

黑龙江省边境地区体育旅游业发展现状及优化路径分析

——以同江市为例

杨帆

福建师范大学体育科学学院

摘要：本文采取实地调研法、文献分析法，对黑龙江省同江市的体育旅游资源发展现状及优化路径进行分析。本文实地考察发掘出同江市蕴含冰雪体育旅游、民族体育旅游、跨境体育旅游、生态体育旅游、红色体育旅游五方面的体育旅游资源。对其发展现状进行研究，发现目前同江市存在着体育旅游基础设施不够完善、体育旅游资源开发程度低、体育旅游宣传不足、劳动力缺失严重、政府配套服务体系建设不完善的问题。针对同江市体育旅游存在的问题，本文提出完善体育旅游基础设施建设、发挥数字技术的赋能作用、落实吸引体育旅游相关劳动力政策、提高体育旅游宣传质量的优化路径。

关键词：体育旅游；边境地区；经济发展

引言

党的二十大报告与“十四五”规划纲要提出，要深入实施区域协调发展战略，支持东北地区培育发展新兴产业，利用丰富的冰雪和绿色旅游资源打造特色产业，推动东北振兴取得新突破^[1]。2023 年 3 月，为贯彻落实习近平总书记的指示，落实党中央、国务院对东北全面振兴的部署要求，文化和旅游部与国家发改委编制《东北地区旅游业发展规划》，其中明确指出，要发挥东北地区的边境优势，探索边境旅游发展新模式，打造全国边境旅游改革创新样板地^[2]。黑龙江省作为东北地区边境线最长、边境城市最多的省份，其边境地区民族风情独特、冰雪资源丰富^[3]、自然景观优美，边境旅游业具有较好的发展前景。同时，黑龙江省作为中国冰雪资源最丰富的地区，是中国冰雪体育的发源地^[4]，其全民冰雪运动参与率居全国首位。自筹办 2022 年冬奥会提出的“带动三亿人参与冰雪运动”以来，黑龙江省大力推动冰雪体育旅游资源的开发和相关设施建设，2022 年，黑龙江省政府印发《黑龙江省冰雪经济发展规划（2022—2030 年）》，其中指出，要推进黑龙江省冰雪体育、冰雪旅游与相关产业创新融合^[5]，健全冰雪经济体系，全面提升冰雪经济价值转化能力^[6]。

一、同江市体育旅游资源蕴藏情况

（一）体育旅游的概念及特点

体育旅游指游客以参与或观赏体育运动项目为目的而进行的有组织的旅游活动^[2]。体育旅游具有多样性、广泛性的特点。具体言之，体育旅游的多样性可分为形式多样性和内容多样性两方面。体育旅游的形

式多样，游客可依据自身需要及喜好而参与竞技运动、体育锻炼、体育康养、体育文化交流等多种形式的体育活动；体育旅游的内容多样，例如民族传统体育项目丰富，游客可体验不同的民族风俗体育项目，在其中增进民族了解、增强民族文化交流。

（二）冰雪体育旅游资源

同江市位于黑龙江省东部，位于北纬 47° 25′ ~48° 17′，为温带季风型气候，冬季寒冷漫长，冬季平均气温 -15.6℃，平均积雪厚度适中，结冰期长达 4 个月，为天然的冰雪运动圣地。同江市于每年 12 月份浇筑人工冰场，较多本地居民参与短道速滑、花样滑冰项目，吸引部分外地游客前来体验。2022 年以来，同江市举办为期 4 个月的“冰雪旅游文化节”系列活动，旨在推动民族文化、体育与冰雪旅游深度融合，开展国际交流合作，推动经济社会发展。

（三）赫哲族体育旅游资源

赫哲族是黑龙江流域历史悠久的渔猎民族，因地处祖国东方，被称为“守望太阳的民族”。赫哲族人口不足一万，但拥有丰富的民族文化遗产，例如世界非物质文化遗产——赫哲族说唱依玛堪。千年以来，赫哲族以其独有的渔猎文化发展了独特的民族传统体育。叉草球、射草把、叉鱼等体育运动源自于赫哲族人的渔猎活动，具有趣味性和健身性^[3]。

（四）跨境体育旅游资源

同江市地理位置特殊，距俄罗斯仅一江之隔，边境线长 170 千米，在百年以来的边民贸易及政府合作中，同江市逐渐形成了集经济、教育、体育、艺术合作于一体的多层次开放格局。同江市于每年夏季举办

为期4个月的“中俄边境文化季”活动,至2021年,“中俄边境文化季”已完善为集经济交流、文化艺术、体育赛事、城市建设、旅游等于一体的全方位、深层次的对外开放项目,为两国边境地区的体育交流与合作提供众多机会。

二、同江市体育旅游资源开发中存在的问题

(一) 体育旅游基础设施不够完善,便利程度低

同江市的住宿、运输及服务体系建设尚不成熟。首先,同江市的住宿业发展落后,现存酒店、旅店、招待所等建设时间较早,设备落后,难以满足游客的需求,且住宿分布主要集中在居民聚集区,村镇中的特色民宿建设缺失。受制于人口流失和经济困顿,住宿业在旅游淡季时的最低生产需求难以维继。其次,同江市的旅游驿站建设不足。根据调查,来同江市自驾游的游客数量众多,而同江市加油站数量少,公路旁超市、厕所、服务站稀缺,不能很好地满足游客的需求。最后,同江市体育旅游场馆建设的使用率低、智能化程度低。据调查,同江市仅拥有一个综合性室内体育馆,其未实现智能化,造成了资源的浪费。室内外的场地建设和设备投入不足、场地使用信息不透明,造成大量场地建成后利用率低,也是制约同江市体育旅游发展的因素之一^[7-8]。

(二) 现有体育旅游资源开发不足

同江市对现有体育资源的开发程度不足。首先,同江市的体育旅游集中在跨境体育旅游与冰雪体育旅游这两个领域,对于生态体育旅游资源、民族体育旅游资源和红色体育旅游资源的开发程度较低。以赫哲族民族体育旅游为例,比较有影响力的乌日贡大会为三年举办一次,频率较低,而其余的特色体育项目开展数量少、规模小。其次,同江市对跨境体育旅游与冰雪体育旅游两个领域的开发也不够深入。第一,跨境体育旅游项目尚待进一步拓展,已有的竞赛项目以长距离竞速为主,而对抗类项目、表演类项目的数量有待增加。第二,冰雪体育旅游项目与文化的融合性差。以哈尔滨“冰雪大世界”为例,其在举办各类冰上演项目外,还设有运动健儿风采展、特色冰雕与雪雕等,让游客不仅能够体验冰雪体育旅游的具体项目,还能够感悟其中蕴含的体育文化与冰雪文化^[4]。同江市仅有冰雪体育旅游项目,而缺少与本地特色文化的联动,内涵缺失。

(三) 体育旅游宣传质量不佳,品牌赛事项目知名度低

同江市体育旅游宣传质量不高,体现在如下三点。首先是宣传的受众数量少。同江市党委宣传部官方微

信公众号“魅力同江”是同江市关注度最高的旅游网络宣发平台,其平均每篇推文的阅读量为685.02次,远远低于黑龙江省冰雪体育旅游景点“冰雪大世界”公众号的22539.16次。其次是宣传的内容同质化。总结来看,同江市宣传部门与上级部门对于同江市自然风光与民俗风情的宣传报道较多,而对体育旅游有关的内容报道较少。据调查,现有游客中的大部分是受“探索祖国最东端”这一目的吸引前来,其动机具有单一性,而与之迎合的宣传文章及视频讲解词汇大量同质化,未能创造旅游与本地文化新的结合点^[9-10]。

四、同江市体育旅游资源发展优化路径

(一) 完善体育旅游基础设施建设

对于同江市体育旅游基础设施建设中存在的不足,可以从以下几个方面进行改进。①在交通方面,首先应抓紧开展铁路提速工程,强化各交通枢纽站之间的公共交通联系,提升客运的速度。其次,应合理考察公路客运对于服务站的需求,建设能够满足游客需要的服务站、加油站,提升客运的质量。最后,为满足游客的出行服务,应配强旅游社服务质量与自驾游的路线规划服务,提升游客的旅游满意度。②在住宿方面,第一是政府要积极引导企业对现有的住宿进行升级,并支持配套建设娱乐设施及餐饮业集群,增强服务游客的水平。第二是政府要完善行业保障举措,在旅游淡季时要保障住宿业的平稳运行,在旅游旺季时要引导住宿行业内的资源配置,鼓励个体开辟多种营收手段,例如增加租车服务、门票服务等,增强行业可持续发展。③在体育旅游场地设施方面,应完善场地建设公共服务信息公开与预约平台,公开场地具体信息、使用情况,为使用场地提供便利。

(二) 合理利用数字技术,提升体育旅游各方面质量

现阶段,数字化的赋能为全国各地的体育旅游产业带来新机遇^[5],不断提高体育旅游产业的数字化程度,也是体育旅游业发展的大行趋势。

“数字+体育旅游”的形式可以为体育旅游行业带来提高行业内资源配置效率,创造数字化新产品,提高宣传效率等益处。第一,数字技术的运用可以提高体育旅游业内资源配置的效率。在互联网时代,通过网络搜索量与新闻转载量等信息,可以推测出旅游的热点,迎合年内发生的最新、最热的事件结合体育旅游的不同类型进行有侧重的发展,能够促进体育旅游业内资源合理配置。第二,数字技术的运用能够创造虚拟体育旅游产品。数字云技术能够生产非实物产品例如云旅游、数字博物馆等形式,相较于实体产品,

虚拟产品流通性更强、传播面更广,可以结合赫哲族民俗体育创新数字产品设计、设计祖国东端吉祥物等。第三,数字技术能够大幅提升体育旅游的宣传效率。现如今,人们接收信息的渠道主要通过网络和社交媒体,能够通过海量的数据细分人群、发掘潜在客户市场,由此能够提高宣传的定向性,节约宣传成本的同时也提升宣传的精准率。

五、结论

同江市作为黑龙江省东部的重要边境城市,其体育旅游资源具有显著的多样性与独特性,蕴含着巨大的开发潜力与战略价值。从资源禀赋来看,同江市依托温带季风型气候与长期寒冷环境,形成了丰富的冰雪体育旅游资源,不仅具备天然的冰雪运动条件,还通过“冰雪旅游文化节”等系列活动推动了冰雪运动与文化、国际交流的融合,展现出冰雪体育旅游的品牌雏形;同时,赫哲族传统体育项目如叉草球、射草把、叉鱼等,源于其渔猎文化,兼具趣味性与健身性,为民族体育旅游提供了深厚的文化根基;此外,同江市与俄罗斯远东地区仅一江之隔的地理优势,以及“中俄边境文化季”等平台,为跨境体育旅游合作创造了独特机遇。然而,当前同江市体育旅游资源的开发仍面临多重制约。在基础设施层面,公路、铁路、航空运输体系衔接不足,公共交通覆盖有限,住宿与驿站等配套服务设施滞后,导致游客可达性与便利性受限;在资源开发层面,项目集中于冰雪与跨境领域,对生态、民族、红色等其他体育旅游资源挖掘不足,且现有项目与本地文化融合度低,缺乏哈尔滨“冰雪大世界”等深度文化联动的标杆案例;在宣传推广层面,受众

覆盖有限、内容同质化严重,未能有效传递体育旅游的核心价值与差异化吸引力。

参考文献:

- [1] 张勇,胡家勇,鲁强,等.充分发挥国有经济推进共同富裕的引领示范作用[J].南开经济研究,2022(12):3-22.
- [2] 中华人民共和国文化和旅游部.东北地区旅游业发展规划[EB/OL].(2023-03-10)[2025-10-21].https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2023-03/29/content_5749055.htm.
- [3] 隋心,梁桂彦,徐嘉,等.黑龙江省冰雪旅游的气候条件分析[J].黑龙江气象,2008(1):28-30.
- [4] 李毅军.黑龙江省冰雪旅游竞争力分析[J].哈尔滨体育学院学报,2008,26(6):132-133+136.
- [5] 付敬博,王诚民.“中国冰球城市”高质量发展的破冰之策[J].高师理科学刊,2023,43(2):76-79.
- [6] 中华人民共和国黑龙江省人民政府.黑龙江省冰雪经济发展规划(2022—2030年)[EB/OL].(2022-03-26)[2025-10-21].https://www.hlj.gov.cn/hlj/c108411/202203/c00_31183099.shtml.
- [7] 甄子会,杨巍.黑龙江省体育旅游现状及对策[J].冰雪运动,2006(6):76-78.
- [8] 艾静超.东北地区体育旅游市场优化策略研究[J].商场现代化,2010(34):131.
- [9] 汪楠,汪宇峰,张大德.黑龙江省体育旅游资源开发研究[J].哈尔滨体育学院学报,2014,32(2):39-43.
- [10] 祖莹.借助冰雪体育运动促进黑龙江省冰雪旅游经济发展[J].哈尔滨体育学院学报,2011,29(1):11-13.