

冰雪服装产业与文化旅游协同发展路径研究

王宇*, 孙悦, 张国荣

长春大学旅游学院, 吉林长春, 中国

*通讯作者

【摘要】随着冰雪经济的蓬勃发展, 冰雪服装产业与文化旅游产业的协同发展成为新的经济增长点。本文深入剖析了这两个产业协同发展的内在逻辑和现实基础, 探讨了协同发展面临的机遇与挑战, 并通过案例分析总结经验, 提出了包括强化方针扶持、深化产业融合、强化品牌建设、培养专业人才等在内的协同发展路径, 旨在为促进冰雪服装产业与文化旅游产业的深度融合、实现可持续发展提供理论支持和实践指导。

【关键词】冰雪服装产业; 文化旅游产业; 协同发展; 产业融合

1. 引言

随着消费升级与文旅融合战略的深入推进, 文化旅游已从单一的观光体验向产业联动、价值共生的复合型模式转型, 而特色产业与文化旅游的协同发展, 正成为激活区域经济活力、释放资源禀赋价值的关键路径[1]。冰雪服装产业作为兼具功能性与文化属性的细分领域, 不仅是支撑冰雪经济发展的核心产业之一, 其蕴含的设计理念、工艺文化与地域特色, 更是丰富文化旅游内涵、延伸旅游价值链的重要载体。

2. 冰雪服装产业与文化旅游产业的发展现状

2.1 冰雪服装产业发展现状

2.1.1 产业规模与市场格局

近年来, 随着冰雪运动的普及和冰雪旅游的兴起, 冰雪服装市场需求不断增长, 产业规模持续扩大。据相关数据显示, 2024年全球滑雪服市场总规模达到480.34亿元人民币, 中国滑雪服市场规模则为132.91亿元人民币, 并且预测期间内全球滑雪服市场将以4.11%的复合年增长率增长, 预估2030年全球滑雪服市场总规模会达到611.68亿元人民币。目前, 冰雪服装市场格局呈现出多元化的特点, 国际知名品牌在高端市场占据较大份额, 国内品牌如波司登、安踏等通过不断提升产品品质和品牌影响力, 逐渐在中高端市场崭露头角, 同时, 一些新兴品牌也在市场中积极探索, 寻求发展机会[2]。

2.1.2 产品特点与技术创新

冰雪服装产品具有专业性、功能性和时尚性的特点。在专业性方面, 要求服装具备良好的保暖、防水、透气等性能, 以满足冰雪运动的需求; 在功能性方面, 注重服装的

舒适性、灵活性和防护性, 如添加防风裙、雪裙、多个口袋等设计; 在时尚性方面, 随着消费者审美水平的提高, 冰雪服装的设计越来越注重时尚元素的融入, 与流行趋势相结合, 满足消费者对美观的追求。

为了提高产品性能和竞争力, 冰雪服装企业不断加大技术创新投入。在面料研发方面, 采用新型高科技面料, 具有卓越的防水、透气和防风性能; 在保暖技术方面, 研发出多种保暖材料和技术, 如中空纤维、石墨烯发热技术等, 提高服装的保暖效果; 在生产工艺方面, 运用先进的生产设备和工艺, 如无缝焊接技术, 减少服装缝隙, 提高防水性能和穿着舒适性。

2.1.3 品牌建设与营销渠道

品牌建设是冰雪服装产业发展的重要环节。国内外知名品牌通过长期的品牌塑造和市场推广, 积累了较高的品牌知名度和美誉度。例如, 波司登通过与国际知名设计师合作、赞助冰雪赛事、开展品牌联名活动等方式, 提升品牌形象和影响力。在营销渠道方面, 冰雪服装企业采用线上线下相结合的多元化营销模式。线下通过专卖店、商场专柜等渠道进行销售, 为消费者提供直观的购物体验; 线上借助电商平台、社交媒体等渠道进行销售和推广, 拓展市场覆盖范围, 提高销售效率。

2.2 文化旅游产业发展现状

2.2.1 产业规模与发展趋势

文化旅游产业作为旅游业的重要组成部分, 近年来呈现出蓬勃发展的态势。全球文化旅游市场规模不断扩大, 2024达到70亿美元左右, 预计未来几年将保持稳定增长。在

国内，文化旅游产业也成为经济发展的新亮点，2024年国内居民出游总花费5.8亿元。随着人们对文化旅游需求的不断升级，文化旅游产业呈现出多元化、个性化、体验化的发展趋势，游客不再满足于传统的观光旅游，而是更加注重文化体验和互动参与。

2.2.2 冰雪文化旅游资源开发

我国拥有丰富的冰雪文化旅游资源，东北、华北、西北等地是冰雪旅游的主要目的地。各地充分挖掘当地的冰雪文化资源，开发出各具特色的冰雪旅游产品和项目[3]。例如，哈尔滨以冰雪大世界、太阳岛雪博会等为代表，打造了集冰雕、雪雕、冰雪娱乐为一体的冰雪旅游品牌；吉林的雾凇景观、长白山的冰雪风光吸引了大量游客前来观赏；新疆的阿勒泰地区依托“人类滑雪起源地”的文化标识，开展冰雪民俗活动，将冰雪运动与文化体验相结合。此外，一些南方城市也通过建设室内滑雪场、冰雪主题乐园等方式，发展冰雪旅游产业，满足当地及周边地区游客的需求。

2.2.3 旅游服务与市场竞争

为了提升游客的旅游体验，文化旅游企业不断加强旅游服务设施建设和服务质量提升。在交通方面，完善通往冰雪旅游景区的交通网络，提高交通便利性；在住宿方面，建设了各类冰雪主题酒店、民宿等，满足不同游客的住宿需求；在餐饮方面，推出具有地方特色的冰雪美食，丰富游客的饮食体验。同时，随着冰雪文化旅游市场的竞争日益激烈，旅游企业通过创新产品、优化服务、加强营销等方式，提升自身的市场竞争力[4]。例如，一些旅游企业与当地文化机构合作，开发具有文化内涵的旅游演艺节目，增加游客的文化体验；通过线上营销平台，开展精准营销，吸引更多游客。

3. 冰雪服装产业与文化旅游产业协同发展的机遇与挑战

3.1 协同发展的机遇

3.1.1 冰雪经济的快速发展

随着北京冬奥会的成功举办，我国冰雪经济迎来了快速发展的黄金时期。政府加大对冰雪产业的投入，社会资本积极参与，冰雪运动和旅游的普及程度不断提高。冰雪服装产业与文化旅游产业作为冰雪经济的重要组成部分，将受益于冰雪经济的快速发展，迎来更多的发展机遇。例如，冰雪旅游市场的扩大将带动对冰雪服装的需求增长，为冰

雪服装企业提供更广阔的市场空间；冰雪产业的发展也将促进文化旅游产业的创新和升级，开发出更多具有特色的冰雪旅游产品和项目。

3.1.2 消费升级的推动

随着人们生活水平的提高，消费升级趋势日益明显。消费者对旅游和服装的需求不再局限于基本的功能满足，而是更加注重品质、文化内涵和个性化体验。冰雪服装产业与文化旅游产业的协同发展可以满足消费者对高品质、个性化冰雪体验的需求[5]。通过将文化元素融入冰雪服装和旅游产品中，打造具有文化特色的品牌和产品，为消费者提供独特的消费体验，从而吸引更多消费者，推动产业发展[6]。

3.1.3 互联网与新媒体的发展

互联网与新媒体的快速发展为冰雪服装产业与文化旅游产业的协同发展提供了新的机遇。通过互联网平台，两个产业可以实现信息共享、资源整合和营销推广。例如，利用社交媒体平台开展线上营销活动，发布冰雪旅游攻略、冰雪服装穿搭推荐等内容，吸引消费者关注；通过电商平台销售冰雪服装和旅游产品，拓展销售渠道。此外，互联网和新媒体还可以为消费者提供便捷的服务，如在线预订、智能导览等，提升消费者的体验感[7]。

3.1.4 国际交流与合作的加强

在全球化背景下，国际交流与合作日益频繁。冰雪服装产业与文化旅游产业可以通过加强国际交流与合作，学习借鉴国外先进的技术、管理经验和发展模式，提升自身的竞争力。例如，与国际知名冰雪服装品牌合作，引进先进的设计理念和生产技术；与国外旅游企业合作，开发国际冰雪旅游线路，吸引国外游客[8]。同时，通过参与国际冰雪赛事和旅游活动，提升我国冰雪产业和文化旅游产业的国际影响力。

3.2 协同发展的挑战

3.2.1 产业发展不平衡

我国冰雪服装产业与文化旅游产业在地区发展上存在不平衡的问题。冰雪资源丰富的东北地区和华北地区，冰雪服装产业和文化旅游产业相对发达，而其他地区的发展相对滞后。这种产业发展不平衡导致资源配置不合理，影响了产业协同发展的整体效果。此外，冰雪服装产业内部也存在着企业规模、技术水平、品牌影响力等方面的差异，

部分中小企业在市场竞争中面临较大压力，难以与大型企业开展有效的合作。

3.2.2 品牌建设不足

虽然我国冰雪服装产业和文化旅游产业涌现出一些知名品牌，但与国际知名品牌相比，整体品牌建设仍存在不足。在冰雪服装领域，品牌知名度和美誉度有待提高，品牌价值挖掘不够深入，品牌创新能力不足。在文化旅游领域，一些冰雪旅游目的地的品牌形象不够鲜明，品牌营销手段单一，缺乏市场竞争力。品牌建设不足制约了冰雪服装产业与文化旅游产业的协同发展，难以形成品牌合力，提升产业附加值。

3.2.3 专业人才短缺

冰雪服装产业与文化旅游产业的协同发展需要既懂冰雪服装技术和设计，又懂文化旅游产业运营和管理的复合型专业人才。目前，我国在这方面的专业人才储备不足，人才培养体系不完善。高校相关专业设置与产业需求脱节，培养的人才难以满足企业的实际需求。此外，人才流失现象较为严重，一些优秀的专业人才流向其他行业或地区，导致企业人才短缺，影响了产业协同发展的创新能力和发展速度。

3.2.4 市场监管不完善

随着冰雪服装产业与文化旅游产业的协同发展，市场规模不断扩大，但市场监管机制尚不完善。在冰雪服装市场，存在着产品质量参差不齐、假冒伪劣产品泛滥等问题，影响了消费者的权益和行业的健康发展。在文化旅游市场，旅游服务质量不高、价格虚高、宰客等现象时有发生，破坏了旅游市场秩序。市场监管不完善制约了产业协同发展的可持续性，需要加强相关法律法规建设，完善市场监管机制，营造良好的市场环境。

4.冰雪服装产业与文化旅游产业协同发展的对策建议

4.1 构建协同发展支持体系，破除产业壁垒

由文旅部门、工信部门联合制定《冰雪服装与文化旅游协同发展行动计划》，明确协同发展目标、重点任务，并设立专项扶持资金——对冰雪服装企业与旅游景区的合作项目，给予一定金额比例补贴。对开发“文化旅游专属服饰”的企业，给予研发费用加计扣除优惠。建立跨部门协同工作机制，定期召开文旅、工信、市场监管等部门的联席会议，解决协同发展中的实际问题[9]。

在东北、华北等冰雪旅游核心区，规划

建设冰雪产业融合园区，集聚冰雪服装企业、旅游策划公司、文创设计机构等主体，提供研发、生产、展示、销售一体化服务。举办冰雪服装与旅游融合博览会，邀请国内外冰雪服装品牌、旅游目的地、旅行社参会，设置产品对接会、需求洽谈会等环节，搭建企业合作桥梁。

4.2 深化全链条协同，创新产品与场景

开发场景定制化服饰，针对不同冰雪旅游场景设计专属产品，为冰雪运动场景开发轻量化、高弹性的专业运动服饰，添加透气排汗面料；为景观观赏场景开发高颜值、强纪念性的休闲服饰，采用可水洗的烫金工艺印制景区标识；为民俗体验场景开发复古风民俗服饰，与当地非遗传承人合作融入传统工艺。

推出服饰加旅游套餐产品，打破服饰销售与旅游服务的割裂，设计多元化套餐。景区内服饰体验场景建设，在冰雪景区内打造服饰主题体验区，让游客在消费前深度感知产品价值。旅游行程中服饰互动场景设计，将服饰融入旅游活动环节，提升游客参与感。

4.3 构建协同品牌矩阵，提升市场影响力

挖掘地方冰雪文化，联合区域内服装企业与旅游目的地，共同打造地域专属品牌。例如，东北三省可联合推出暖冬服饰区域品牌，统一设计品牌标识，制定品牌标准，授权符合标准的服装企业使用品牌标识。推动老字号服饰品牌和传统旅游的联名合作，借助双方品牌底蕴提升协同影响力。在网络平台打造冰雪服饰旅行日记系列内容，邀请博主穿着不同风格的冰雪服饰，打卡各地冰雪景点，同步讲解服饰的设计理念、功能特点与景点文化。

4.4 培育复合型协同人才，夯实发展基础

推动高校开设冰雪产业融合专业方向，在旅游管理、服装设计、市场营销等专业中增设冰雪服饰与旅游协同相关课程。同时，联合冰雪服装企业、旅游景区建立实习实训基地。开展订单式人才培养，由冰雪服装企业与旅游企业根据岗位需求，向高校定制人才培养方案[10]。

定期举办“冰雪产业协同人才培养班”，邀请行业专家、企业高管授课，培训内容涵盖协同产品设计、跨产业营销、景区服饰运营等实战技能。搭建人才交流平台，推动冰雪服装企业与旅游企业的人才双向流

动。

4.5 完善协同服务保障, 优化消费体验

售前服务: 通过大数据分析游客需求, 提供个性化推荐, 例如, 游客在在线旅游平台预订冰雪景区门票时, 系统自动推送适配当地气候的服饰推荐清单, 并附上景区内服饰店的位置、价格信息。

售中服务: 在景区服饰店配备专业服务人员, 提供试穿指导和搭配建议, 例如, 服务人员根据游客的身高、体型推荐合适的服饰尺码, 根据游客的游玩行程推荐搭配方案; 对租赁服饰的游客, 详细讲解穿戴注意事项、归还流程, 避免后续纠纷。

售后服务: 建立协同服务投诉机制, 游客对服饰质量或旅游服务有不满时, 可通过一站式投诉平台反馈, 由服装企业与旅游企业共同处理。例如, 游客购买服饰后发现保暖性不足, 可凭购买凭证在景区服务中心办理退换货, 同时景区为游客提供临时保暖服饰租赁服务, 确保游玩体验不受影响。

5. 结论

本文研究表明, 冰雪服装产业与文化旅游协同发展具备场景需求、产品供给、体验增值的先天关联, 既是破解冰雪服装季节性依赖、同质化问题的关键, 也是文旅产业向沉浸式体验升级的抓手。但是当前二者协同仍存在障碍, 本文提出的建议切实可行, 既助力冰雪服装产业拓展市场、提升品牌文化属性, 又强化文旅地域标识、增强游客黏性, 长远将推动冰雪经济向多业态融合转型, 为其高质量发展注入新动能。

参考文献

[1]王恒, 宿伟玲.冰雪文化体育旅游融合发展机制、模式及路径[J].冰雪运动, 2024

(1): 1-7.

[2]张会萍, 杨茁, 方大甲, 等.寒地冰雪经济背景下吉林省冰雪服装产业发展策略研究[J].纺织报告, 2024, 43(03): 24-26.

[3]王冰玉, 徐晓菲.哈尔滨市特色文化旅游与生态旅游协同发展路径研究[J].对外经贸, 2025, (02): 71-74.DOI: 10.20216/j.cnki.fert1987.2025.02.004.

[4]陈宇, 岳游松.体验经济视角下东北地区冰雪旅游的价值、现实挑战与优化路径[J].沈阳体育学院学报, 2025, 44(03): 122-128+136.

[5]张琢, 丁湘宁, 胡艳乐.关于冰雪文化体育旅游融合发展机制、模式及路径研究[J].冰雪体育创新研究, 2024, 5(14): 58-60.DOI: 10.20155/j.cnki.issn2096-8485.2024.14.020.

[6]王安宁, 魏丹.黑龙江冰雪旅游文创产品的创意设计与文化传承[J].大观, 2025, (03): 75-77.

[7]徐子涵, 罗宇烜.数字技术赋能冰雪旅游产业发展——黑龙江文创产业创新发展[J].三角洲, 2025, (02): 225-227.

[8]赵磊, 温鑫.以新质生产力推动龙江冰雪产业高质量发展[J].商业经济, 2025, (02): 14-17.DOI: 10.19905/j.cnki.syjj1982.2025.02.039.

[9]刘英杰.政策持续催化冰雪旅游概念迎投资机遇[N].中国证券报, 2024-12-18(A04). DOI: 10.28162/n.cnki.nczjb.2024.005342.

[10]孙玉龙.冰雪运动产业发展视角下校企合作长效机制与协同发展路径[C]//中国体育科学学会.第十二届全国体育科学大会论文摘要汇编——墙报交流(体育产业分会).河北师范大学体育学院, 2022: 244-246. DOI: 10.26914/c.cnkihy.2022.007557.