等形成重视。

综上，通过上述分析，在结合实地调查和专家访谈的基础上，可以判断出滑雪旅游资源禀赋主要涉及三大综合性指标（N_1～N_3）：雪场资源条件、区域资源条件和环境资源条件，具体指标组成包括11个类别（M_1～M_{11}）；对于相关指标间禀赋等级，本研究根据实地调研和专家访谈划分为5个等级，并对不同等级形成了相应解释（表1）。

表1　滑雪旅游资源禀赋指标

Table 1　Indicators of Ski Tourism Resource Endowment

综合指标层	分级指标层	禀赋等级解释				
		优	良	中	差	劣
雪场资源条件N_1	雪场规模（M_1）	造雪面积≥100万 m^2	造雪面积50～99万 m^2	造雪面积30～49万 m^2	造雪面积29～10万 m^2	造雪面积0～9万 m^2
	雪道类型（M_2）	高、中、初级＋场地公园	高、中、初级	中、初级	初级	非正规雪道
	雪季时间（M_3）	≥4个月	3～4个月	2～3个月	1～2个月	不足1个月
	年均积雪厚度（M_4）	≥40 cm	30～39 cm	29～20 cm	19～10 cm	0～9 cm
区域资源条件N_2	交通（M_5）	高铁/飞机	高铁	普通铁路	高速公路	普通公路
	其他自然景观（M_6）	AAAAA	AAAA	AAA	普通	较差
	滑雪文化（M_7）	浓厚	丰富	一般	简单	缺失
	经济增长速度（M_8）	GDP增速≥国家均值	GDP增速（3/4～1）国家均值	GDP增速（3/4～1/2）国家均值	GDP增速（1/2～1/4）国家均值	GDP增速（1/4～0）国家均值
环境资源条件N_3	水资源（M_9）	非常丰富	丰富	一般	差	较差
	森林覆盖率（M_{10}）	≥40%	30%～39%	20%～29%	10%～19%	0～9%
	空气质量（M_{11}）	年均污染指数0～50	年均污染指数51～100	年均污染指数101～150	年均污染指数151～200	年均污染指数＞200

雪场资源条件包括雪场规模、雪道类型、雪季时间和年均积雪厚度，该指标组成从雪场的容量、对滑雪旅游者的吸引类型、可以进行旅游的时间条件及场地条件上形成指标组合。在滑雪旅游资源的开发中，该组指标是基础性条件也是滑雪旅游日后提升自我开发收益的根本性保障。区域资源条件的指标组成，交通和其他自然资源景观是滑雪旅游资源开发的附加性条件，也是区域优势的集中体现；滑雪文化侧重在对滑雪旅游资源开发的软件支撑中，这种滑雪文化的条件支撑与其他旅游资源开发截然不同，主要是因为当前我国滑雪旅游属于新兴旅游资源组成，而滑雪运动所在区域的文化基础、文化传播与区域性文化积淀对滑雪旅游资源开发都至关重要。另外，不同区域经济增长速度对于任何旅游资源的开发都会形成区域性保障和支撑，在滑雪旅游资源开发的指标判断中，区域经济增长速度仍然是必然组成。环境资源条件，从水资源、森林覆盖率、空气质量上形成了对滑雪旅游资源开发的可持续性需求，这在滑雪旅游资源开发中尤为重要，不但是规范滑雪旅游资源正向开发的保障，

同时也是引导滑雪旅游资源形成持续性收益的基础。由此，3个层面的禀赋指标体系揭示了滑雪旅游资源开发的组合构成，为滑雪旅游资源开发的不同内容、不同重点及规范准则形成了指引。与此同时，该指标体系也构建滑雪旅游资源开发模式的基础，只有先行判断资源的类别组成，才能形成对滑雪旅游资源的合理开发和最优化利用。

3　滑雪旅游资源开发模式构建

对滑雪旅游资源开发需要以相应区域的滑雪旅游资源禀赋为依据，是对滑雪旅游资源禀赋识别后所进行的开发模式设计，因此，具体开发模式可归集到对滑雪旅游资源的基本条件、区域条件和环境条件识别后的判断。概括而言，滑雪旅游资源开发模式不是一种，也不是固定不变的，其开发模式是依据具体滑雪旅游资源禀赋所形成的。还应该明确，滑雪旅游资源开发是商业性行为，是以产业化运营为目标并与所处区域的其他产业发展密切融合的过程。由此，结合上述滑雪旅游资源禀赋指标，可以根据滑雪资源特征，从区域角度、雪场连锁运营角度及特色品牌角度构建3种滑雪旅游资源开发模式。

开发模式1：区域一体化开发模式。以区域发展主导产业为开发起点，通过滑雪旅游资源开发对滑雪旅游产业结构进行判断，以滑雪旅游产业的高质量发展为目标，通过滑雪旅游度假区、滑雪旅游小镇等具体产业形态延伸产业链条，带动相关产业群发展（图1）。区域一体化开发模式是把滑雪旅游资源开发与区域发展紧密相连，使其融入区域经济发展中，特别是与区域主导产业相关联，使其与区域主导产业互相支持并与区域其他产业融合发展。这种开发模式一般应以采用“政府主体规划-企业主体开发”的方式进行，适用于滑雪旅游资源禀赋等级为优等的区域，通过对滑雪资源与区域经济发展的有效整合，提升区域发展对滑雪旅游资源的特别关注度，并作为区域发展重点而规划和引导。目前，我国很多滑雪旅游资源丰富区域都形成了滑雪旅游资源的区域一体化开发模式，在此基础上也为滑雪旅游的产业化发展奠定了基础。例如，河北崇礼的滑雪旅游资源开发完全与区域发展相融合，并成为区域主导产业。此外，该模式还可以延伸，如通过深入开发滑雪旅游资源以打造滑雪旅游目的地，即通过大型滑雪旅游度假区或滑雪旅游小镇的建立使滑雪旅游、度假、其他产业深度融合。

开发模式2：连锁运营开发模式。该模式是以雪场连锁运营为主的一种滑雪旅游资源开发模式，通过寻求优质滑雪旅游资源，对不同区域优质旅游资源开发与整合，形成雪场连锁运营规模经济效果（图2）。这种开发模式的构建，一方面是基于滑雪旅游资源的开发条件，即滑雪场为依托；另一方面则是结合滑雪旅游资源的运营趋势，即滑雪场地的连锁运营为方向。实际上，滑雪场作为滑雪旅游的核心场地保障，无论是初期的投资建设还是后期的运营、改造及维修等都需要投入高额成本，其运营难度也较大，需要投资者具备相应经济实力和运营经验。而滑雪场的连锁运营更适合深入开发滑雪旅游资源，特别是滑雪旅游资源禀赋等级为良和中的地区，这些区域的滑雪旅游资源多以中小型滑雪场为依托，滑雪旅游服务产品类型和质量有待提升。因此，该开发模式应以“企业主体开发-政府扶持引导”的方式进行，以系统内部管理体制建设与规模均衡控制为重点，通过整合滑雪旅游资源形成连锁性运营模式，提升对普通滑雪旅游资源的全面开发。实际上，国内滑雪场的连锁运营方式也开始逐渐显现，例如，万科集团已经成立独立的冰雪事业部，负责运营万科旗下的吉林松花湖滑雪场、延庆石京龙滑雪场及冬奥会延庆高山滑雪场的运营权。总之，这种连锁运营开发模式是通过吸引投资者连锁运营滑雪场来开发滑雪旅游资源的，其滑雪旅游资源开发的最终目标仍是滑雪旅游产业的发展，同时会与所在区域的其他产业产生关联，相互促进。

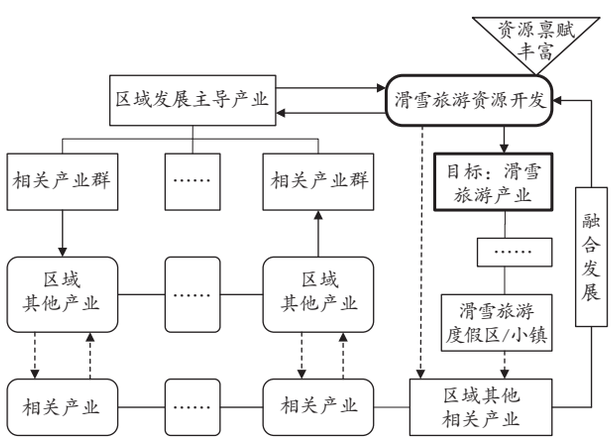

图1　区域一体化开发模式

Figure 1.　Development Model of Regional Integration

开发模式3：特色品牌开发模式。依托特色滑雪旅游资源，对特色元素进行高附加值开发，同时辅以区域相关特色产业，实现区域产业结构高度化，在打造滑雪旅游特色品牌的基础上，推动区域滑雪旅游产业可持续发展（图3）。特色品牌开发模式最为灵活，该模式突出对滑雪旅游资源的特色打造，是以滑雪旅游资源特色为前提而形成的品牌化开发方式。该开发模式应以“企业主体开发-特色资源配套”的方式进行，以打造特色化、差异化为开发重点，通过特色与品质的有效整合实现滑雪旅游资源品牌优化。事实上，该模式源于滑雪旅游产品市场竞争力与特色品牌的密切关系，是期望通过特色品牌提高知名度以更好地开发滑雪旅游资源，更好地获取开发收

益。特色本身就是品牌打造的核心，因为特色的形成不但不可复制、创新性强，而且比较容易形成衍生产业，是对滑雪旅游资源深入开发的必然选择。由此，该模式的形成是聚焦不同区域的不同特色而打造的地域性滑雪旅游品牌。模式组成中，滑雪旅游资源禀赋的限制并不严格，而品牌形成的元素要求则较高，并且与区域特色应紧密相连。本质上，该模式将更容易形成滑雪旅游资源开发的着力点，适用范围也将更广，影响深度更深，具有更强的生命力。与此同时，特色品牌开发模式的形成同样是为滑雪旅游产业发展而提供的前提保障，相应也需要考虑到与区域其他产业发展的促进联系。

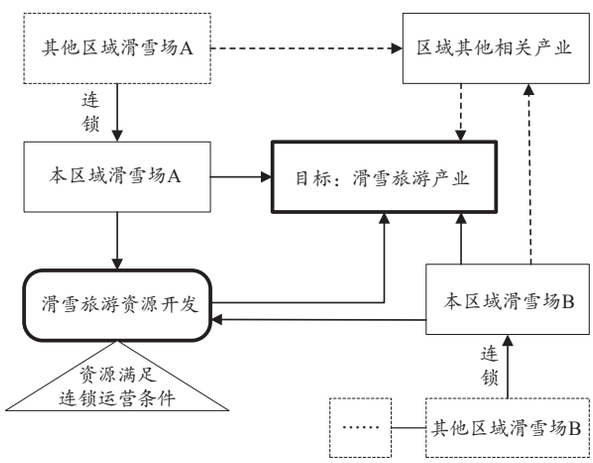

图2　连锁运营开发模式

Figure 2.　Development Mode of Chain Operation

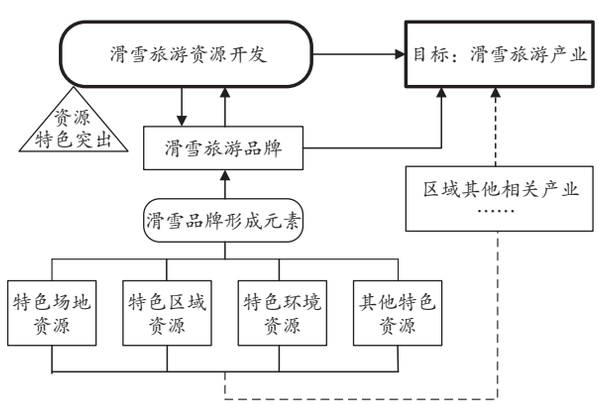

图3　特色品牌开发模式

Figure 3.　Development Mode of Characteristic Brand

综上，3种滑雪旅游资源开发模式各有侧重点，但3种模式并不是完全独立的，可以相互融合形成合力，共同开发滑雪旅游资源。还应该指出，现实中对滑雪旅游资源的开发不能单纯地按照某一种模式而进行资源利用，应该根据不同的滑雪旅游资源禀赋有所侧重的进行模式选择，同时也应吸取其他滑雪旅游资源开发方式进行有益补充。概括而言，3种滑雪旅游资源开发模式的构建是为理清滑雪旅游资源开发重点而设计，而不是单纯地对滑雪旅游资源开发方式进行限定。

4　滑雪旅游资源开发的路径优化

滑雪旅游资源开发结果直接关系到滑雪旅游资源的利用效率和收益获得。2022年北京冬奥会背景下，各地滑雪旅游资源开发热度日益高涨，但开发效果及开发路径尚待完善。因此，明确滑雪旅游资源的禀赋组成，构建滑雪旅游资源的开发模式后，还需要优化滑雪旅游资源开发路径。路径优化不但是对滑雪旅游资源最优化利用的保障，也是可持续性开发滑雪旅游资源的关键。

4.1　综合判断区域滑雪旅游资源禀赋，优势性开发滑雪旅游资源

滑雪旅游资源开发往往以区域为依托，不同区域滑雪旅游资源禀赋也不同。实际上，滑雪旅游资源禀赋判断是衡量滑雪旅游资源质量并找到最优资源的重要前提，即使是同一区域进行滑雪旅游资源开发时也需要理清开发顺序，明确开发核心要素，揭示开发途径。无论哪种滑雪旅游资源开发模式，都需要以优势性开发为保障，只有集中全力从优势入手才能真正有效供给滑雪旅游产品，一方面优势性开发滑雪旅游资源可以最大化获取滑雪旅游资源的投资回报率；另一方面明确滑雪旅游优势也是吸引多元投资主体的关键，是打造特色滑雪旅游品牌的基础。因此，优化滑雪旅游资源开发路径首先需要综合性判断区域的滑雪旅游资源禀赋，通过禀赋结果准确揭示区域滑雪旅游资源优势，以对后续的滑雪旅游资源开发做到效益最大化的保障。确定滑雪旅游资源优势需要结合滑雪旅游资源的区域特征和自然环境特征，深入挖掘滑雪旅游资源的潜在优势，特别是区别于临近区域的资源开发形成独有的优势判断。具体路径应用中，既需要具备滑雪旅游资源开发经验确保对滑雪旅游资源的衡量专业化，还需要结合所在区域特点与其他旅游资源有机融合，而通过市场引导投资者主观判断是避免滑雪旅游资源开发低效的有效途径。

4.2　重视滑雪旅游资源与自然环境融合度，精准性开发滑雪旅游资源

滑雪旅游资源开发本身就是对不同资源的融合性开发，根本出发点是滑雪资源开发与旅游资源开发的相互协调。从上述3种开发模式看，物化劳动必须以自然环境依托，自然环境条件是资源开发的基础和重要支撑，旅游资源与自然环境的融合对滑雪旅游资源开发活动至关重要。聚焦滑雪旅游本身，突出的是对消费者全身心的释放，因此滑雪旅游资源开发需要在关注滑雪运动的同时，以旅游深化其最终的消费效果并保障滑雪旅游产品的持续吸引力。此外，由于滑雪旅游的技术要求限定较突出，因此旅游资源的增加可以更好地吸引消费者，相应为突出旅游资源的魅力，精准性开发滑雪旅游资源非常关键。

具体而言，一方面，滑雪资源与旅游资源结合需要精准性，需要更贴近消费者的内在需求，达到二者相辅相成，若可以通过旅游资源形成引领，带动对滑雪资源的深入开发将更具市场竞争力；另一方面，滑雪旅游产品本身是一种新型和时尚产品，因此，精准性开发旅游资源更容易满足消费者多元化需求，更易于彰显滑雪旅游产品的内在魅力与吸引力。

4.3 细分滑雪旅游市场消费需求，有效性开发滑雪旅游资源

任何一种滑雪旅游资源的开发都需要明确其所面对的消费者，无论采取哪种开发模式，明确所对应的目标客户是关键。细分滑雪旅游市场的消费需求本身也是对滑雪旅游资源禀赋判断的结果，即不同的滑雪旅游资源禀赋对应不同的消费群体，细分时需要明确区域内外消费者偏好的消费产品的组合。目前，我国滑雪旅游资源禀赋好的地区资源开发正在逐渐深入，形成滑雪运动、度假休闲、康养旅游等产业的融合，但这种滑雪旅游资源的开发是整合性的，资源限定条件突出。而普通滑雪旅游资源开发则可以突出有效性，即通过细化产品需求来满足滑雪旅游的不同需求。事实上，细分滑雪旅游市场消费需求就是针对性开发滑雪旅游资源，这一过程既需要根据滑雪旅游资源条件有效开发，也需要根据消费市场需求有效供给，满足不同消费群体的需求。如雪期的儿童滑雪启蒙、滑雪赛事举办，非雪期的极限拓展运动、山地自行车运动等。可以明确，滑雪旅游资源的充分利用是以有效利用为前提的，外在表层上是资源开发在先，滑雪旅游产品供给在后，但实际上是细分滑雪旅游市场在先，有效性开发在后。

4.4 整合滑雪旅游相关政策措施，保障性开发滑雪旅游资源

滑雪旅游资源开发是新服务产品供给的前提，需要相关政策措施给予保障。随着“带动三亿人参与冰雪运动”的全面推进，冬季运动的深入开展，滑雪旅游相关政策密集发布。由此，整合滑雪旅游相关政策措施，形成对滑雪旅游资源开发的政策转化是重点。整合过程中，主要需要政府及相关部门的职能保障，根据滑雪旅游资源开发目标给予发展规划设计，聚焦具体开发政策的制定和相应规范规制文件的颁布，特别是在财政税收支持、相关产业融合、基础设施配套方面进一步关注。应该明确，政策性保障还应在具体滑雪旅游资源开发时及时供给，特别是在结合滑雪旅游资源开发需求时，突出对滑雪旅游资源开发的全局性、合理性、可持续性。

5 结论

滑雪旅游资源开发整体较复杂，不仅涉及必备的滑雪旅游资源条件，还与开发过程中的区域支持、环境支持甚至技术支撑有密切关系。在2022年北京冬奥会背景下，在国内体育旅游需求持续扩大和最终消费需求增长放缓的限定下，为了更加充分有效地对滑雪旅游资源进行开发和利用，需要先行判断滑雪旅游资源的禀赋指标，以对滑雪旅游资源有准确认识并形成实际开发重点。事实上，对滑雪旅游资源开发模式的判断并不是单一和独立的，开发模式的融合更适于对滑雪旅游资源的全面利用。延伸到滑雪旅游资源开发路径，具体过程尚需优化，通过提升滑雪旅游产业的创新能力和水平，进而促进我国滑雪旅游产业高质量发展。

参考文献：

程丽，2019. 旅游资源开发对生态环境的指示作用[J]. 信阳师范学院学报（自然科学版），32（3）：403-408.

国家体育总局体育经济司，2020.2019年全国体育场地统计调查数据［EB/OL］.［2020-11-02］. www. sport. gov. cn/jjs/n5043/c968164/content.html.

李建峰，2014. 基于旅游资源开发的空间规划布局研究[J]. 中学地理教学参考，（16）：69-70.

李文静，张朝枝，2019. 基于路径依赖视角的旅游资源诅咒演化模型[J]. 资源科学，41（9）：1724-1733.

李玉新，高学民，2010. 我国滑雪旅游产业发展战略分析[J]. 体育文化导刊，（2）：57-59，85.

柳小正，王秀海，2018. 日本旅游资源开发与重构探析[J]. 现代日本经济，（1）：73-83.

马兴刚，王世金，琼达，等，2019. 中国冰川旅游资源深度开发路径：以西藏米堆冰川为例[J]. 冰川冻土，41（5）：1264-1270.

谌贻庆，甘筱青，2016. 旅游资源价值及其评价[M]. 北京：社会科学文献出版社.

孙彦莹，2019. 共融与挑战：“一带一路”背景下的体育旅游产业发展研究[J]. 西安体育学院学报，36（6）：708-711.

王洪滨，高苏，2010. 旅游学概论（第2版）[M]. 北京：中国旅游出版社.

王洪兵，汤卫东，范飞虎，2019. 体育旅游资源开发的代际公平内涵[J]. 成都体育学院学报，45（6）：33-38.

王蕾，曾磊，邢慧斌，2011. 河北省滑雪旅游产业开发研究[J]. 体育文化导刊，（11）：72-74.

王世金，徐新武，邓婕，等，2017. 中国滑雪旅游目的地空间格局、存在问题及其发展对策[J]. 冰川冻土，39（4）：902-909.

谢彦君，2011. 基础旅游学（第3版）[M]. 北京：中国旅游出版社.

张葳，魏永旺，刘博，2015. 河北省滑雪旅游资源深度开发和特色品牌建设对策研究：以崇礼为例[J]. 城市发展研究，22（1）：15-18.

（收稿日期：2020-08-05；　修订日期：2021-10-10；　编辑：尹航）