**沈阳冰雪旅游市场定位策略，未来市场可期**

冰雪是冬季旅游的最大亮点，恰逢寒冬，国内冰雪旅游迎来旺季。随着北京冬奥的临近，中国人对冰雪的热情日益高涨。据中国人民大学日前发布的2020年度“全国冰雪运动参与状况调查”显示，2019-2020年冬季，全国约有1.5亿人参加过冰雪运动。

2020年12月4日，在沈阳召开的2020辽宁省冰雪运动与体育旅游线上推介会上，沈阳市体育局副局长曹洪表示：“沈阳冰雪资源得天独厚，交通便利，竞技冰雪人才辈出，冬季来辽宁滑雪，沈阳是不可错过的‘第一站’。”发展冰雪运动、带动冰雪经济，沈阳有着得天独厚的优势。无论是地理位置，还是气候变化，沈阳都适宜在户外自然条件下开展冰雪运动，让市民群众切身体验冰雪运动带来的乐趣。沈阳拥有东北最大的民用航空港、最大的铁路编组站和全国最高等级的“一环五射”高速公路网，以沈阳为中心，驱车一小时以内可到达市内四大滑雪场。发展冰雪运动、带动冰雪经济，沈阳有着得天独厚的优势。无论是地理位置，还是气候变化，沈阳都适宜在户外自然条件下开展冰雪运动，让市民群众切身体验冰雪运动带来的乐趣。沈阳拥有东北最大的民用航空港、最大的铁路编组站和全国最高等级的“一环五射”高速公路网，以沈阳为中心，驱车一小时以内可到达市内四大滑雪场。

在竞争日趋激烈的市场环境中，企业的生存和发展取决于许多条件，其中一个众所周知的条件就是潜在的顾客必须知道产品的存在，以便在需求购买此类商品时能在头脑中出现该种品牌。为了实现这一目标，企业就需要明确、良好的市场定位，突出自己的特点，与竞争者有明显区别，使自己在消费者的心目中形成一个独一无二的商品形象，最终使消费者购买此类产品时，能把自己作为上乘的选择。如果说定位是赢得竞争优势的一种手段，那么市场定位策略就是一种竞争策略，它显示了一种产品或一家企业同类似的产品或企业之间的竞争关系。

在中国刚刚兴起的滑雪市场，初中级滑雪消费者是主流，所以初中级滑雪场是消费者最需要的雪场。三五年后，当初中级滑雪消费群已经成熟，那将是高级滑雪场大显身手之时。企业不仅要致力于开发沈阳冰雪产业，更重要的是还应正确引导消费，适应市场，使冰雪产业踏踏实实地向前发展。因此，沈阳冰雪旅游结合自身优势，将其市场定位为“初学者的天堂”。针对初学者做好滑雪文章，让滑雪者过足滑雪瘾。滑雪好玩不好学，造成了滑雪者的畏难心理，这也是国内技艺高超的滑雪者稀少的原因之一。滑雪市场急需培养初级滑雪者，壮大滑雪消费市场。沈阳滑雪场的地貌特点是险坡较少，尤其适合初中级滑雪者，在较为平坦以及倾斜度较大的山坡分别修建宽阔的雪道，恰好符合初学者和具有一定水平的人的不同需求；较温暖的冬季气候，更使得初学者可有较长滑雪时间。雪场可以增设滑雪学校、滑雪教练，开设培训班或随时指导；全部进口、安全舒适的拖牵式索道和缆车不停地运送人们从底端到雪道起始点，一切以把滑雪者可能遇到的困难都降到最低点为宗旨。

近年来，沈阳围绕打造“东北冰雪旅游第一站”的冬季旅游定位，共开发推出了冬季十大主题线路，包括一日游3条、二日游3条、三日游3条、四日游1条，涵盖冰雪文化、冰雪体育、冰雪温泉、冰雪民俗、冰雪美食、冰雪商贸等内容，品类繁多、精彩各异的冰雪文旅场景和体验活动。沈阳现有四大滑雪场。其中，白清寨滑雪场多年来承担着国家队自由式滑雪空中技巧和单板U型场地训练任务，并多次举办国际级比赛；东北亚滑雪场能够承接国际高山滑雪比赛和职业培训；怪坡滑雪场、棋盘山滑雪场主要为中、初级培训和全民健身提供服务支持。沈阳棋盘山冰雪大世界、奥体国际冰雪嘉年华等30余处冰雪体验场所具有成熟的设施条件。

从2020辽宁省冰雪运动与体育旅游线上推介会上获悉，目前辽宁省有滑雪场30余个，室内外滑冰场近60处，每年滑雪人数接近150万，直接消费和拉动相关产业8.5亿元。辽宁省体育局局长宋凯表示：“辽宁的冬天冷而不寒，到辽宁任何一座城市都能体验到冰雪的乐趣，滑雪价格低廉，性价比很高。另外，辽宁滑雪场的教练能力强、水平高，冬季到辽宁来滑雪，天不冷，学得快！”

（资料来源：<https://www.sohu.com/a/436545868_114731>

http://www.guayunfan.com/baike/231527.html；）