

六盘水冰雪文化体育旅游融合发展路径研究

张昌爱

六盘水师范学院体育学院 贵州六盘水

【摘要】本研究采用文献资料调研与逻辑分析等方法，系统梳理六盘水冰雪文化体育旅游融合发展的现状、问题与发展路径。研究发现，当前六盘水在文体旅融合方面仍存在融合层次浅、产业协同不足、专业人才匮乏与品牌特色不显等突出问题。基于“文化价值重塑为核心、产业生态构建为关键、市场需求为导向”的总体思路，构建了资源驱动渗透型、产品驱动重组型与市场驱动延伸型三类融合模式。进一步提出，应通过文化解码与场景再造推动产品创新，依托“政产学研金”协同机制优化产业生态，以“引育用留”体系强化人才支撑，并打造“南国冰雪城”超级IP，以形成推动区域冰雪经济高质量发展的综合路径。

【关键词】文体旅融合；冰雪产业；六盘水

【基金项目】2025年六盘水市科协决策咨询项目(jczxxm-25-19)

【收稿日期】2025年11月19日 **【出刊日期】**2025年12月3日

【DOI】10.12208/j.ssr.20250485

Research on the integrated development path of ice-snow culture, sports, and tourism in Liupanshui

Chang'ai Zhang

School of physical education, Liupanshui Normal University, Liupanshui, Guizhou

【Abstract】 This study adopts literature review and logical analysis to systematically examine the current situation, existing problems, and development paths of the integrated development of ice-snow culture, sports, and tourism in Liupanshui. The findings indicate that Liupanshui still faces prominent challenges, including a shallow level of integration, insufficient industrial synergy, a shortage of professional talent, and an underdeveloped brand identity. Guided by the overall framework of “cultural value reconstruction as the core, industrial ecosystem building as the key, and market demand as the orientation,” three integration models are proposed: a resource-driven infiltration model, a product-driven restructuring model, and a market-driven extension model. Furthermore, the study suggests promoting product innovation through cultural decoding and scenario reconstruction, enhancing industrial resilience through a government-industry-academia-research-finance collaborative mechanism, strengthening intellectual support via an improved talent system, and building the ‘Southern Ice-Snow City’ super IP, thereby forming a comprehensive pathway for the high-quality development of the regional ice-snow economy.

【Keywords】 Integration of culture; Ice-snow industry; Liupanshui

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》提出，“推动冰雪旅游产业发展，促进冰雪产业与相关产业深度融合，提供多样化产品与服务”，为冰雪旅游产业的跨界融合与多元化发展提供了方向指引。冰雪产业融合的前提是产业之间具有较高的关联性与相似性^[1]。现有研究关注北京冬奥会对冰雪旅游产业融合发展的促进作用^[2]，分析冰雪旅游产业融合发展的机理^[3]、动

力机制与路径^[4,5]，解析冰雪体育产业融合发展的生产、生活、生态三维结构^[6]，冰雪旅游产业供应链韧性^[7]。传统冰雪产业研究多基于北方地区的资源条件与实践经验，对于六盘水这类西南山地城市如何克服天然雪资源有限、市场基础薄弱等约束条件实现特色化发展，缺乏系统性的阐释。本研究通过构建“现状-问题-路径”的分析框架，深入探讨六盘水冰雪文化体育旅游融合发展的问题挑战，进而提出针对性的推进策略，为助力

作者简介：张昌爱（1992-）女，贵州遵义人，汉族，硕士，副教授，研究方向：体育旅游，从事教学工作。

六盘水市发扬“南国冰雪城”以及冰雪经济工作开展提供有益参考。

1 六盘水冰雪文化体育旅游融合发展的现状

在冰雪运动“南展西扩东进”战略的持续推进下，冰雪体育旅游业逐渐成为贵州旅游新业态。六盘水作为贵州省内较早布局冰雪产业的城市，自2013年建成首个滑雪场以来，经过十余年发展，已成为西南地区重要的滑雪旅游目的地之一。六盘水市在推动冰雪文化、体育与旅游融合发展的进程中，已初步构建起以“体育+旅游”为基础、“文化+旅游”为特色、多种业态交叉结合的多元化发展格局。在“体育+旅游”方面，形成了以运动体验和赛事吸引为核心的双轮驱动模式，依托玉舍、乌蒙、梅花山三大滑雪场，不仅提供高山滑雪等传统项目，还拓展雪地摩托、夜间戏雪等多元化娱乐活动，并通过举办省级冰雪赛事吸引特定参赛及观赛群体。在“文化+旅游”层面，注重挖掘本地民族与节日文化，塑造“南国冰雪城”品牌形象，通过设计“雪上飞舞之旅”“烟火年味之旅”等主题板块，深度融合彝族歌舞、篝火狂欢等民俗体验，营造沉浸式文化氛围。此外，业态间初步融合的尝试也已展开，主要表现为“滑雪+温泉”等业态的物理叠加与组合套票的销售，以及在滑雪场中并行设置文化、体育与娱乐项目。然而，这些尝试多停留在营销协同或空间共存层面，尚未形成主题贯穿、叙事融合的深度体验，未来需进一步推动业态间从“简单相加”向“价值相融”的转变。

2 六盘水冰雪文化体育旅游融合发展的存在的问题

2.1 融合层次浅表化：文化内涵与冰雪场景“两张皮”

当前融合多停留在“冰雪+场地”的物理叠加层面，未能催生深度的“化学反应”。核心症结在于对“中国凉都”气候标识与“三线建设”工业文化等独特地域资源的挖掘与转化不足。现有冰雪业态虽配备了雪圈、摩托等项目，却未能将三线工业记忆等文化基因转化为可参与、可共鸣的叙事场景，导致产品缺乏故事性与情感黏性。体验维度上，多以观光式、浅尝式为主，缺乏文化体育深度融合的沉浸式产品。即便在“冰雪+温泉+民俗”的规划框架下，民俗体验也多为静态符号陈列，未能构建“滑雪运动+文化体验+主题住宿”的闭环体验场景，制约了产业附加值的提升。

2.2 产业协同不足：产业链条松散与市场主体联动乏力

文化、体育与旅游产业间存在明显的部门壁垒与市场分散问题。尽管管理机构已整合，但在政策落地与

市场运营中，各部门目标与资源尚未有效协同，导致合力不足。更为突出的是，产业发展过度依赖“门票经济”，2024-2025年滑雪季数据显示，滑雪门票收入占总收入的81.89%，产业链条呈现显著的“短链化”特征，向下游的培训、赛事运营及横向的文创、康养等产业延伸不足。同时，滑雪场、旅行社、文创企业等市场主体处于“单打独斗”状态，缺乏有效的资源共享与利益联结机制，产业生态协同性弱，抗风险能力与综合效益受限。

2.3 专业人才匮乏：全链条人才短缺制约品质升级

人才短板已成为制约产业纵深发展的核心瓶颈。在技术服务端，专业滑雪教练严重依赖从东北等地的“候鸟式”引进，队伍稳定性差，本地化人才梯队建设滞后。在运营管理端，既懂冰雪运动、又精通文化创意与旅游管理的复合型人才极度稀缺，导致冰雪赛事运营水平、产品创意设计及全域旅游策划能力不足，使得产品难以突破同质化竞争，品牌影响力有限。人才培养体系与产业快速发展需求的脱节，使人才缺口呈扩大趋势。

2.4 品牌特色不显：IP缺失与同质化竞争困境

六盘水冰雪品牌面临南北市场的双重挤压，差异化竞争优势未能形成，独特IP的培育滞后。在北方市场，哈尔滨、长春等城市依托天然冰雪资源形成成熟品牌，六盘水在雪期长度、场地规模等方面不具优势；在南方市场，周边贵阳、云南等地纷纷布局滑雪场，凭借地理区位优势分流客源，同质化竞争风险持续加剧。在北方成熟市场和南方新兴市场的夹击下，品牌辨识度模糊问题突出。

3 六盘水冰雪文化体育旅游融合发展路径

3.1 总体思路

总体思路是以文化价值重塑为核心，以产业生态构建为关键，以市场需求为导向。根本目标是突破当前表层的物理叠加和同质化竞争，通过系统性的资源整合、技术创新与制度赋能，推动产业从“简单相加”转向“价值相融”，将六盘水打造成为一个以“南国冰雪城”为品牌标识，文化特色鲜明、产业协同高效、体验内涵丰富的南方冰雪文体旅融合创新发展示范区。

3.2 融合模式

（1）资源驱动渗透型融合模式

资源驱动渗透型融合模式是将区域内固有的文化、体育与自然旅游资源视为基础性生产要素，通过要素间的相互渗透与功能互补，构筑产业融合发展的底层逻辑。以六盘水独特冰雪资源与文化资源为核心，推动

双向渗透与价值共生。将“三线建设”的工业记忆、彝族苗族的民俗文化元素,渗透到冰雪场地设计、运动项目开发、服务场景营造全过程,打造“有故事、可体验”的文化冰雪空间。依托现有三大滑雪场与特色温泉资源,推动冰雪运动与康养服务渗透融合,将冰雪体育资源向文化传播、旅游体验渗透,通过赛事活动承载文化内涵,让冰雪运动成为文化传播的重要载体。

(2) 产品驱动重组型融合模式

产品驱动重组型融合模式是产业融合的中级形态,其本质是打破文化、体育与旅游产业既有的边界,通过技术创新、功能叠加与流程再造,对原有产品要素进行解构与创造性重组,从而生成具有全新功能和市场吸引力的融合型产品。重组“滑雪、温泉、民宿、餐饮”等要素,构建“冰雪运动+文化体验+主题住宿+特色餐饮”的闭环产品体系,开发“冰雪研学游”“民俗冰雪度假游”等复合型产品;重组赛事产品,将冰雪赛事与文化节事结合,打造独具特色的“冰雪彝族年”特色活动;重组服务产品,统一滑雪场、温泉酒店、民宿的服务标准,形成一体化服务链条,提升产品附加值与游客体验感。

(3) 市场驱动延伸型融合模式

市场驱动延伸型融合模式立足于产业融合的高级阶段,以响应市场需求为根本导向,通过品牌延伸、渠道整合与价值链拓展,实现产业边界的外溢与融合效应的最大化。该模式的核心逻辑是从“供给决定”转向“需求牵引”,通过市场力量拉动产业链上下游及横向关联产业的协同发展。横向延伸至文创、传媒、培训等关联产业,开发三线主题冰雪文创、冰雪运动培训课程、冰雪赛事直播等衍生产品,丰富产业形态。纵向延伸至细分市场,针对青少年、家庭游客、专业雪友等不同群体,定制差异化产品,如青少年冰雪研学营、家庭戏雪套餐、专业滑雪挑战赛。推动区域市场联动延伸,联合贵阳、云南等周边城市组建“南方冰雪旅游联盟”,实现客源共享、线路共推、品牌共建,缓解同质化竞争压力。

3.3 实施对策

(1) 实施文化解码与场景再造工程,推动深度融合

解码地域文化基因并植入冰雪产业价值链,需系统推进文化解码与场景再造。首先,构建六盘水文化资源数据库,对三线建设遗产、民族民俗等核心元素进行系统梳理与现代表达式解码,提炼可转化的文化IP素材。其次,推动文化场景实体化再造,在玉舍、梅花山

等滑雪场规划建设“三线记忆冰雪工坊”“彝族雪地歌舞剧场”等沉浸式体验节点,结合AR/VR技术增强叙事互动,使游客在冰雪运动中沉浸于具有情感共鸣的主题场景。最后,以文化脉络整合旅游资源,设计“冰雪+非遗”“冰雪+工业遗产”等主题线路,形成文化引领、业态联动的复合产品体系,实现从业态共存到价值共生的根本转变。

(2) 构建“政产学研金”协同机制,优化产业生态

针对产业协同不足问题,构建开放共赢、多元协同的产业生态系统。首要举措是强化顶层设计,由市政府牵头,联合相关部门及雪场、旅行社、高校、金融机构等主体,组建“六盘水冰雪产业发展联盟”,建立常态化议事协调与信息共享机制,共同制定规划、统一服务标准,破解政策落地与市场拓展障碍。其次聚焦服务提升与业态融合,重点支持滑雪教练培训、赛事运营与旅游策划等环节,鼓励旅行社与雪场合作推出“滑雪+温泉”“滑雪+研学”“滑雪+民俗”等“滑雪+N”联票套餐,延伸消费链条。最后创新利益联结机制,推广联票分成、交叉持股等合作模式,在各类主体间构建“风险共担、利益共享”的发展共同体,激活内生动力。

(3) 完善“引育用留”人才体系,夯实智力支撑

构建涵盖“引进、培育、使用、留住”的可持续人才供应链。首先创新引进机制,实施“候鸟专家”计划,以项目合作、短期聘任等方式精准引进赛事运营、文创开发等领域高端人才。其次创新培育模式,与本地院校合作在现有专业中增设冰雪课程模块,并与雪场共建实训基地,联合开展教练、救护等服务岗位技能培训。再次完善人才发展制度,建立区域统一的职业技能等级认证体系,畅通职业通道。最后优化激励机制,通过专项补贴、绩效奖励等措施增强人才归属感,形成“精准引进、系统培育、科学评价、有效激励”的良性循环。

(4) 打造“南国冰雪城”超级IP,塑造差异化品牌

推动从产品营销向IP经营的品牌建设转变^[8]。首先系统构建“南国冰雪城”IP世界观,挖掘“中国凉都”气候特色与“三线建设”文化底蕴,创作冰雪主题动漫、微短剧等数字内容,以角色与情节设计赋予品牌故事灵魂。其次强化IP场景化落地,打造“中国凉都冰雪文化节”“低纬度冰雪产业论坛”等标志性活动,开发三线精神文创、民族风情装备等衍生实体产品,实现IP价值多维转化。最后构建立体化传播矩阵,整合短视频、社交媒体与传统渠道,通过话题营销、KOL

联动等方式持续输出统一品牌形象，强化“南国雪城·三线魂”独特记忆点，建立差异化竞争优势。

参考文献

- [1] 李在军.冰雪产业与旅游产业融合发展的动力机制与实现路径探析[J].中国体育科技,2019,55(07):56-62+80.
- [2] 常晓铭,刘卫国.“一带一路”背景下北京冬奥会推动我国冰雪旅游产业融合发展研究[J].北京体育大学学报,2020,43(07):86-96.
- [3] 王恒,宿伟玲.东北三省冰雪文化体育旅游融合发展测度与优化研究[J].社会科学家,2025,(01):62-70.
- [4] 李在军,崔亚芹.中国冰雪旅游产业融合发展的机制与推进路径研究[J].首都体育学院学报,2021,33(03):299-307.
- [5] 李在军,张瑞林.冰雪产业融合发展的动力机制与路径探析[J].首都体育学院学报,2018,30(06):510-4.
- [6] 邵桂华,郑冠杰.生产·生活·生态:我国冰雪体育产业融合发展的三维结构解析[J].体育学研究,2022, 36(03): 35-45.
- [7] 崔亚芹,梁慧龙,李正鑫,等.产业融合视域下冰雪旅游产业链韧性提升的内在机理与实现路径[J].沈阳体育学院学报,2025,44(05):1-7+15.
- [8] 陈香琳.六盘水:冰雪旅游引领新风尚[J].当代贵州,2022,(13):14.

版权声明: ©2025 作者与开放获取期刊研究中心 (OAJRC) 所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS