

# 冰雪运动发展的困惑及普及推广策略

高旗 郝思钰 贾晓冬 耿福<sup>通讯作者</sup>

华北理工大学

**[摘要]**近些年国家不断提升对冰雪运动推广的重视度。冰雪运动凭借自身惊险、刺激等特点受到人们的喜爱，随着时间推移人数规模越来越大，国内大部分城市都在举办冰雪运动。文中冰雪运动为着眼点，分析冰雪运动发展面临的问题，结合具体情况给做好冰雪运动普及推广的策略，进一步提升冰雪运动在国内的影响力。

**[关键词]**冰雪运动；发展困惑；推广策略

**【DOI】**10.12252/j.issn.2096-627X.2021.12.777

全民健身运动背景下的冰雪运动得到大范围推广，在提升人们身体素质方面发挥着重要作用。通过推进冰雪运动发展，培养民众健身意识，让全部国民运动起来，实现提高国民身体素质的目的。但冰雪运动推广过程中面临着诸多困难，要想实现社会进步并提高国家实力，就需要克服困难，主动参与到冰雪运动推广活动。因此，有必要做好冰雪运动发展普及推广的研究工作。

## 1、冰雪运动发展困惑的分析

### 1.1 存在明显季节性地域性

通常国内冰雪运动集中在东北三省，之所以出现这一情况，在于冰雪运动本身需要在寒冷地域进行，存在明显的季节性地域性特点。同时，冰雪运动还受到地形影响，这也是造成冰雪运动推广不理想的主要原因。要想在全国范围内推广与发展冰雪运动，就需要解决运动场地的问题。只有从根本上解决这一问题，才能实现冰雪运动普及与发展<sup>[1]</sup>。

### 1.2 缺少冰雪运动的专业人才

冰雪运动具有较高危险性的专业运动，这项运动挑战性较强，实际运动时需要专业人才指导<sup>[2]</sup>。但就当前情况来看，国内冰雪运动方面的专业人才数量有限，无法满足社会上对冰雪运动专业人才的需求。想要进行冰雪运动的人得不到专业指导，当面对这项危险性高、刺激性强的运动时，难免出现畏惧心理，继而产生退缩现象，直接限制国内冰雪运动的发展。

### 1.3 冰雪运动的消费成本较高

虽然民众生活水平不断提升，但冰雪运动需要用到较多的专业设备，如滑雪服、护具、滑雪鞋等，对大部分家庭来说，冰雪运动的消费水平偏高。面对高消费，相当一部分家庭都会望而却步，最大到冰雪运动的推广与普及。如，滑雪运动需要滑雪板、滑雪鞋、滑雪服等，滑雪场还需要准备索道、造雪机、坡道等，要进行定期维护<sup>[3]</sup>。这种硬件高要求与消费高水平，阻碍冰雪运动推广。此外，冰雪运动发展过程中普遍面临着资金不足的问题。政府资金支持力度不足，经营者想要获得发展资金，绝大部分会选择银行贷款、民间借贷等途径获得资金。另外，冰雪运动经营者以中小企业为

主，其日常经营活动中承受着较大的资金压力，缺乏足够资金将直接阻碍冰雪运动的发展

### 1.4 冰雪运动行业经营的问题

部分冰雪运动经营者思想观念落后，相当一部分经营者目光不长远，在进行经营规划时缺少全面考虑，无法体现出当地的人文特点，加上缺少经营、管理等方面的经验，有时甚至直接照搬其他企业的经验，导致其提供的产品与服务同质化现象严重<sup>[4]</sup>。此外，受到经营思想的限制与影响，经营者更加看重自身效益，造成部分地区冰雪运动行业内出现恶性竞争的情况，直接阻碍该行业的健康发展。

互联网时代人们已经习惯从网络上获取信息。但是，冰雪运动很少在互联网上进行宣传，习惯选择政府官网、广播电视及熟人口碑等方式进行宣传，缺少打造品牌形象的意识。另外，目标客户群体缺少反馈自身消费需求的渠道，经营者就难以掌握目标消费者的需求，造成出现信息不对等的情况，直接影响了宣传效果，不利于推进自身健康发展。

## 2、冰雪运动发展的普及推广策略

### 2.1 做好冰雪运动宣传，夯实发展的群众基础

根据我国当前实际状况，通过媒体和网络传播的力量，针对冰雪运动相关事宜展开宣传。抓住当前一切可以利用的机会，针对冰雪文化、冰雪运动进行推广和传播，让广大群众能够真实、深入地了解冰雪运动。比如，可以利用线上传播方式对冰雪运动以及相关知识进行普及和推广，利用自媒体以及各大V公众号针对冰雪运动相关视频进行推广，为广大群众展现冰雪运动的魅力和精彩所在。而线下，可以经常性组织开展一些群众性质的冰雪运动相关的娱乐活动，提升群众关注度，吸引广大群众真正参与到冰雪运动中，真正感受其快乐，如此才有助于冰雪运动在我国的全面推行。

地方政府可以借助自身的影响力，帮助本地冰雪运动企业进行宣传，实现扩大行业影响力的目的。具体宣传内容应多样化，可以包括当地文化特色、乡村风光、特色菜肴等。另外，地方政府还可以发挥互联网的宣传作用，选择合适的宣传手段，打破传统宣传思维的限制，提高网络宣传的实效性，与知名网站合作推广、拍摄宣传短片、向潜在客户发送

电子宣传刊物等,通过多种渠道进行宣传,吸引更多的潜在消费者。同时,地方知名景点也可以带动冰雪运动产业的发展,因此地方政府可以利用地方知名景点的影响力来提升冰雪运动的知名度,实现推进冰雪运动行业健康发展的目的,进一步改善乡村居民生活条件,提高乡村地区经济发展水平。吸引相关企业投资冰雪运动产业,逐步形成品牌效应。对于信息的传播,除了互联网外,手机移动终端的应用也比较普遍,企业可以利用传感器定位的方式为游客提供更多专项服务,包括景区环境介绍和具体服务项目等,使游客可以借手机定位自己所处的位置,随时查询和了解景区信息,进而提升游客体验。此外,为提升吸岗位引力,必要的激励机制也是不可缺少的,针对人才的招收渠道进行拓展,从外界引进更多新型专业人才,只要通过专业考核就能获得丰厚的薪资待遇,而且帮助他们对未来职业生涯进行合理规划,前景一片广阔,以此吸引人才的加入。另外,冰雪运动产业在从外界招揽人才的同时,以机会和平台为基础,不仅让专业获得锻炼,还为企业长久发展提供保障。

## 2.2 降低冰雪运动门槛,提高参与群众数量

为了让广大群众积极参与进冰雪运动项目中,可以针对其入门门槛进行降低,使冰雪运动成为一个大家都能够负担得起、玩得开的运动。如针对冰雪场地的入场费用进行控制,如此不仅利于宣传和推广,对于冰雪运动的发展也有很大促进作用。同时,为了帮助广大群众真正感受到冰雪运动的魅力,各场地需要配备专业的指导人员,方便为顾客游玩提供相关指导和培训,而且指导人员必须具备专业的服务态度,且其服务费用也要控制在群众接受范围内,适当时相关部门可以予以一定津贴补助。此外,为方便广大群众更好的学习和了解冰上运动,各居民社区可以联合相关单位向群众免费讲解和传播冰上运动的技能技巧,弱化其入门门槛,提升国民参与度,这对于冰上运动的推广有很大的促进作用。

当前市场竞争环境愈发激烈,这一形势下不允许冰雪运动产业进行大而全的传统产品生产思路,而是需要细分产品市场,然后以此为基础做好自身产品的定位。产品竞争策略,即冰雪运动产业生产的产品需要和市场上哪一类产品竞争而采取的策略,而如何选择合适产品进行市场竞争,就需要综合考虑市场环境、内外环境、竞争对手产品实力等因素。新市场环境下各行各业都面临着不同程度的产能过剩,单纯依靠传统产品生产规模效应已经难以取得成功,产能过剩意味着部分冰雪运动产业会选择低价甚至亏本方式出售产品以获得流动资金,避免市场份额缩减。要想摆脱这一情况,冰雪运动产业可以选择产品差异化竞争策略。而产品竞争策略优化的首选目标就是提高产品技术含量。

## 2.3 地方政府参与主动,多方联合开展运动

对于冰雪运动这项利国利民的运动项目,为促进其发展,进一步增强广大民众对其认同感,作为政府部门,利用要利用自身主导智能,及时站出来,通过有效地引导,鼓励相关单位和学校等对冰雪运动进行传播和推广,让人们从主观意愿上积极主动接纳冰雪运动,并参与到该运动中,进而产生浓厚兴趣。为了确保冰雪运动能够在我国进行全方位推广,实现全面性发展,学校和一些社会性团体等都可组建一些关于冰雪运动的运动社团,加大宣传和推广,鼓励学生团体以及广大社会人士能够积极参与到冰雪运动中。同时,为吸引大众积极参与进冰雪运动中,各社团还可以帮助人们进行冰雪运动相关理论知识的介绍,技能表演等,吸引大众注意力。而且各社团也可和相关运动场地进行合作,获取更优惠的租赁价格,这对于宣传和推广冰雪运动帮助很大。最关键的,通过这样的活动,能帮助学生丰富课外生活,拓展交际;对于大众而言,即多一件可消遣娱乐的项目,又能起到强身健体的作用,可谓好处多多。

如,为了能够有效解决温度的问题,若是想要在高效发展冰雪运动,可以选择在室内建立更大的冰雪场。这样就可以让人不出家门,就可以体验冰雪运动的乐趣。有了室内滑雪场,还有助于冰雪运动的宣传,实现三亿人共同运动的梦想。同时,还可以推行“冰雪运动旱地化”,在普通的滑冰场,进行相关冰雪运动动作的训练,这样就解决了没有滑雪场,无法进行训练的困难。

## 结束语

总之,全面健身的主要组成部分就是冰雪运动,需要得到政府的重视及支持,需要做好冰雪运动宣传与推广工作,政府要从多方面参与其中,引导群众对冰雪运动的重视度。通过全面推广冰雪运动,可以提升国民的身体素质,增强国家的综合实力。降低冰雪运动的门槛,吸引更多群众参与其中,实现提高冰雪运动推广力度。

## 参考文献

- [1]王飞,马莉娅,高鑫瑶,赵琳.体育强国建设背景下我国冰雪运动产业发展目标及路径[J].体育文化导刊,2021(08):1-6+13.
  - [2]郑小宇,张颖.北京冬奥会背景下辽宁省冰雪旅游文化产业发展模式研究[J].冰雪体育创新研究,2021(01):9-10.
  - [3]陈克鑫.辽宁省冰雪经济发展分析——基于国内外冰雪经济发展的经验借鉴[J].沈阳大学学报(社会科学版),2021,23(02):154-160.
  - [4]郭刚刚.山西省大众冰雪运动现状及其发展路径研究[D].山西大学,2019.
- 基金项目:河北省社科基金项目(HB19SH023)