

冰雪旅游研究系列丛书
段光达◇主编



旅游滑雪场管理

姜一海 姚建设 段光达 魏建伟◇著

冰雪旅游研究系列丛书
段光达◇主编



旅游滑雪场管理

姜一海 姚建设 段光达 魏建伟◇著



黑龙江大学出版社
HEILONGJIANG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

旅游滑雪场管理 / 姜一海等著. — 哈尔滨: 黑龙江大学出版社, 2017. 10

(冰雪旅游研究系列丛书)

ISBN 978-7-81129-771-3

I. ①旅… II. ①姜… III. ①雪上运动—室外场地—管理—中国 IV. ①G863.105.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第152267号

旅游滑雪场管理

LUYOU HUAXUECHANG GUANLI

姜一海 姚建设 段光达 魏建伟 著

责任编辑 曹焕焕

出版发行 黑龙江大学出版社

地 址 哈尔滨市南岗区学府三道街36号

印 刷 哈尔滨市石桥印务有限公司

开 本 720×1000 1/16

印 张 13.5

字 数 187千

版 次 2017年10月第1版

印 次 2017年10月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-81129-771-3

定 价 39.00元

本书如有印装错误请与本社联系更换。

版权所有 侵权必究

总 序

冰雪是世界公认的三大旅游资源之一。冰雪旅游是以冰雪资源和气候资源为依托,以冰雪文化为内涵,以冰雪观光、冰雪运动和冰雪体验为主要表现形式和吸引物,集休闲、健身、竞技、娱乐于一体的度假型旅游产品。冰雪旅游具有较强的参与性、刺激性、趣味性、观赏性,是百余年来全球最受欢迎的冬季旅游产品。依托无污染、可再生的冰雪资源大力发展冰雪旅游产业不仅适应当前生态环保的大趋势,而且是高就业、高效益、对相关产业的拉动力极强的综合性产业。目前全世界每年冰雪旅游收入高达近千亿美元,冰雪旅游已成为世界旅游产业体系的重要组成部分之一。

我国的冰雪旅游起步较晚,1963年2月7日哈尔滨市政府举办了第一届冰灯游园会,粗犷豪放的黑龙江人将晶莹洁白的冰雪神奇地幻化为艺术品放置在哈尔滨小小的兆麟公园里,何曾想到在以后的日子里漫天遍野的冰雪竟能催生出举世闻名的冰雪大世界,凛冽寒风中的北国大地会涌动起铺天盖地的旅游大潮?1979年改革开放后,哈尔滨恢复了兆麟公园的冰灯游园会,并在儿童公园等多地新建了冰雪景区景点。1985年1月哈尔滨市政府举办了第一届冰雪节,在冰灯游园会的基础上,增加了冰雪艺术(冰雕、雪塑)、冰雪运动(滑雪、滑冰、冬泳、冰帆)、冰雪商贸等活动内容,标志着我国冰雪旅游活动进入了全新的规模化发展阶段。此后历届哈尔滨冰雪节(2001年更名为哈尔滨国际冰雪节)陆续增

加了国际雪雕比赛、国际冰雕比赛、冰雪大世界、国际冰雪汽车拉力赛等活动内容。在此前后,东北、华北、西北地区的一些城市也陆续开始发展冰雪旅游项目。1992年国家旅游局首次将“冰雪风光游”列为中国14个专项旅游产品之一,标志着冰雪旅游已在全国范围内展开。

1996年是我国冰雪旅游发展的里程碑:第三届亚洲冬季运动会圣火在哈尔滨燃起使亚布力的冰雪蜚声海内外,亚布力滑雪场开发的示范效应,使国内各地纷纷进行了雪场规划和建设,掀起了中国新一轮以滑雪为主的冰雪旅游热潮。1998年国家旅游局公布了“中国旅游业发展优先项目”,其中与冰雪旅游相关的项目6项(占总项目数的14%),为加大冰雪旅游资源开发力度,尤其是重点发展滑雪旅游,尽快实现冰雪旅游的产业化指明了方向。2001年,联合国工业发展组织、国家旅游局、国家体育总局和黑龙江省人民政府共同举办了“国际滑雪产业合作论坛”,同年,黑龙江省旅游局和黑龙江省质量技术监督局共同制定了国内第一个《旅游滑雪场质量等级标准》(DB23),表明中国冰雪旅游产业开始走上国际化、规范化的发展轨道。2009年第24届世界大学生冬季运动会在黑龙江省哈尔滨市举办,使中国冰雪运动进一步国际化。2015年7月中国北京获得2022年第24届冬季奥林匹克运动会举办权,催生了冰雪产业发展的黄金时期。特别是2016年1月习近平总书记提出“3亿人上冰雪”的目标后,国家体育总局、国家发改委等23部委相继出台《群众冬季运动推广普及计划(2016—2020年)》《冰雪运动发展规划(2016—2025年)》与《全国冰雪场地设施建设规划(2016—2022年)》,重磅连发。冬奥会的申办成功无疑将进一步推动我国冰雪运动、冰雪旅游和冰雪产业的高速发展,“3亿人上冰雪”的大概念,让更多的百姓参与其中,冰雪产业大潮正在席卷而来。

值得指出的是,目前国内冰雪旅游市场面临重组,以往冰雪旅游主要集中在以黑龙江为代表的东北地区的局面已经不复存在,滚滚而来的冬季游客正在迅速重构中国冰雪旅游发展的新格局。2017年春节黄金

周,中国冰雪旅游胜地哈尔滨市接待游客 91.1 万人次,同比增长 13.8%;旅游收入 21.6 亿元人民币,同比增长 16.1%。但是,即将成为 2022 年冬奥会的主要竞赛场地的河北省张家口市则接待游客 239.33 万人次,实现旅游总收入 20.3 亿元,分别同比增长 29.4% 和 57.1%。可见,东北一区独大的局面已随着京津冀地区一批承办冬奥会的高水平综合性国际冰雪赛事场馆的建设和西北地区冰雪旅游的迅速发展而变成三大聚集区并立的局面,而且从东北地区的角度看,冰雪旅游的“南展西扩”已成战略发展态势。东北地区冰雪资源禀赋最好,雪期最长,冰雪旅游产品最丰富,市场知名度大,是中国冰雪旅游的先导区和成熟区。华北地区虽然雪期短、雪质较差(以人工造雪为主),但临近京津等国内主要客源市场,区位优势明显,冬奥会的举办不仅使该地区冰雪旅游配套设施得到进一步的完善,而且冬奥会的吸引效应和遮蔽效应将更加明显。西北地区以阿尔泰山、峨眉山为主,雪期及雪质都较好,滑雪与地方民俗风情特色结合,文化魅力强,制约冰雪旅游发展的交通与区域经济条件正在明显改善,这一地区的后发优势也十分明显。因此,有专家预计,到 2020 年我国以冰雪旅游为核心的冰雪产业总规模可达到 6000 亿元,到 2025 年我国冰雪产业总规模可达到 10000 亿元。

如此辉煌的前景,当然值得我们骄傲,并对未来冰雪旅游的发展充满信心,但是适当的反思也是非常必要的。在国内冰雪旅游迅速发展的同时,一些问题也开始显露,主要有以下几点:

一、冰雪旅游产业结构失衡,产业链缺环明显。国际冰雪旅游产业已经突破传统的旅游业、体育业的范畴,形成集装备制造、房地产、器材服装、交通通信、娱乐购物、餐饮住宿、创意设计、宣传培训等相关产业于一体的完整体系,即以“旅游+”模式为核心的大旅游概念。目前,国内冰雪旅游在冰雪景观、滑雪场建设方面发展相对较为成熟,但在制雪设备、缆车索道、滑雪器材及服装等用具制造的产业链前端几乎是空白,不得不大量依靠进口。在旅游房地产、冰雪创意设计、网络营销、展陈宣

传、专业培训、住宿餐饮、娱乐购物等诸多环节仍有巨大的提升空间。

二、冰雪旅游产品文化内涵匮乏,同质化现象明显。总体上看,国内冰雪旅游产品的文化内涵匮乏,尤其是北方寒带各个少数民族在漫长的历史上所创造的精神文化和物质文化并没有有机地融入其中。这些少数民族冰天雪地中的欢愉幸福,在对抗严寒冰冻时的坚韧顽强,在民族对抗中的骁勇彪悍,往往没有成为冰雪旅游产品的核心构成要素。加之科技含量偏低,各地冰雪项目差异不大,产品开发创意雷同,缺乏知名品牌,从而导致冰雪旅游消费结构不平衡。近年来冰雪旅游收益持续上涨主要依靠门票、食宿等刚性收入,购物、娱乐、交通、信息、器材等边际效益较高的收入并没有明显增长。

三、有些地区冰雪旅游产业发展带有很大的盲目性和随意性。一些地区冰雪旅游产业发展缺乏战略性总体规划,各地方政府的主导作用有待于进一步发挥。由于至今尚无国家冰雪旅游产业发展的技术设计规范出台,各地各类冰雪旅游产品“千姿百态”,滑雪场等冰雪景区的设置与分布、生态环境的保护、旅游安全保障都缺乏权威规范。以黑龙江滑雪场建设为例,到目前为止全省70%的滑雪场没有与高等级公路相连,哈尔滨市周边建成的滑雪场占全省雪场总数的90%左右,交通基础设施的不配套和滑雪场的重复建设,势必影响当地冰雪旅游的发展。

四、国内对冰雪旅游的理论研究明显滞后。直至20世纪90年代中后期,国内对冰雪旅游的理论研究才逐渐开始,一些学术论文、专著陆续发表。但国内尚没有一支冰雪旅游理论研究队伍,在冰雪旅游概念的界定、冰雪旅游产业构成的探讨、冰雪旅游产品的动态分析、冰雪旅游的可持续发展对策、中外冰雪旅游产业的对比等研究领域还没有构建起系统的理论体系,仍有待新的理论突破。2016年3月,习近平总书记在参加全国“两会”黑龙江省代表团审议时指出:“绿水青山是金山银山,黑龙江的冰天雪地也是金山银山。”这为加快冰雪旅游产业发展,让冷资源产生热效应,特别是大力推进冰雪产业供给侧结构性改革,提升冰雪产业

发展的创新力指明了方向和路径。只要我们审时度势,正视问题,理清思路,蓄势待发的中国冰雪旅游产业一定会有广阔的发展前景。

黑龙江是国内冰雪旅游发展最早亦是最为发达的省份,承办过第三届亚洲冬季运动会和第24届世界大学生冬季运动会,不仅拥有以冰雪大世界、中国雪乡、亚布力滑雪场、太阳岛雪雕、松花江冬泳等经典品牌为代表的众多冰雪旅游产品,而且已经形成以观赏冰雪艺术景观为核心的冰雪风光游、以滑雪运动为核心的冰雪度假游、以体验北方寒带风情的冰雪消闲游三大产品体系,接待人数和旅游收入连年大幅度增长,一直是国内冰雪旅游最大的聚集区。黑龙江旅游产业发展研究中心作为黑龙江省教育厅和黑龙江大学的社会科学研究基地,长期以来一直立足黑龙江,关注中国冰雪旅游的发展,并将其作为重点研究领域。此次推出的冰雪旅游研究系列丛书,是本中心有关研究人员多年刻苦研究的成果。在丛书编写过程中一直得到黑龙江省委常委、统战部长孙尧同志的关怀与指导,黑龙江省旅游发展委员会和哈尔滨市旅游发展委员会负责同志,特别是黑龙江省教育厅科技处和黑龙江大学社会科学处的负责同志对本丛书的编写给予了大力支持!对此,丛书全体编写人员表示衷心的感谢!

段光达
2016.12

序 言

二十世纪九十年代,在中国黑龙江亚布力滑雪场举办了第三届亚洲冬季运动会。全国首家大型旅游滑雪场出现之后,我国的滑雪产业得到快速发展。目前滑雪产业已经从原来集中在黑龙江、吉林两省,扩展到辽宁、河北、北京、新疆等地。目前,全国已出现黑龙江亚布力阳光度假村、吉林北大壶滑雪场、河北省崇礼县的万龙滑雪场和云顶滑雪场等大型品牌旅游滑雪场。据统计,全国滑雪场已超过千家,年滑雪人次达2000万以上。许多具有适宜温度条件、山地资源、水资源的山区政府都想通过开发建设旅游滑雪场吸引客源,并以此带动交通、住宿、餐饮、购物、文化、娱乐等相关产业的发展。与此同时,也出现了一些综合型的、度假型的、连锁经营型的、中外合资型的、以服务于儿童和家庭为主的多种类型的滑雪场。

提升品质对于滑雪产业的拓展起到了积极的促进作用。由于一些区域近距离重复建设同等类型滑雪场,布局不够合理,在雪道的设计、索道设计、滑雪场大厅功能分布、雪场安全管理和安全救护等方面也存在不少问题。不但要注意避免滑雪场选址失误,雪道、索道设计等方面的失误,已建成的旅游滑雪场也要学习、借鉴国内外滑雪场成功的经验和做法,进行规范管理,以保证滑雪资源有序开发利用,健康、持续地发展。

本书基于这样的出发点,对旅游滑雪场管理的理论和实践进行了总结和提炼,以期对这方面的学习和工作有所指导。本书介绍了我国滑雪发展历史、旅游滑雪场发展的现状和趋势,还介绍了旅游滑雪场管理的概念及管理办法,从旅游滑雪场规划程序、内容、原则,旅游滑雪场现场管理、大厅管理,安全救护管理,人力资源管理,配套设施管理,滑雪学校管理等方面进行

了阐述。笔者特别考察了国内较早起步的黑龙江省亚布力阳光度假村、亚布力滑雪场、哈尔滨吉华滑雪场、哈尔滨帽儿山滑雪场、吉林长白山万达滑雪场、河北万龙滑雪场、北京南山滑雪场,还考察了奥地利因斯布鲁克滑雪场、萨尔斯堡滑雪场,瑞士铁力士滑雪场、达沃斯滑雪场,专门听取了加拿大、日本、韩国有关滑雪协会专家和管理人员对加拿大惠斯勒、日本妙高、韩国龙平等大型知名滑雪场的雪道规划、索道设计、现场管理、安全救护、市场促销等方面情况的介绍。在此期间,还向国内大型滑雪场管理专家韩刚、马春野、姜道君、陈刚、陈四海、苑桂彪等人进行了咨询。同时,向国土资源管理、林业管理、土地规划、发改委、环境管理等部门进行了有关政策和规定的咨询。

本书注重对旅游滑雪场操作层面的总结,力图与旅游滑雪场管理的实际工作有所结合。在滑雪场规划部分,突出雪道和索道的规划,如选择雪道的基本条件和必要条件等方面的评估论证。除此之外,还介绍了滑雪综合配套管理、滑雪场大厅的规划和具体管理内容,这方面的内容本书是在国内最先提出来的。本书还突出了滑雪安全的管理。在2012年黑龙江省大秃顶子山滑雪场出现了雪崩事故之后,滑雪者的安全、旅游滑雪场的安全管理被提上了重要日程。本书分析了滑雪场安全隐患及种类,提出了防范对策和安全管理的具体措施,对于推动滑雪产业健康发展很有益处。本书对旅游滑雪场的人才管理、人员选用,对员工工作积极性、创造性的激励也进行了论述。

本书的编写参考了王永生、胡万生先生主持制定的《旅游滑雪场质量等级标准》及人民体育出版社出版的《高山滑雪初级教程》等书籍,在此加以说明。

姜一海

目 录

第一章 旅游滑雪场概述	1
第一节 中国大众滑雪旅游的兴起	1
第二节 中国旅游滑雪场的发展历程	9
第三节 中国旅游滑雪场的发展现状及趋势	15
第二章 旅游滑雪场管理概述	22
第一节 旅游滑雪场管理的概念	22
第二节 旅游滑雪场管理活动	23
第三节 旅游滑雪场管理的职能划分	32
第四节 旅游滑雪场经营管理的基本方法	35
第三章 旅游滑雪场规划	37
第一节 旅游滑雪场规划的概念	37
第二节 旅游滑雪场规划的内容	39
第三节 旅游滑雪场规划的原则	52
第四节 旅游滑雪场规划的流程	53
第五节 旅游滑雪场规划的注意事项	60
第四章 旅游滑雪场滑雪大厅管理	65
第一节 滑雪大厅概述	65

第二节	滑雪大厅的工作流程和组织机构	67
第五章	旅游滑雪场人力资源管理	79
第一节	旅游滑雪场人力资源管理的过程	79
第二节	中国旅游滑雪场人力资源管理中存在的问题	93
第三节	中国旅游滑雪场人力资源管理的改进措施	98
第六章	室外旅游滑雪场配套设施的建设与管理	101
第一节	配套设施的基本概念	101
第二节	配套设施建设的前期规划	102
第三节	基础配套设施的建设与管理	103
第四节	商业配套设施的建设与管理	113
第七章	滑雪学校管理	122
第一节	滑雪学校	122
第二节	大众滑雪教学基础知识	124
第三节	滑雪学校教学方法	143
第八章	旅游滑雪市场营销	148
第一节	旅游滑雪市场营销管理	148
第二节	旅游滑雪市场营销战略	150
第三节	旅游滑雪市场营销策略	159
第九章	旅游滑雪场安全管理	173
第一节	我国大众滑雪旅游安全现状及原因分析	173
第二节	大众滑雪旅游安全系统及各环节作用机理	179
第三节	大众滑雪旅游安全保障体系建设	189
参考文献		199

第一章 旅游滑雪场概述

大众滑雪旅游促进了旅游滑雪场的兴起和快速发展，从产业结构角度来看，旅游滑雪场是大众滑雪旅游的供给方，因此，在对旅游滑雪场管理开展研究之前，本章首先对大众滑雪旅游进行界定，明确其概念、特征和分类，以便使旅游滑雪场管理具有更强的针对性。其次，对中国滑雪场的发展历程进行总结，明确我国滑雪场所处的发展阶段。最后，对我国旅游滑雪场的发展现状进行概括，并在此基础上对呈现出的发展趋势进行归纳，为旅游滑雪场的管理创新指明方向。

第一节 中国大众滑雪旅游的兴起

到目前为止，大众滑雪旅游尚未形成统一的定义。为此，我们根据研究需要对其做进一步阐释。本节首先给出大众滑雪旅游的定义，并对其进行简单分类，最后概括出我国大众滑雪旅游的特征。

一、大众滑雪旅游概念

在比较不同的滑雪定义后，我们从“大众旅游”的角度给出大众滑雪旅游的定义，突出其作为人们冬季休闲旅游选择项目的特征。

（一）竞技角度的滑雪定义

1933年在挪威北部发现了刻有滑雪图案的岩石，其表明挪威人在4000

多年前就有了滑雪这项运动。在古代,滑雪是一种冬季的交通形式,用于捕猎和军事活动。

随着人类文明的进步和社会经济的发展,滑雪的这种交通职能逐渐退化。人们将古时的出行方式同竞技概念相融合,使滑雪有了竞技意义。这种意义在欧洲表现得尤为显著。在欧洲,滑雪常和宫廷活动联系在一起,成为上流社会的竞技项目,与赛马、角斗同为宫廷博弈项目。

1924年,在法国夏蒙尼举办的第一届奥林匹克冬季运动会上,滑雪成为正式的奥运会比赛项目。1932年第一届世界性的滑雪比赛在纽约的普莱西德湖举行。虽然这次比赛只开展了北欧式滑雪,但引起了美国年轻滑雪者的极大兴趣。这两个事件进一步推动滑雪成为欧洲和美洲冬季的主要旅游活动项目。

二战后,冬奥会的进一步普及使滑雪成为一种世人所熟知的竞技项目,竞技角度的滑雪定义已深入人心。

(二) 运动角度的滑雪定义

在欧美国家,滑雪被视为贵族运动,与高尔夫、台球、马术并称为绅士运动,并成为上流社会的一种季节性时尚型运动方式。二战后,大众旅游的发展促使滑雪从功利性竞技向功能性生活运动转变。

有观点认为,滑雪应从竞技中“进去”,从运动上“出来”。这种观点注意到了滑雪的运动内核,为我们划清了滑雪概念的运动边界,这也是对滑雪发展历史的总结。从这个角度看,滑雪已被社会所接受,并成为人们冬季健身的方式之一,它也从贵族阶层走向大众阶层。这也是滑雪运动发展的必然趋势。

- 2 从运动角度看,滑雪是人们为了强身健体所进行的一种时尚运动,以及由此引起的社会行为、关系和影响的总和,是滑雪者这一主体借助滑雪媒介等外部条件,通过对滑雪客体的能动的活动,为实现自身某种需要而做的非竞技运动的一个动态系统。它属于运动的范畴,是体育运动中的一个项目。

（三）休闲角度的滑雪定义

如今，我们已经进入休闲时代，休闲消费成为人们生活不可或缺的重要组成部分。休闲是人们行为的重要动机之一。滑雪是滑雪主体在休闲动机支配下所产生的一种自发行为，该行为受到支付能力、闲暇时间、身体状况及其他功能条件的限制。

有学者认为滑雪的基本出发点、整个过程和最终效应都是以获取精神享受为指向的。对滑雪者而言，滑雪不仅是一种经济活动，更是一种精神活动，这种精神生活是通过休闲享受而获得的，因此，滑雪又是一种休闲活动，一种综合性的陶冶活动。

（四）旅游角度的滑雪定义

旅游是非定居者的旅行和暂时居留而引起的现象和关系的总和，这些人不会长期定居，且不牵涉任何赚钱的活动。由此可知旅游的外延极其丰富。人们离开常住地前往滑雪场从事滑雪运动，这不仅具有异地性、非营利性和休闲性，也是一种社会现象。显然，滑雪具有旅游学意义。如今，滑雪作为一种旅游项目已经成为欧美一些地区旅游收入的重要来源之一。

近年来，中国的滑雪市场规模不断扩大，相关行业也有了长足发展。随之而来的是滑雪欲望和滑雪需求的日益大众化、生活化和个性化。滑雪成为冬季旅游的一种显著的社会现象，旺盛的需求催生了一个庞大的供给环节，产生了巨大的社会和经济效应，这些都反映了滑雪的旅游学意义。

（五）产业角度的滑雪定义

行业依靠市场存在，市场的变化可以衍生一个新的行业。滑雪市场的不断扩大，必然会导致滑雪行业的出现。这要求我们在对滑雪下定义时，不仅要从业体现象出发，而且要从宏观的产业角度来看待滑雪旅游这一社会现象。

滑雪主体的数量集合形成了庞大市场需求，蕴含着巨大的利润空间，以滑雪为主体的产业随之出现。专门为滑雪者服务的滑雪服务商，滑雪器



材制造商、供应商、开发商,雪道设计部门,滑雪场管理部门等相继独立出来,由研发、生产、流通、消费、服务各个环节组成的链条不断延长,最终形成了完整的滑雪产业链。因此,在理解“滑雪”这一概念时,亦应从产业的角度赋予其新的内涵,滑雪是滑雪产业的核心,其他相关部门为这一核心服务。

以上的定义中,第一种关注的是滑雪活动的竞技内涵;第二种侧重于滑雪活动的运动属性;第三种立足于滑雪活动的休闲趋向;第四种强调滑雪活动所引发的旅游效应;最后一种则把滑雪放在社会分工的大环境中,突出其产业内涵。

在对滑雪的定义进行对比分析的基础上,我们对大众滑雪旅游做如下界定。大众滑雪旅游是人们在休闲动机的支配下离开其常住地前往滑雪场,从事非竞技性滑雪运动的旅行和暂时居留而引起的现象与关系的总和。这些人不会在滑雪旅游地定居和就业,其表现为人们花费一定的时间和金钱等成本去换取一定数量和质量的滑雪体验与经历,从而达到物质和精神的双重享受。这项以滑雪为核心的产品交换过程,涉及社会产业、经济部门和滑雪消费者之间供求互动的经济和社会变量,这些变量的组合构成了滑雪产业的基石。

二、大众滑雪旅游分类

大众滑雪旅游是一项综合性的旅游项目,种类繁多。本书从研究需要出发对其进行简单分类,具体如下。

(一) 滑雪旅游、戏雪旅游和滑雪观光游

4 根据消费项目的不同,可以将大众滑雪旅游分为滑雪旅游、戏雪旅游和滑雪观光游。

1. 滑雪旅游

滑雪旅游是指游客到滑雪场后,以滑雪运动为主要消费项目,包括高山滑雪、越野滑雪、单板滑雪和新派滑雪等。

2. 戏雪旅游

戏雪旅游是指游客到滑雪场后,以具有娱乐游戏性质的非滑雪项目为主要消费项目,包括雪地摩托、雪圈、雪碟、滑道、雪地足球等。

3. 滑雪观光游

滑雪观光游是指滑雪旅游和戏雪旅游之外的旅游形式。这类游客到滑雪场后,既不进行滑雪运动,也不体验戏雪项目,而是以旁观者、局外人的身份来观察滑雪运动,获得一种直观的近距离的间接滑雪感受。

(二) 滑雪一日游和滑雪过夜游

依据游客是否在滑雪场过夜,将大众滑雪旅游分为滑雪一日游和滑雪过夜游。

1. 滑雪一日游

滑雪一日游是指游客当日到达并当日离开滑雪场的滑雪旅游形式。这类旅游时间较紧凑,会将所有的消费项目安排在一天内完成。

2. 滑雪过夜游

滑雪过夜游是指游客在滑雪场滞留时间不少于一夜的旅游形式。这类游客重视滑雪体验,会精心安排滑雪行程,多为滑雪爱好者或发烧友。

(三) 国际滑雪旅游和国内滑雪旅游

根据是否出国,将大众滑雪旅游分为国内滑雪旅游和国际滑雪旅游。

1. 国际滑雪旅游

国际滑雪旅游是指国民离开本国前往国外滑雪场所开展的旅游活动。就范围而言又可以分为洲内滑雪旅游和洲际滑雪旅游两种形式。

2. 国内滑雪旅游

国内滑雪旅游是指国民在本国国内开展的滑雪旅游活动,根据旅行距离的长短可将其分为省内滑雪旅游和跨省滑雪旅游。

由于我国大众滑雪旅游资源多分布在长江以北,尤其是东北三省境内,因此我国的大众滑雪旅游多为跨省滑雪旅游。