

中国南方冰雪运动普及的瓶颈及破解对策

徐颂峰, 李 兵, 肖建国

(湖南财政经济学院 体育学院, 长沙 410205)

摘 要: 运用文献资料法、访谈法和逻辑分析法, 对我国南方冰雪运动普及发展问题进行研究。指出, 因气候原因, 南方冬季冰雪较少、冰冻期短, 冰雪运动项目表现出场地匮乏、馆多场少, 冰为主雪为辅的特征。场地匮乏、价格偏高和人才稀缺是南方普及冰雪运动的瓶颈。认为, 应通过新建、利用、共享等多种措施, 增加冰雪运动场地的供给; 地方政府要统筹兼顾, 实现冰雪运动场馆异地互补; 制定和出台政策, 为冰雪运动发展提供引领和保障; 冰雪企业要细分消费群体, 实施差异化、精准化营销策略; 通过开展形式多样的竞赛活动、线上线下协同发展等, 扩大冰雪运动的参与人群; 整合学校和社会资源, 加大冰雪运动人才培养力度, 为推动南方冰雪运动普及发展提供参考。

关键词: 南方; 冰雪运动; 普及; 场地; 营销; 人才

中图分类号: G86

文献标志码: A

文章编号: 1008-3596 (2019) 02-0014-06

2016年5月, 国家体育总局发布《体育发展“十三五”规划》, 指出要以筹办2022年北京冬奥会为契机, 推动冬季运动发展, 大力普及冰雪运动项目, 研制并实施《群众冬季运动推广普及计划》。之后南方各省也陆续发布了实施计划。2017年8月, 习近平总书记在会见艾哈迈德亲王时强调, 北京举办冬奥会将带动中国3亿多人参与冰雪运动^[1]。新时期“北冰南展”也是实现“3亿人参与冰雪运动”宏伟目标的重要部分和主要依赖途径^[2]。应该说, 北京冬奥会的筹办和国家一系列政策措施的出台实施, 使南方群众冰雪运动迎来了良好的发展契机, 冰雪场地建设开始升温。南方城市也由最初的无冰雪也无市场需求的局面, 发展成现在的有市场需求但市场供给仍然不足的现状。相信在国家高度重视与支持及南方各省份的积极落实之下, 未来我国可期望形成东西南北遥相呼应、冬夏两季各有

特色、冰上雪上全面开花的新格局^[3]。但南方冰雪运动的普及仍然面临一些瓶颈, 本文对此展开研究。

1 南方冰雪运动发展趋势与特征

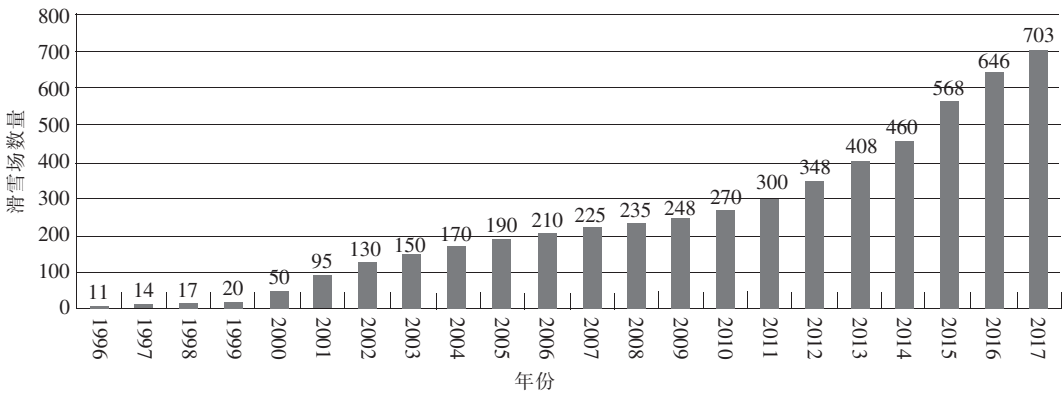
从地域来看, 我国冰雪运动形成了以东北为主, 华北、西北为辅的参与现状, 南方省份参与率仅为18%^[4]。项目以滑雪、滑冰、冰球等为重点。截止到2017年, 我国共有703家滑雪场, 相比于2016年的646家, 新增57家, 增长率为8.82% (图1)^[5]。南方省份因为自然禀赋不足, 冰雪场地并未出现大规模增加, 仅室内场地有限增加, 一定程度上显示出冰雪运动的南移趋势, 在项目上呈现出冰为主雪为辅的发展特点。与项目发展情况相适应, 南方冰雪运动场馆的特征表现为: 冰馆多、雪场少, 且以为室内为主。室内多为滑冰馆、滑雪馆、冰球馆、冰壶馆; 室外主

收稿日期: 2018-10-15

作者简介: 徐颂峰 (1975—), 女, 湖南湘阴人, 副教授, 硕士, 研究方向为体育产业与经济。

文本信息: 徐颂峰, 李兵, 肖建国. 中国南方冰雪运动普及的瓶颈及破解对策[J]. 河北体育学院学报, 2019, 33 (2): 14-19.

要是旱雪、仿真冰场。室外滑雪场多分布在高海拔的地方，冰馆大多分布在城市。



注：数据来源于 2017 年中国滑雪产业白皮书

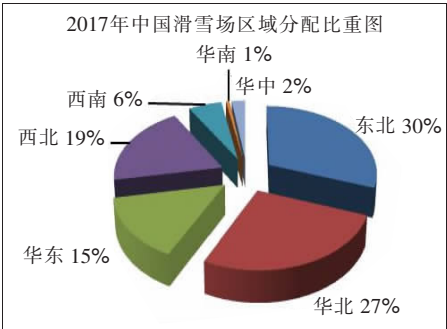
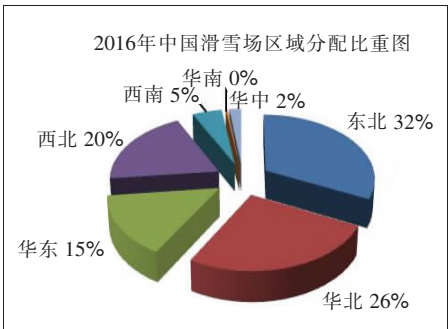
图 1 中国滑雪场数量统计图

2 南方冰雪运动普及的制约因素分析

因为气候原因，南方省份冬季冰雪较少，冰冻期短，客观上造成冰雪运动项目萎靡；同时，冰雪运动场地等基础设施较北方少，冰雪运动用品市场不发达，冰雪文化氛围不浓厚，冰雪运动消费成本高，这些都造成参与冰雪运动的人员稀少。具体来说，制约因素包括以下几方面：

2.1 冰雪运动场地匮乏

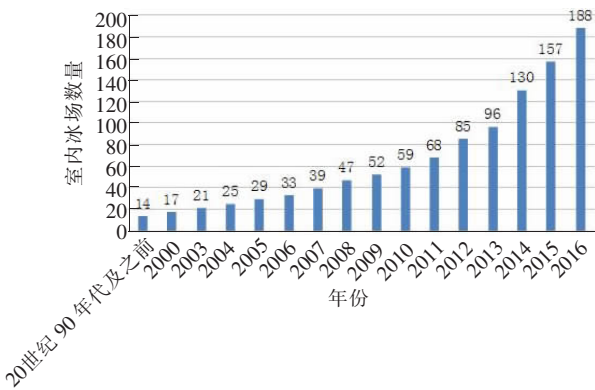
2017 年华南、华中、西南共占全国滑雪场数量的 9%。与 2016 年相比，华南区域在 2017 年增加了 1 个百分点（图 2）。虽然南方省份的滑雪场数量是增加的，但相对于华南（约 1.69 亿）、华中（约 2.23 亿）、西南（约 1.99 亿）的常住人口数量来说，场地资源依然相当匮乏。



注：依据 2016 年和 2017 年中国滑雪产业白皮书整理

图 2 中国滑雪场区域分布比较图

截止到 2016 年底，国内冰场共有 214 家，其中，室内冰场的数量为 188 家，较 2015 年增加 31 家，天然冰场的数量为 26 家（图 3），华南、西南和华中地区占 25.53%，相比雪场 9% 的比例，冰场的比例高得多，但是滑冰场地的状况依然不理想。从数量上看，与加拿大 2 万多的滑冰场地相比，我国的冰雪运动场地差距巨大。从质量来看，我国符合比赛要求的标准场地并不多，多数为非标准场地^[6]。当前，人民群众对冰雪健身的需求日益高涨，而供给却依旧不平衡、不充分，因此必须以供给侧改革为主线，着力提高冰雪运动场馆及服务的供给数量和质量。



注：数据来源于黑龙江冰雪产业研究院

图 3 我国室内冰场数量统计

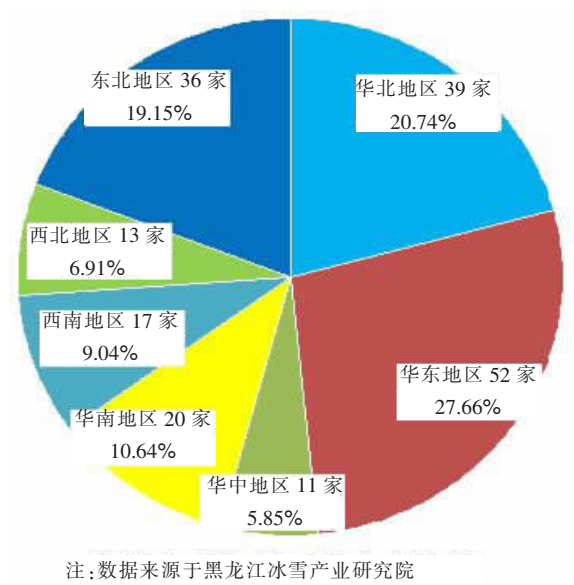


图4 2016年我国室内冰场区域分布图

2.2 冰雪运动消费成本偏高

南方一些室内冰雪场馆都是人造滑雪场和仿真冰馆。冰场多为室内仿真冰场，冰面要求平整、光滑、清洁（不反光），运动员膝部以下温度约 -5°C ，冰的厚度以8—15厘米为宜，冰质柔韧、滑感舒适。以湖南长沙的欧悦真冰场为例，儿童票一场单价100元，限时120分钟。滑冰的护具还要另外收费，而且冰场教练比较贵，请一个教练一对一辅导价格为30分钟200元。

滑雪场运营成本也较高，主要是因其要求积雪超过半米厚，环境温度始终维持在 -3°C 左右。笔者从湖南瑞祥滑雪场管理人员处了解到，一台进口造雪机大约20万元，一台压雪机大约200万元。一台造雪机1小时造雪约40立方米，全部铺满一个中型滑雪场需要一周时间，一次人工造雪的成本大约在20—30万元，而且还要根据天气和使用情况进行补雪；此外还有人工费、电费和水电等方面的开支^[7]。个人滑雪还涉及租赁头盔、衣服、手套、眼镜等费用，请教练员进行辅导的费用就160元/小时。高昂的成本开支推高了雪场定价，也使得南方冰雪运动趋于贵族化，如绍兴兴乔波滑雪馆价格在128—380元，上海银七星滑雪馆价格在98—219元，武汉江夏室内滑雪场价格在100—300元，长沙浏阳瑞祥滑雪场价格为158元左右。比较而言，北方的滑

雪场便宜不少，如北京莲花山滑雪场65元起，怀北国际滑雪场62元起，军都山滑雪场115元起。

2.3 冰雪运动人才稀缺

目前，我国竞技冰雪运动后备人才主要集中在体校、业余体校，由于社会组织介入较少，培养渠道狭窄，加上国外引进力度加大，导致我国优秀冰雪运动人才流失严重。因为待遇问题，基层教练员也不断流失^[8]。除了竞技体育人才外，我国冰雪产业快速发展所需要的制冰师、器材师、导滑员、防护师、救护人员等应用型、技能型专业人才也出现了短缺。钟秉枢的调查显示：2016年我国重要滑雪场管理人员仅320人，2022年将需要4110人；索道、造雪、教练等技术骨干现在仅1492人，2022年需要26158人；2022年，冰上项目的专业竞赛组织运行人才需要984人，雪上项目需要1464人^[9]。南方冰雪运动虽然大部分为非竞技性项目，且冰雪场均为中小型，但是也面临教练员、场地管理人员、市场营销人员、造压雪技术人员、巡逻救护人员短缺的问题。

3 南方冰雪运动普及的对策

南方要大规模开展冰雪运动，必须要在吸收消化北方发展模式的基础上另辟蹊径，多形式、多渠道增加冰雪运动场地与服务的供给，形成南方冰雪运动的良性发展，促进南方冰雪运动的普及。

3.1 新建、利用和共享多措并举，增加冰雪运动场地供给

《国务院于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》提到，要“制定冰雪运动规划，引导社会力量积极参与建设一批冰雪运动场地，促进冰雪运动繁荣发展，形成新的体育消费热点。”^[10]这为我国冰雪运动发展指明了方向，为冰雪运动场地的建设发展提供了政策保障。首先，南方各地应根据本地经济发展和居民消费水平统筹规划、建设冰雪运动场馆。其次，充分利用好现有的冰雪场地。部分有条件的高校、中小学或企事业单位，可以将校内场地改建成迷你型冰场，定期或不定期开展各种趣味冰雪活动，吸引广大师生员工参与到冰雪运动中来，聘请冰雪

教师、教练对师生员工进行基础的冰雪运动培训,使更多的人掌握一定的运动技能和健身方法。再次,南北方可以建立对口合租机制,实现冰雪场地跨区域共享,如通过推出不同主题的冬令营活动,为南方青少年群体提供一个学习体验、深度感知冰雪世界的平台;还可通过特色冰雪旅游产品吸引南方游客与北方群众共同感受冰雪运动的独特魅力。

3.2 统筹兼顾,实现冰雪运动场馆异地互补

我国各地地形地貌不同、经济发展水平不一、群众消费方式各异,因此南方各地应做好充分调研工作、因地制宜地制定本地冰雪项目发展和运动场馆建设规划。在遵循市场规律的前提下,按照国家关于发展冰雪运动的规划、要求,统筹兼顾,科学选择露天或室内冰雪场的地址,突出当地特色,实现各地市优势互补。具体来说,政府应科学安排新增冰雪场地的建设用地指标,分类办理新增用地审批手续,为新建冰雪运动场馆项目提供政策保障和服务。根据不同的冰雪项目的特点实施差别化供地,避免与临近地市项目冲突、重复,从而丰富冰雪场地设施和服务供给。此外,政府要通过出台激励政策积极引导社会力量投资建设冰雪运动场地。针对南方地区冰雪资源匮乏,但居民消费水平较高、冰雪体验意愿强烈的现实情况,可以在中心城市加大人造雪场或冰场的投入^[11];对于经济相对落后的地区,可以采用更加灵活简便的方式,建设可以拆装的移动式冰场。

3.3 制定和出台政策,为冰雪运动发展提供引领和保障

新时期发展体育产业的核心任务已演变为深入实施创新驱动战略和大力推进供给侧结构性改革,以解决体育产业发展中存在的不平衡不充分的问题;扩大体育产业规模和丰富体育产业产品,满足人民日益增长的体育需要和对美好生活的向往^[12]。因此冰雪运动的发展离不开政府的引导与支持。第一,政府要出台南方冰雪运动普及的相关扶持政策,完善冰雪运动服务体系等相关产业的发展机制,引导社会资本与政府合作投资冰雪产业,规划建设一批可以承接高水平冰雪赛事的场馆。第二,引导冰雪运动与IT行业结合,建立“互联网+冰雪运动”发展模式,利用

网络平台和现代智能手段实现冰雪运动的网络化。第三,引导高校通过调整专业设置加强冰雪运动人才培养,制定和出台相关政策,从北方省份乃至冰雪运动发达国家引进部分高水平冰雪教师和教练,提高青少年滑冰滑雪培训质量;第四,着力打造冰雪活动节等群众性的冰雪品牌活动,发展冰雪旅游产业,提高冰雪运动的普及率。

3.4 细分消费群体,实施差异化、精准化营销策略

冰雪运动是一个大概念,其中包含着数量众多、特色各异的运动项目,这也决定了冰雪运动老少皆宜的特点。南方地区要推广普及冰雪运动首先要打破人们观念中冰雪运动的“贵族化”定位。但是就目前室内滑雪场规模来讲,成本降低的空间很有限,因此就需要制定更为合理的营销策略。可以在对冰雪运动消费群体(包括潜在消费群体)进行细分的基础上,实施差异化定价^[13]。比如按年龄和身份,可分为学生(含大、中、小学生)和成人两类。学生票半价,成人票全价;还应该大力推广会员制,如划分为初级会员、中级会员、高级会员和终身会员等,不同等级的会员消费价格、服务等也不同。另外,冰雪运动企业应准确了解学龄前儿童、学生、职场员工、老年人等不同群体的消费时间规律。有针对性地安排场馆的使用时间,以最大限度地提高冰雪场馆的利用率,满足各消费群体的运动需求。

3.5 加大宣传力度,开展形式多样的竞赛活动

有研究指出,南方地区应以竞技比赛为突破口,从花样滑冰、冰壶、自由式滑雪等项目入手发展南方地区的室内冰雪运动^[14]。调查得知,最受南方居民欢迎的项目是戏雪(占被调查者的41%)、滑雪(27%)、冰雪DIY(17%)、滑冰(9%),滑雪、戏雪等参与类、体验类项目将会是南方地区冰雪运动发展的重点^[15]。各冰雪运动场馆之间、城市之间应定期组织开展形式多样的趣味冰雪运动竞赛,宣传推广冰雪运动。滑雪或滑冰竞赛可以分为季度赛、半年赛和年度决赛。参赛队伍的构成可以是学校(单一校队或学校联队)、企业(单一企业或企业联队)等等。趣味冰雪比赛可以借鉴北方的项目,多人项目可设置龟兔赛跑、齐心协力、新年撞大运、动感五

环、雪地拔河、雪地协力竞走、雪地套圈,单人、双人项目可设置雪地拉车赛、螃蟹赛跑等;也可根据本地特色,将当地的传统体育活动引入到冰雪运动中,为冰雪运动增添新的色彩。节假日、周末还可以进行趣味冰雪活动,吸引企事业单位和家庭参与,扩大参与人群。

3.6 贯彻“互联网+”战略,实现冰雪运动线上线下协同发展

积极响应国家“互联网+”战略,充分利用互联网的平台优势和技术优势,增强南方冰雪产业的创新力和生产力。政府可以通过政策导向,引导冰场雪场与网络科技公司合作,开发冰雪运动游戏,扩大冰雪运动的线上影响。广大青年大学生热衷于尝试新鲜事物且有一定消费能力,应该成为冰雪运动企业重点关注的对象。冰雪企业和网络公司可主动与高校合作,在各高校校园网主页建立一个冰雪游戏链接,鼓励大学生体验网络冰雪游戏,感知冰雪运动文化,同时提供冰雪运动线上报名通道和相应优惠活动,促使其进行实地参与和消费,不断扩大冰雪运动参与人群。此外,积极介入运动健身APP市场,开发趣味冰雪运动APP,为冰雪运动爱好者提供教育、培训、社交等服务,同时整合冰雪运动场馆、装备销售等信息,方便消费者查询、预约和消费,可以进一步提高居民的参与热情。

3.7 整合资源,加大冰雪运动人才培养力度

南方地区普及开展冰雪运动要勇于打破“条件限制论”的僵化认识^[16],除了积极探索项目布局、场地设施建设、企业发展策略之外,要重视冰雪运动相关人员的培养问题。冰雪运动的人才包括运动员、教练员、裁判员、场馆和设备器械的操作维护人员、运动损伤急救员以及市场营销推广人员等。如前所述,人才短缺已经成为阻碍南方地区冰雪运动普及发展的重要瓶颈,亟待突破。冰雪运动人才培养应从学校和社会两个方面进行,应该鼓励体育院系开设冰雪运动专业,鼓励支持一批有条件的企业成立冰雪运动俱乐部和培训机构^[17],双方共同承担冰雪运动人才培养的任务。对于冰雪运动人才培养应分层次,俱乐部和培训机构侧重于运动员、教练员、裁判员、经营管理人员等竞技体育和体育产业人才培养;高校侧重于冰雪运动志愿者、指导

员、教师、经营管理人员等群众体育、体育教育和体育产业领域的人才培养,最终形成合理分级、各擅所长、适当交叉、优势互补的人才培养体系。

参考文献:

- [1] 刘佳宇.我国冰雪运动场地布局与发展研究[D].北京:北京体育大学,2017:17.
- [2] 柳阳.我国群众冰雪运动发展策略研究[D].北京:北京体育大学,2017:13.
- [3] 郑轶.创新建立工作机制 调动社会积极参与 下功夫用实招推动冰雪运动发展[N].人民日报,2017-11-14(15).
- [4] 报告指出我国冰雪运动面临三大短板[EB/OL].(2018-11-26)[2018-11-27].http://www.xinhuanet.com/sports/2018-11/26/c_1123765626.htm.
- [5] 《2017 中国滑雪产业白皮书》:滑雪人次 1750 万[EB/OL].(2018-01-28)[2018-11-13].<http://mini.eastday.com/mobile/180128103728333.html>.
- [6] 孙科.全民健身与冰雪运动发展[J].体育文化导刊,2017(3):2.
- [7] 室内滑雪场成本高 想要做好需破解两难题[N].中国体育报,2017-08-14(11).
- [8] 张显友委员:发展冰雪运动人才培养管理机制是保障[EB/OL].(2018-03-10)[2018-11-13].<http://www.rmzxb.com.cn/c/2018-03-10/1988081.shtml>.
- [9] 王世让.冰雪运动发展迅猛 人才培养需要跟上[N].中国体育报,2018-02-26(6).
- [10] 国务院关于加强发展体育产业促进体育消费的若干意见[Z].国发[2014]46号.
- [11] 张高华.我国冰雪体育产业非均衡协调发展研究[J].北京体育大学学报,2017(12):105.
- [12] 张雷.运动休闲特色小镇:概念、类型与发展路径[J].体育科学,2018(1):18.
- [13] 何于苗,陈元欣,滕苗苗,等.我国冰雪产业发展与市场开发研究[J].河北体育学院学报,2017,31(1):23.
- [14] 程立.我国南方地区开展冰雪运动现状研究——以浙江省为例[J].浙江体育科学,2013,35(3):94.
- [15] 李光,李艳翎.中南地区冰雪体育旅游资源价值实现研究[J].中国体育科技,2015(4):119.
- [16] 李宗浩,肖林鹏,江立峰,等.后奥运时期我国冰雪运动可持续发展战略研究[J].武汉体育学院学报,2009,43(10):17.

[17] 湖南将在具备条件的地区率先建设冬奥文化广场
[EB/OL]. (2016-11-18)[2018-11-13]. <http://hu->

nan.voc.com.cn/article/201611/201611180952266415.html.

The Bottleneck of the Popularization of Snow and Ice Sports in Southern China and the Countermeasures

XU Song-feng, LI Bing, XIAO Jian-guo

(School of Physical Education, Hunan University of finance and economics, Changsha 410205, China)

Abstract: By the methods of literature material, expert interview, and logical analysis, the popularization and development of ice and snow sports in southern China is studied in this article. It is pointed out that due to climate reasons, there are less ice and snow in winter in the South and the freezing period is short. Ice and snow sports show the characteristics of lack of venues, fewer outdoor venues compared with indoor stadiums and ice sports domination with snow sports as supplementation. Lack of venues, high prices and scarcity of professionals are the bottlenecks of popularizing ice and snow sports in the south. It is believed that the supply of ice and snow sports venues should be increased by means of new construction, utilization and sharing measures; local governments should take into account all aspects to realize the complementarity of ice and snow sports venues in different places; policies should be formulated and promulgated to provide guidance and guarantee for the development of ice and snow sports; ice and snow enterprises should subdivide consumer groups and implement differentiated and precise marketing strategies; and competition activities in various forms and online and offline collaborative development should be carried out in order to increase the population of ice and snow sports; school and social resources should be integrated to strengthen the training of ice and snow sports professionals. This study might serve as references for the popularization of winter sports in Southern China.

Key words: Southern China; ice and snow sports; popularization; venues; marketing; professionals