

## 摘要

随着全球经济一体化、体育运动全球化的不断推进，人们对于生活水平要求也在逐渐提高，因此传统的休闲娱乐活动已经无法满足人们的物质与精神需求。随着我国成功举办 2022 年北京冬奥会，冰雪运动也成为人们满足自身需求的选择之一。东三省在开展冰雪运动方面有着巨大的天然优势，良好的自然资源和气候条件成为了东三省的特色形象。长春市坐落于吉林省中心位置，作为省会城市拥有区位、交通、经济、发展等一系列优势。如何将长春市大众冰雪运动做大做强，如何紧跟吉林省冰雪前进步伐成为了长春市发展大众冰雪运动当前所要面对的主要问题。因此本文将以 ASEB 栅格分析法作为主要研究手段，通过对长春市大众冰雪运动发展现状进行研究，探讨长春市大众冰雪运动在发展过程中可能存在的问题，并提出针对性发展策略，以此对长春市大众冰雪运动的发展提供理论支撑。

本文采用文献资料法，问卷调查法，ASEB 栅格分析法，数理统计法，逻辑分析法对长春市大众冰雪运动开展的实际情况进行分析，并且将问卷调查数据带入 ASEB 栅格矩阵中，从环境、活动、体验、获益四个角度分析长春市大众冰雪运动的优势、劣势、威胁和机遇，并且结合可持续发展理论的经济属性、社会属性和环境属性对长春市大众冰雪运动的可持续发展提出规划建议。

将问卷调查与 ASEB 分析结合发现长春市大众冰雪运动开展现状：长春市大众冰雪存在着活动项目单一、宣传力度不足、本地市场流失、老工业城市污染需要治理、周边配套产业不足等劣势和威胁。长春市大众冰雪运动在发展过程中存在的问题有：冰雪活动参与过程单一，缺乏个性和特色内容；大众冰雪宣传力度不足，无法树立知名品牌形象；专业人才培养进度缓慢，专业教练员水平参差；政府帮扶政策缺少具象化体现。

将可持续发展理论与 ASEB 分析结合发现长春市大众冰雪运动存在以下问题和桎梏：周边自然资源开发不足、自然环境资源利用率低、环境可持续发展缺乏细化规划、冰雪经济消费内容单一、冰雪消费偏高影响经济可持续发展、周边产

业建设不足、城市属性带来的污染问题、大众冰雪运动专业人才培养模式存在问题。根据以上内容得出长春市大众冰雪运动可持续发展的建议：

环境可持续发展建议包括：保障冰雪场所环境开发科学化；冰雪活动场所周边服务系统化升级；完善冰雪场所基础设施建设，提升运动安全性。

经济可持续发展建议包括：政府部门与知名企业开展对接业务，政府互相联系形成省内外冰雪运动集团；冰雪产业内容多元化升级，打造“元宇宙”冰雪智能装备；娱乐热点内容流量引进，打造“冰雪+温泉+康养”特色体验；整合自身优质资源，打造品牌知名度。

社会可持续发展建议包括：冰雪场所加强自身宣传力度；构建正规人才培养体系，提高服务质量；转变大众观念，提高冰雪意识；保障人民生命健康为前提的新冠疫情背景下的冰雪场所运营理念。

**关键词：大众冰雪运动；可持续发展；ASEB 栅格分析法**

# Research on the Sustainable Development of mass Ice and Snow sports in Changchun from the perspective of ASEB analysis

## Abstract

With the continuous advancement of global economic integration and sports globalization, people's requirements for living standards are gradually improving, so traditional leisure and entertainment activities have been unable to meet people's material and spiritual needs. With my country's successful bid to host and successfully host the 2022 Beijing Winter Olympics, ice and snow sports have also become one of the choices for people to meet their own needs. The three eastern provinces have huge natural advantages in developing ice and snow sports, and good natural resources and climatic conditions have become the characteristic images of the three eastern provinces. Changchun City is located in the center of Jilin Province. As the provincial capital city, it has a series of advantages such as location, transportation, economy and development. How to make Changchun Volkswagen ice and snow bigger and stronger, and how to keep up with the pace of Jilin Province's ice and snow development have become the main problems that Changchun City is currently facing in the development of popular ice and snow. Therefore, this paper will use the ASEB grid analysis as the main research method, through the research on the development status of Changchun's popular ice and snow, to discuss the possible problems in the development of Changchun's popular ice and snow, and to put forward targeted development strategies, in order to improve Changchun City. The development of mass ice and snow provides theoretical support.

This paper adopts the method of literature data, questionnaire survey, ASEB grid analysis method, mathematical statistics method, and logical analysis method to analyze the actual situation of Changchun public ice and snow development, and brings the questionnaire survey data into the ASEB grid matrix, from the environment This paper analyzes the advantages, disadvantages, threats and opportunities of Changchun Volkswagen Ice and Snow from four perspectives: activities, experiences and benefits. And combined with the economic, social and environmental attributes of the sustainable development theory, a strategic plan for the sustainable development of Changchun's

public ice and snow is put forward.

Combined with the questionnaire survey and ASEB analysis, the current situation of mass ice and snow sports in Changchun was found: there are disadvantages and threats such as single activity project, insufficient publicity, loss of local market, pollution control in old industrial cities, and lack of surrounding supporting industries. Problems in the development of Changchun public snow and ice sports include: lack of personality and characteristics, lack of public snow and ice publicity to establish well-known brand image, slow progress of professional personnel training and poor level of professional coaches, and lack of government support policies.

Will sustainable development theory and ASEB analysis found that Changchun public ice and snow sports has the following problems and shackles: surrounding natural resources development, natural environment resources utilization is low, lack of detailed planning, snow and ice economy consumption content, ice consumption high impact economic sustainable development, surrounding industry construction, city attribute pollution problems, mass ice and snow sports professional talent training mode. Based on the above content, suggestions on the sustainable development of mass ice and snow sports in Changchun are obtained:

Suggestions for the sustainable environmental development include: ensuring the scientific environmental development of ice and snow venues; systematic upgrading of services around ice and snow venues; improving the infrastructure construction of ice and snow venues and improving sports safety.

The economic and sustainable development suggestions include: government departments and famous enterprises, government contact to form ice and snow sports groups inside and outside the province, ice and snow industry content diversification upgrading, create "universe" ice and snow intelligent equipment, entertainment hot content flow introduction, create "ice and snow + hot spring + health" characteristic experience, and integrate their own quality resources to create brand awareness.

Suggestions for social sustainable development include: strengthening self-publicity efforts of ice and snow sites, building a formal talent training system to improve service quality, changing public awareness of ice and snow, and the operation concept of ice and snow sites in the context of COVID-19, on the premise of ensuring people's lives and health.

**Key Words: Mass snow and snow sports; sustainable development ; ASEB grid analysis**

# 目录

摘要 .....	I
Abstract .....	III
第 1 章 绪论 .....	1
1.1 研究背景 .....	1
1.2 研究目的及意义 .....	2
1.2.1 研究目的 .....	2
1.2.2 研究意义 .....	3
1.2.3 研究创新点 .....	4
1.2.4 技术路线 .....	5
第 2 章 文献综述 .....	6
2.1 相关概念释义 .....	6
2.1.1 大众体育 .....	6
2.1.2 冰雪运动 .....	6
2.1.3 可持续发展理论 .....	7
2.1.4 ASEB 栅格分析法 .....	8
2.2 研究动态 .....	9
2.2.1 国外研究动态 .....	9
2.2.2 国内研究动态 .....	10
第 3 章 研究对象与方法 .....	16
3.1 研究对象 .....	16
3.2 研究方法 .....	16
3.2.1 文献资料法 .....	16
3.2.2 问卷调查法 .....	16
3.2.3 数理统计法 .....	19

3.2.4 逻辑分析法.....	19
第 4 章 结果与分析.....	20
4.1 长春市大众冰雪运动发展现状研究.....	20
4.1.1 长春市大众冰雪运动发展规模现状.....	20
4.1.2 长春市大众冰雪运动消费者现状调查.....	24
4.1.3 长春市大众冰雪运动教练员现状调查.....	33
4.2 长春市大众冰雪运动发展问题分析.....	36
4.2.1 冰雪活动参与过程单一, 缺乏个性和特色内容.....	37
4.2.2 大众冰雪宣传力度不足, 无法树立知名品牌形象.....	38
4.2.3 专业人才培养进度缓慢, 专业教练员水平参差.....	40
4.2.4 政府帮扶政策缺少具象化体现.....	41
4.3 长春市大众冰雪运动的 ASEB 栅格分析.....	41
4.3.1 活动方面分析.....	44
4.3.2 环境方面分析.....	47
4.3.3 体验方面分析.....	49
4.3.4 获益方面分析.....	52
4.4 可持续发展理论下的长春市大众冰雪运动 ASEB 分析.....	54
4.4.1 可持续发展理论在长春市大众冰雪运动的体现.....	54
4.4.2 环境属性下长春市大众冰雪运动 ASEB 分析.....	54
4.4.3 经济属性下长春市大众冰雪运动 ASEB 分析.....	56
4.4.4 社会属性下长春市大众冰雪运动 ASEB 分析.....	57
4.5 结合 ASEB 栅格分析的长春市大众冰雪运动可持续发展规划.....	59
4.5.1 环境部分规划.....	59
4.5.2 经济部分规划.....	60
4.5.3 社会部分规划.....	63
第 5 章 结论与建议.....	66
5.1 结论.....	66
5.2 建议.....	67

参考文献.....	68
附录 A 《基于 ASEB 分析视角下长春市大众冰雪可持续发展研究》大众消费者调查问卷.....	71
附录 B 《基于 ASEB 分析视角下长春市大众冰雪可持续发展研究》冰雪教练员调查问卷.....	75
在学期间研究成果.....	78
致谢.....	79

# 第 1 章 绪论

## 1.1 研究背景

自从 2015 年 7 月 31 日我国成功申办冬奥成功，我国掀起了全民参加冰雪运动的热潮。从 2015 年到今天我国的冰雪资源发展迅猛，并且逐步迈向成熟化、高水平阶段。国家体育总局、发改委、旅游局等联合发布《冰雪旅游发展行动计划（2021-2023 年）》，内容重点在加大冰雪旅游产品供给，意在推动冰雪旅游高质量发展，满足人民群众冰雪旅游消费需求，助力构建新发展格局。计划的主要内容有：促使冰雪旅游形成空间合理规划和均衡的产业内部结构，由此助力成功举办北京冬奥会并且进一步实现“带动三亿人参与冰雪运动”的总体目标。计划中还提出要主要抓住以下几个重点任务：扩充冰雪旅游高质量产品供给、深度挖掘冰雪旅游消费深度潜力、助力推动冰雪旅游与周边产业进行融合、进一步提升冰雪旅游服务内容质量、稳固冰雪旅游发展结构基础等。

2018 年国家体育总局出台政策《“带动三亿人参与冰雪运动”实施纲要（2018-2022 年）》，从计划纲要的出台到今天吉林省积极响应国家号召，努力建设极具特色的东北冰雪体育产业。首先从地理位置上，吉林省位于我国东北地区中心地带，形成黑、吉、辽冰雪旅游热点区域并共同大力发展冰雪体育产业。在冰雪产业发展过程中，吉林省内形成了以大众冰雪运动为主题的冰雪旅游产业格局，并且成功将冰雪产业作为吉林省的地区特色充分带动当地的经济持续增长。2016 年吉林省政府发布的《关于做大做强冰雪产业的文件纲要》和 2021 年 12 月 30 日吉林省人民政府办公厅印发《吉林省冰雪运动高质量发展规划（2021-2035 年）》，有针对性的对冰雪运动的社会普及工作进行了规划，提出了包括：着重发展冰雪旅游、开展校园冰雪体育教育课程、普及宣传冰雪历史文化、加速建设冰雪一流产业等系列举措，意在构建吉林省冰雪产业多角度融合体系，通过政府部门有计划的资源投入，把吉林省构建成全国冰雪运动、冰雪旅游、冰雪器械制造业的大省强省。截止到目前为止，吉林省冰雪各方面产业的发展取得显著提升，

也成功的完成了政府和人民的期望。从 2021-2022 雪季以来，吉林全省表现强劲，冰雪活动关注度、周边产品预售额、冰雪相关浏览量始终占据我国冰雪市场榜首位置。在受到新冠疫情冲击影响的过程中，吉林省冰雪产业展现出了极大的韧性，只要疫情得到平稳，冰雪市场就能快速复工。届时发放消费补贴、举办冰雪节日赛事活动、上线“向往的冬天在吉林”话题挑战赛、瓦萨国际滑雪节等持续有力的推广活动和各项措施，助力吉林冰雪不断地拓展，促进冰雪产业供能、提升产品品质、确保服务质量不断提升。

2022 年北京冬奥会于 2022 年 2 月 20 日闭幕，届时我国的冰雪产业将迎来发展的新高潮，在此期间我国人民乃至全世界人民的目光将会汇聚与北京、汇聚于中国。但是冰雪产业的发展注定是源远流长的，对于下一个阶段吉林省内乃至长春市大众冰雪的发展将会步入怎样的阶段，如何将长春市大众冰雪进行可持续发展是本文的研究重点。本文将以 ASEB 栅格分析法作为主要研究方法，将可持续发展理论运用到文中，将长春市内及周边具有代表性的四所知名滑雪场和其他冰雪场馆作为研究对象。通过 ASEB 栅格分析法中的四个矩阵，结合问卷分析长春市大众冰雪在活动、环境、体验、获益四个方面的优势、劣势、机遇和威胁，从而进一步探讨研究关于长春市大众冰雪运动的可持续发展。

## 1.2 研究目的及意义

### 1.2.1 研究目的

2021 年 11 月 10 日，吉林省体育局为深入贯彻总书记“冰天雪地也是金山银山”“吉林省要做好雪的文章”重要指示，践行“冬奥在北京.体验在吉林”发展理念，确保完成省委省政府《关于以 2022 年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动和冰雪经济的实施意见》明确“到 2022 年，全省各级各类滑冰场所达到 500 个以上，滑雪场达到 60 座”的目标任务，对此进行了建设通知。提出以下几点：一是认真领会重大意义，提高工作站位。二是积极发挥政府引导作用，调动各方参与。三是充分利用吉林省自然资源优势，拓展冰雪场地供给。四是认真落实主体责任，加强统筹调度。

2021 年 12 月 30 日吉林省人民政府办公厅印发《吉林省冰雪运动高质量发展规划（2021 年-2035 年）》，其中提出坚持以人为本、坚持科技引领、坚持改革创

新、坚持协调融合等指导思想。在战略定位上，提出“双循环”发展为新理念，以高质量发展为新目标，高质量发展冰雪运动项目，打造世界级冰雪运动圣地；举办高水平高级别冰雪体育赛事，打造国际冰雪赛事中心；打造“三亿人参与冰雪运动”重要承载区域，打造世界知名的国际冰雪旅游胜地；推动建设寒地冰雪经济高质量发展示范区。其中重点建设长春冰上运动核心区、吉林雪上运动核心区、通白冰雪休闲运动核心区三个核心区，其中长春冰上运动核心区包括建设高标准国家冰上运动基地，培养高水平冰上优秀人才，举办世界级高端冰上运动赛事，建设冰雪文化艺术中心，依托长春冰雪新天地和“一会两节”，打造长春冰雪欢乐季，形成世界第五大冰雪节。预计到 2025 年，吉林省冰雪产业发展取得一定成效，冰雪竞技水平稳步提升，冰雪重要承载区建成；预计到 2035 年，吉林省冰雪产业发展达到高水平阶段，按期完成世界冰雪运动圣地、国际冰雪赛事中心、世界知名的国际冰雪旅游胜地、国际冰雪赛事中心、世界知名的国际冰雪旅游胜地和寒地冰雪经济高质量发展示范区。

综合以上政策内容，在吉林省大力发展冰雪产业的巨大前景下，长春市应该如何把握省会城市的独特优势，根据现有资源如何高质量、可持续性的发展大众冰雪，成为了重要的研究议题。通过对现有资源的调查找出长春市发展大众冰雪可能存在的问题并积极解决，提出切实可行的建议，对于未来长春市高质量、可持续发展大众冰雪运动有着一定的实际意义。

### 1.2.2 研究意义

**理论意义：**本研究从 ASEB 分析的特殊视角进行分析，通过对消费者进行调查和走访，立足于消费者体验感受。能够从第三视角对长春市大众冰雪运动的发展进行研究和分析，从消费者感受到的冰雪环境、冰雪体验、冰雪获益、冰雪活动进行分别分析。引用了可持续发展理论，将 ASEB 分析与可持续发展理论进行结合，对长春市大众冰雪运动的发展提供理论意义。

**现实意义：**长春市作为吉林省内冰雪运动的重要城市，在冰雪经济和冰雪规划等方面取得了不错的发展。现阶段对于长春市大众冰雪研究较少，多是对吉林省吉林市的研究较多。因此，此研究能够为长春市发展大众冰雪提供一定帮助和

借鉴。

### 1.2.3 研究创新点

#### (1) 研究方法创新点

ASEB 栅格分析与可持续发展理论的结合,从多角度分析大众冰雪运动的发展现状并提出相应规划建议。例如,从 ASEB 分析矩阵中结合可持续发展理论的环境、经济、社会属性,提出相应三个属性的规划建议。该研究方法较为新颖,将其作用于长春市大众冰雪运动的发展规划中具有独特的意义。

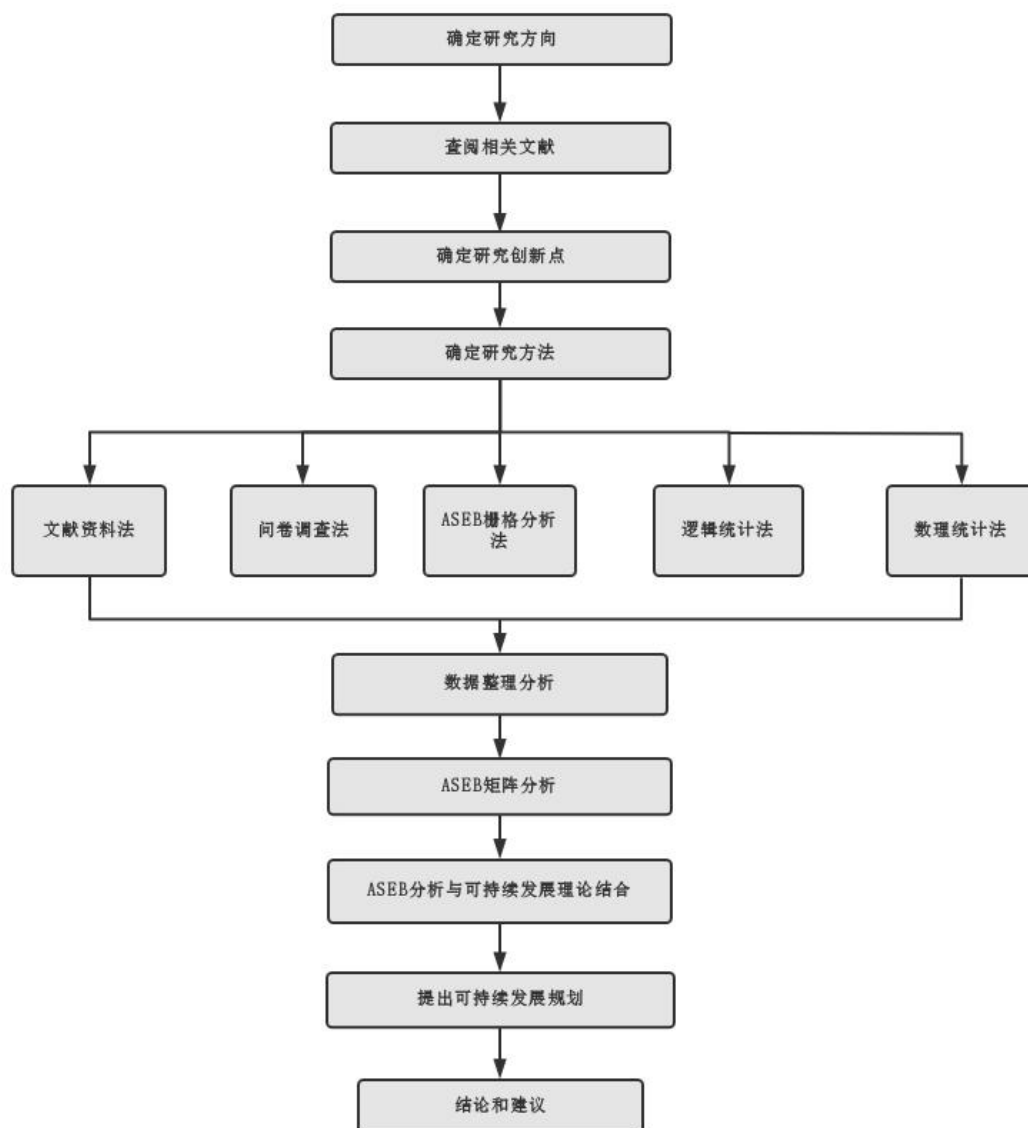
#### (2) 学术角度创新点

通过国内外文献整理发现,在大众冰雪运动的研究过程中采用的研究方法都是较为传统的方法。采用 ASEB 栅格分析法与可持续发展理论相结合的研究方法在大众冰雪研究中较为少见,可以对长春市大众冰雪的发展提供新的理论视角。将消费者视角与可持续发展结合能够从微观到宏观的为长春市大众冰雪运动的发展和建设提供参考价值和借鉴意义。

#### (3) 内容创新点

随着我国冰雪产业的不断发展进步,我国冰雪产业内部也存在着激烈的竞争。传统的发展问题分析存在着视角单一的问题,因此将可持续发展融入问题分析。从消费者角度进行调查研究,以可持续发展理论作为理论依据,能够提出新的长春市大众冰雪运动发展建议。

1.2.4 技术路线



## 第2章 文献综述

### 2.1 相关概念释义

#### 2.1.1 大众体育

大众体育包括城市、乡镇、农村、职工、农民、军队、女子、婴幼儿、青少年、中老年、老年、家庭、社区、企业、伤残体育等。广义上我国的大众体育在建国后成为国家体育事业的重要组成部分，成为了百姓居民的日常生活活动之一。

全民大众参与的体育活动在范围上和主体上可称为大众体育<sup>[1]</sup>。大众体育是指大众居民在日常生活中在休息时间内自愿参加的体育活动，活动主要内容有锻炼身体、消遣娱乐和社交活动等，主要活动种类多样化、大众参与内容广泛化，在参与活动的过程中还包括组织参与的指导系统和相关措施<sup>[2]</sup>。

从本质上看大众体育是社会群众在生活中的休闲时间内，通过控制身体进行活动从而开展的消遣娱乐、提高健康与认知水平的体育活动。以锻炼身体作为活动基础，达到愉悦身心满足情绪的目的，从而有效的满足物质和精神需求。大众体育有广义和狭义之分：广义可以理解为除竞技体育之外的体育活动。狭义可以理解为职业、竞技、学校体育之外的社会和集体性体育活动<sup>[2]</sup>。

大众体育是公民应有的权利，是以一种体育综合体的形式存在的。根据以上论述，大众体育是不同于竞技体育的，不含有竞技比赛的特性，是在一定社会背景下社会群体以自身休闲为目的的体育活动<sup>[1]</sup>。

#### 2.1.2 冰雪运动

冰雪运动是指人在气温较低、环境特定的环境条件下，以冰或雪所进行的体育运动。在体育历史的发展中有着至关重要的作用，是群众在冬季进行体育运动和政府开展经济体育的重要组成内容<sup>[2]</sup>。

通过对相关文献和书籍的查阅后发现，当前对于冰雪运动这一概念并没有形成统一的结论定义，专家学者们都有其独特的见解。例如：王明霞（2002）认为：

冰雪运动不仅被用于娱乐，更主要的是被用于生产、生活及军事操练。董少伟、陈晓光、王子略（2004）认为：冰雪运动是指人类在寒冷的环境中（气温一般指 0℃ 以下），依托冰雪所从事的体育运动。徐洁（2016）认为：冰雪运动是一种具备竞技、娱乐多重内涵的运行。杨素洁（2019）认为：冰雪运动是北方地区极具地域特色的传统体育项目。朱亚成、朱亚奇、季浏（2019）认为：冰雪运动是一种群众喜闻乐见的全民健身活动，开展冰雪运动老少皆宜，尤其是有利于青少年身心健康全面发展，对于建设冰雪强国具有重要作用。

本研究认为，冰雪运动主要是针对在寒冷环境中，人们自发或有组织的依托于自然或人为因素参与到关于冰雪有关的体育运动中。主要活动内容种类丰富，运动项目具有冰雪特点。大众冰雪运动通常分为冰上运动和滑雪运动两大类，本研究所指的大众冰雪运动包括民间自发组织的冰雪运动集会活动，也包含娱乐性、观赏性的冰雪运动以及民俗冰雪。

### 2.1.3 可持续发展理论

“可持续发展”一词，最初出现在 80 年代中期的一些发达国家的文章文件中，“布伦特兰报告”以及经济合作发展组织的一些出版物，较早地使用过这一词汇。对于可持续发展的概念或定义，全球范围内已经存在广泛的讨论，众说纷纭，从不同角度对可持续发展进行阐述<sup>[3]</sup>。

关于可持续发展的环境属性的定义。指自然资源以及周围资源在开发利用程度上的平衡关系。国际自然保护组织对于可持续性的定义是自然环境在可再生能力的范围内，使用有机生态系统或其他可再生资源的平衡关系。从自然属性方面定义的可持续发展是从生物圈角度出发：可持续发展是寻求一种最佳的生态系统以支持生态环境的完整性并且满足人的愿望，从而保证人的生存环境得以持续<sup>[3]</sup>。

关于可持续发展的社会属性的定义。早在 1991 年便由世界自然保护同盟、联合国环境规划署和世界野生生物基金会共同发表《保护地球——可持续发展战略》。在共同发表的战略规划中提出可持续发展定义是：在生存不超出维持生态系统涵容能力的情况下，提高人类群体的生活质量。规划中明确，真正的发展要包含以下内容：提高健康水平，改善生活质量，合理利用自然环境资源，打造保障人类平等、自由、人权的发展环境<sup>[3]</sup>。

关于可持续发展的经济属性的定义。这种定义把可持续发展的核心内容理解为经济发展，即在保障自然资源合理利用的前提下使得经济达到最大限度的提升<sup>[4]</sup>。

可持续发展是一个将经济、社会、文化、技术及自然环境互相综合考虑的概念。可持续发展思想立足于环境和资源保护角度，结合考量提出的关于人类长期发展的战略和规划。基本思想主要包括三个方面：鼓励经济持续增长角度、自然资源的永续利用角度、追求全人类社会的进步和发展角度。从经济角度理解可持续发展主要强调经济增长的必要性，其具象化体现在增强国家综合实力，提升社会财富积累。从自然资源的永续利用角度理解可以认为是在保障自然资源合理利用的前提下，保证社会与生态环境的有机结合，在环境良好、平衡发展的背景下促进人类社会的发展。但要注意保证社会消耗的总量在自然环境的自我承受范围之内。从追求全人类社会的进步和发展角度理解可持续发展可以认为虽然世界各国的发展水平、发展阶段各不相同，但发展的本质内容应当是同步、相似的。因此可持续发展在追求全人类社会进步的角度上是为了保障人的生活质量、提高健康水平、改善生存环境，由此创造保障人人平等、自由、民主、和谐的社会<sup>[3]</sup>。

可持续发展的内涵是全面性、包容性、多角度的。从社会角度的社会观念来说，可持续发展提倡公平分配资源，能够满足相邻年代人群的基本需求；从经济角度的经济观念来说，可持续发展提倡在保护地球的口号下保障人类社会经济发展；从自然角度的自然观念来说，可持续发展提倡人类与自然和谐共处。从上述经济、社会、自然角度结合讨论得出可持续发展的原则，其中包括：发展、公平、持续性、共同性四个基本原则<sup>[3]</sup>。

#### 2.1.4 ASEB 栅格分析法

ASEB 栅格分析法是以消费者需求为导向的一种研究方法，它从需求层次对消费者的需求进行分析。ASEB 栅格分析法主要内容是将消费者体验依据作为标准，将体验依据作为分析的内容要素，从消费者角度出发进行赋值计算，其作用是针对体验式消费者人群在参与体验过程中所引发的问题而制定的，是基本 SWOT 分析法的进一步升级，更加有利于体验型相关产品的产品开发与产品更新升级，更能从根本上找出发展中的问题所在。

传统意义上的 SWOT 分析法是指内外部竞争环境和竞争条件下的态势分析，

主要体现在将与研究对象密切相关的各种内部因素一一列举。按照优势（S）、劣势（W）、机遇（O）和威胁（T）进行说明，按照矩阵的形式进行排列，通过采用系统分析的思想，将各种因素进行分析，从分析中得出的一系列相应结论。

ASEB 是更贴近消费者的需求层次，其中包括活动、环境、体验、获益四个方面，与常规的 SWOT 分析中包括优势、劣势、机遇、威胁相互结合而成。将不同因素按照 SA（活动优势评估）至 TB（对获益威胁的评估）的顺序排列成 16 个单元矩阵，并对每个单元进行具体的分析和评估。

从文章写作的角度出发，我国目前大众冰雪的研究发展类型文献多使用问卷调查、对比分析法等研究方法，但作为 SWOT 分析法延伸出的新型分析法，是从消费者的角度出发。其视角在于从消费者的角度调研和分析数据，并且针对消费者喜好提出问卷调查，作为拥有冰雪体育运动的长春市更应该从消费者的角度作为研究的立足点，这将更加有利于长春市在未来一阶段的高质量、高水平发展。另外，在当前社会“体验式”旅游发展的大前提下，从消费者角度出发也是无可厚非的选择之一。吉林省虽然是我国最早和最先发展冰雪体育旅游的省份之一，其产业的发展已经有了固定的模式和规模，但是出于对其未来下一阶段的发展考虑，必须要借鉴其他不同角度、不同方面的成功经验。运用 ASEB 栅格分析法，真正的站在消费者的角度，从需求侧出发对长春市大众冰雪发展进行分析，挖掘消费者需求为长春市大众冰雪运动发展提供理论依据。

## 2.2 研究动态

### 2.2.1 国外研究动态

从 18 世纪开始出现有关冰雪运动的相关资料至今，全世界各个地域都在不断的发展冰雪相关运动和旅游等产业，根据相关数据统计全世界目前有 6500 余个滑雪场，而滑冰场等相关冰雪场所更是没有办法具体进行统计。但就目前来说，全世界范围内的 6500 余个滑雪场所能带来的产值约为 7000 亿美元。阿尔卑斯山脉地区更是在 2015 年吸引了全世界 1.5 亿滑雪者，当之无愧的被誉为世界滑雪胜地之最。

根据《世界旅行》统计，国外的最受欢迎的十个滑雪场分别是：加拿大惠斯勒 Whistler、美国范尔 Vail 滑雪场、空中飞舞惠斯勒村、法国查默尼克斯滑雪场、

奥地利因斯布鲁克、意大利克蒂纳—Cortina 滑雪场、亚洲温泉滑雪场——日本的草津国际滑雪场、韩国龙平(Yongpyong)滑雪场、新西兰的南、北二岛 Whakapapa 和 Toura、瑞士的圣莫里茨。这些世界闻名的滑雪场都有着共同的特点：环境气候适宜进行滑雪运动、周边设施良好有全面的配套服务、滑雪场拥有悠久的历史、往返交通便利、不仅在春、冬两季适合游玩在其他季节也能够开展相应的独特旅游路线、自然环境适合进行各个阶段的人群进行滑雪运动并且能够拥有先进的条件提供衣食住行等。

由于冰雪产业的独有的特点，国际上多数冰雪产业分布和发展都位于北半球，例如北欧、加拿大等，主要有发源早、发展快等特点；所以多数的欧美国家对于冰雪产业更多的是探讨开发与运营的方式。在北美和欧洲地区研究冰雪时间较长，其主要研究方面包括冰雪旅游、冰雪消费者、滑雪运动、滑雪运动目的地等角度。克里斯丁等学者在文中研究了滑雪旅游胜地的竞争、资源规模管理等问题<sup>[4]</sup>；蒂娜等学者研究了相关滑雪满意度方面问题<sup>[5]</sup>；塞巴斯蒂安等学者研究了举办冬季运动项目比赛的目的地之间的比较研究<sup>[6]</sup>。

国际上冰雪体育旅游理论领域的研究起源于挪威研究学者埃姆豪森，其在《滑雪指南》中对冰雪体育旅游的相关问题进行解析阐述。自此以后其他专家学者从不同角度对冰雪体育旅游问题进行了研究讨论，由此积累了大量的研究成果。英国学者约翰逊在《论滑冰》中曾对滑冰运动的著名运动景点和滑冰场进行了研究分析，由此为基础为广大滑冰爱好者的冬季滑冰旅游消费提供了选择和指导帮助。因此通过以上可以得知，国外大众冰雪产业的发展已经进入了成熟阶段且在发展过程中，具有相当丰富的经验。国外各个国家各个地区充分发挥了其地区特色并且整合其自身优势，在各个方面打造独特的品牌形象，从各种角度吸引着全世界各地的滑雪爱好者。与此相比，我国在大众冰雪发展上还是与国外部分国家存在着差距。但是我国大众冰雪发展处于萌芽阶段与成熟阶段存在差距属于正常现象，应该学习国外大众冰雪发展的模式、特点、理念和经验。

## 2.2.2 国内研究动态

### (1) 大众冰雪现状研究

在我国成功申办 2022 年北京冬奥会后，我国的冰雪产业迎来了发展的高潮阶

段。大量国家级、省市级政策文件的印发为我国冰雪产业的发展提供了良好保障，因此使得我国大量学者投入到了冰雪体育运动的研究活动当中。在中国知网进行对关键字“大众冰雪”的搜索可以得出学术期刊 184 篇，学位论文 68 篇，会议报告 24 篇，报纸 18 篇等。

米鹏翼（2021）在其所著的《北京 2022 年冬奥会对山西省大众冰雪运动的推广作用及促进对策研究》中提出积极落实山西省大众冰雪运动开展政策保障工作，引进高水平技术人才，加大场地社会投入，鼓励大众更多更积极参与到大众冰雪运动中，加强营销推广，扩大群众对于大众冰雪运动理念认知<sup>[7]</sup>。

郝思甜（2020）在其所著的《欧美冰雪运动强国的成功经验对我国大众冰雪运动开展的启示研究》中提出欧美冰雪运动启示体现在：我国大众冰雪应该完善相关政策的制定与实施、推动冰雪组织发展、合理开发场地设施、健全后备人才培养机制、将品牌特色作为突出点、及时面对“新冠疫情”带来的种种问题<sup>[8]</sup>。

程程（2019）在其所著的《健康中国视域下辽宁省冰雪体育旅游发展研究》中论述辽宁省冰雪体育旅游开展现状分析。将辽宁省滑雪场开展现状、经营模式、经营项目、服务类型、收费情况；辽宁省滑雪场营销情况；温泉特色滑雪场经营情况分析；冰雪体育旅游消费者情况分析；消费者年龄、职业情况分析；冰雪体育旅游消费者消费目的的分析；冰雪体育旅游消费者选择出行方式情况分析；冰雪体育旅游消费者收入情况分析；冰雪体育旅游消费者选择滑雪场偏好分析；冰雪体育旅游消费者消费构成情况分析；冰雪运动旅游消费者满意度分析<sup>[9]</sup>。

竺大力（2019）在其所著的《北京市民冰雪运动参与影响因素的研究》中提出相关建议：增加冰雪运动相关制度和设施建设，应促进冰雪运动与全民健康运动的深度融合，利用本地人才优势，培养冰雪运动配套人才，打造营造良好的冰雪运动城市形象等为北京市民冰雪运动发展提出对策<sup>[10]</sup>。

王玉珠（2017）在其所著的《冬奥背景下东三省体育院校冰上运动开展模式的研究》中提出东三省体育院校冰上运动开展建议：更新冰上运动理念，建立课内外相结合的一体化教学模式，创新教学方法，因人而异制定科学合理的教学考核体系，加大场地设施建设情况，提高场地的利用率，合理安排上课时间，促进冰上运动可持续发展<sup>[11]</sup>。

陈梦晗（2021）在其所著的《冬奥会背景下大连市大众冰雪运动发展的 SWOT 分析与策略研究》中提出大连市应利用现有资源和优势，突出特色冰雪项目，合理规划运动场所，走可持续发展的路线。对接“互联网+冰雪”行动计划<sup>[12]</sup>。

刘畅（2013）在其所著的《吉林省大众冰雪运动发展策略研究》中提出对于促进吉林省大众冰雪运动发展的建议及对策，其中包括：发挥政府引导职能，加强政策与资金支持，建立健全大众冰雪运动法制保障和法律体系，提供必要人才支持，加强与外省间大众冰雪运动交流与合作，提升当地居民全民参与率和吸引外地游客相平衡、相结合，引导企业多元化投资，扩大自身资源优势，加强冰雪场所建设，树立正确服务理念<sup>[13]</sup>。

李晓辉（2014）在其所著的《吉林省冰雪体育休闲产业发展对策研究》中提出相关建议：拓宽政府资金流入渠道，增强居民冰雪意识，开发个性化、品牌化冰雪产品，拓宽客源市场，培养专业型冰雪后备青年人才，走可持续发展道路<sup>[14]</sup>。

隋苑（2019）在其所著的《吉林省冰雪体育产业发展研究》中提出政策有效落地：实施冰雪营销，挖掘市场潜力；有区域合作开发的意识、打通省内区域间、省间、国际间的合作<sup>[15]</sup>。

通过对以上学术论文的阅读和理解，本文将主要从长春市大众冰雪运动发展基本概况、消费者基本情况、教练员基本情况、大众冰雪可持续发展的属性等内容入手。通过研究调研分析长春市大众冰雪可持续发展特点，从经济、社会、环境三个属性角度进行分析和总结，对以上内容的调研对长春市大众冰雪进行研究，并且根据调研和分析得出结论以及建议。

## （2） ASEB 栅格分析法研究现状

谢美玲（2020）在《基于 ASEB 分析的博物馆研学旅游发展研究》中指出博物馆存在缺少研学旅游活动、研学旅游服务设施不够完善、解说导览方式有待优化、交通直达性差和研学旅游体验有待提升等问题<sup>[16]</sup>。

严安婕（2019）在所著的《基于 ASEB 栅格分析法的上海博物馆旅游体验研究》中指出上海博物馆，在管理体制、运行理念、展示方式等方面相对落后，从而影响旅游体验<sup>[17]</sup>。

胡敏（2017）在《于 ASEB 栅格分析法的崇明岛亲子体育旅游体验研究》中指出崇明岛亲子体育旅游的提升策略。明确亲子体育旅游主题，增强体验感受。

设计主题鲜明的活动形式，丰富个人感受层次。针对不同顾客诉求，制定个性化服务<sup>[18]</sup>。

王铖铖（2020）在《运用 ASEB 法对大连市滑雪旅游发展现状及提升策略研究》中指出大连市滑雪旅在地理、自然环境等方面存在优势。开展优势和机遇包括以下内容：特色民俗活动；生态环境较为良好；交通便利；政府的大力扶持等。提升策略：提高服务水平；扩大宣传程度；完备场地基础设施；完善安全管理机制；充分发挥政府职能，为大连市滑雪旅游的发展提供有利的保障<sup>[19]</sup>。

邓淑芬（2017）在《基于 ASEB 分析的乡村体育旅游的实证研究——以高坡乡为例》中得出结论对策：打造主题鲜明的特色体育旅游活动；在保障现代与原生态为一体的前提下保护体育旅游环境；将活动内容多元化，保障消费者切身体验；增加体育旅游体验获益<sup>[20]</sup>。

张锦秀（2018）在其所著的《基于 ASEB 栅格分析法的抚仙湖乡村旅游体验研究》中从地理环境、气候条件、交通区位等现状进行分析。通过研究分析得出建议及对策：保护乡村旅游景区的生态环境；实施标准化管理，提高景区服务人员素质；多角度构建乡村旅游体验产品；策划特色乡村旅游体验活动<sup>[21]</sup>。

林鹤群（2016）在其所著的《基于 ASEB 栅格分析框架的工艺品购物旅游体验提升策略研究——以莆田工艺美术城为例》中指出对策：转变运营理念，细分游客定位；政府主导牵头；完善配套设施，优化景区服务；迎合游客需求，提升体验水平；加强信息服务，注重营销推广<sup>[22]</sup>。

通过对以上的文献内容进行研究和阅读，得知在调查过程中主要应调查长春市大众冰雪运动的发展现状，进行实地调研和问卷调查。通过对调查得出的数据进行统计和分析，对长春市大众冰雪运动发展进行研究，并结合实际情况带入到本文主要研究方法 ASEB 栅格分析中进行分析，对优势、劣势、机遇、威胁进行分析，对比分析总结出长春市大众冰雪的发展在 ASEB 分析视角下的机遇和建议对策。

### （3）可持续发展理论研究现状

谷化铮（2010）在《我国滑雪运动可持续发展的研究》中认为我国滑雪运动可持续发展是以科技进步为手段，促使滑雪运动经济持续增长、资源实现永续利

用、环境逐渐改善、参与滑雪的人群逐年增加、滑雪运动功能持续扩大与优化的发展过程滑雪运动可持续发展的内涵表现为其环境子系统、经济子系统及社会子系统之间的相互协调、共同发展的关系<sup>[3]</sup>。

徐弋锐（2020）在《基于利益相关者理论视角的阜阳市青少年体育舞蹈培训机构可持续发展研究》中指出阜阳市青少年体育舞蹈培训机构主要问题：经营者安全意识薄弱；行政管理部门监管力度不够，无证经营现象存在；培训机构内部管理机制不健全；宣传力度较弱宣传方式缺乏创新性；培训机构教学水平参差不齐等<sup>[23]</sup>。

包雪岩（2020）在《蒙古族传统体育可持续发展的法治对策研究》中研究重点在蒙古族传统体育在可持续发展过程中存在的困境和如何用法治手段保护其可持续发展，主要有以下三个方面，蒙古族传统体育可持续发展的动能不足。蒙古族传统体育可持续发展的外力冲击较大。蒙古族传统体育可持续发展的法治建设不完善<sup>[24]</sup>。

舒琴（2017）在《乡村旅游共生发展模式调查研究》中通过对共生因子进行分类，将因子带入大冲村进行分析，发现在发展中存在一些问题：政府、企业、游客以及村民之间某些共生因子并未发挥最佳作用，为保障共生体间和谐共生发展，需要协调各方利益关系<sup>[25]</sup>。

蔡晓亚（2019）在《影响特色小镇可持续发展的多因素分析模型研究》中针对单因素研究可持续发展不足的问题，模拟特色小镇在不同参数下的发展场景，分析不同场景对特色小镇可持续发展的影响<sup>[26]</sup>。

任怡春（2018）在《吉林省通化县农业可持续发展评价研究》中通过主成分分析法对通化县农业可持续发展情况进行评价，对主要影响其体系运行的因素进行分析，提出针对性建议。通化县农业可持续发展呈现良好的发展趋势，但是农业经济子系统与农业社会子系统与其他发展系统不协调，并且呈现逐渐减弱的趋势<sup>[27]</sup>。

通过以上文献对于各种领域的可持续发展进行分析，结合对于可持续发展理论的三个理论角度进行分析，本文从经济属性、社会属性和环境属性三个属性进行分析。首先，通过文献收集、实地调研、问卷调查等方法对长春市大众冰雪运动开展的实际情况进行了了解。通过对以上调查数据进行收集和整理后进行 ASEB

栅格分析，在 ASEB 分析视角下对长春市大众冰雪运动的发展研究进行分析解读。最后将可持续发展理论与 ASEB 分析相结合，将 ASEB 分析中的数据内容与可持续发展理论三个属性角度相结合，为长春市大众冰雪运动的可持续发展提供理论支撑。

## 第3章 研究对象与方法

### 3.1 研究对象

本文主要对长春市部分大众冰雪场所进行调研和问卷调查，对现阶段长春市大众冰雪的发展现状作为主要研究。通过对长春市庙香山滑雪场、天定山滑雪场、净月潭滑雪场、莲花山滑雪场、长春冰雪大世界等地进行调研，从而得出长春市在下一阶段将如何可持续发展大众冰雪运动。

### 3.2 研究方法

#### 3.2.1 文献资料法

主要通过网络、期刊杂志、图书馆等渠道搜集、整理有关文献资料，针对长春收集长春市大众冰雪运动的相关文献，对长春市大众冰雪运动的发展现状进行了解，归纳总结国内外的理论研究成果，作为本文的理论基础。

#### 3.2.2 问卷调查法

采用问卷调查法对参与大众冰雪运动、大众冰雪旅游休闲的大众消费者和冰雪教练员进行调查。通过采用 ASEB 栅格分析法和可持续发展理论对问卷进行研究分析，得出未来一阶段长春市大众冰雪的发展策略。

(1) 问卷内容：《基于 ASEB 分析视角下长春市大众冰雪可持续发展研究大众消费者调查问卷》主要针对居民大众消费者，从两个角度入手进行问卷调查。其中问卷主体第一部分包括自然情况：性别、月工资、年龄、文化水平、所从事职业。长春市大众冰雪可持续发展问题：其中包括选择参与冰雪活动的运动形式、每次参与冰雪活动的消费、消费者认为的冰雪活动适宜消费水平（每人每天）、每年参与冰雪运动的次数、对自身参与冰雪运动的水平评估、在参与冰雪运动过程中是否有专业指导员参与指导、进行冰雪运动过程中对指导员服务费用定价是

否满意、是否清楚了解我市关于冰雪后备人才培养相关政策、是否了解冬奥会期间我国冰雪相关时事要闻、通过何种渠道了解我市大众冰雪相关项目、消费者认为影响其本人参与冰雪运动的原因有哪些、疫情背景下疫情对我市大众冰雪发展是否构成影响、疫情对于我市发展大众冰雪存在哪些影响因素、具有哪些积极作用、对我市大众冰雪场所建设满意程度如何、对我市大众冰雪场地建设有哪些建议和影响我市大众冰雪发展的主要因素有哪些等。问卷第二部分的《基于 ASEB 分析视角下长春市大众冰雪可持续发展研究的消费者体验感受问卷》中共设置 20 个相关问题，其中主要分为四个方面，分别是：活动方面、环境方面、体验方面、获益方面。其中每个方面细化为五个问题指标，活动方面包含活动内容指标、民俗文化独特程度、活动宣传程度、特色项目、活动多样性；环境方面包含大众冰雪生态环境、大众冰雪交通环境、大众冰雪餐饮环境、配套设施提供程度、各个项目服务环境；体验方面包含相关项目体验程度、服务内容体验、相关体验需求程度、参与过程体验程度、参与方式体验程度。《基于 ASEB 分析视角下长春市大众冰雪可持续发展研究的冰雪教练员调查问卷》主要是针对大众居民在进行冰雪活动过程中，对专业指导员进行问卷调查。其中包括基本信息和问卷主体两个部分。基本信息部分包括：指导员年龄、指导员性别、指导员学历、指导员月工资、指导员从业资格证书等级。问卷主体包括以下问题：从事冰雪活动指导员年限、曾从事行业、在工作过程中存在那些难点、自身工作场所器械设施是否安全、自身工作场所建设满意度情况、自身工作场合的管理方式如何、自身薪资待遇如何、我市大众冰雪有哪些方面需要加强提高、工作场所有哪些需要改善升级、我市大众冰雪发展如何、我市大众冰雪发展有哪些优缺点、对我市未来发展大众冰雪有哪些建议和期待。

(2) 问卷的发放与回收：为了使本文的问卷发放更加全面、更加具有有效性，在问卷发放的过程中，本文采取了线上线下结合的问卷发放形式。在问卷的发放过程中，问卷的主要调查对象包括：长春市本地居民、长春市四大滑雪场消费者、长春市冰雪活动场所相关工作人员、线上冰雪交流微信群等。在问卷发放的过程中，为了确保问卷数据的随机和真实可靠性，本问卷的抽样方法采用简单随机抽样方法。线上问卷共发放 1050 份，回收 1041 份，回收率达到 99%；线下

问卷发放 1000 份，回收 1000 份，无效问卷 5 份，回收率达到 99.5%。问卷的发放过程采用实地发放问卷，通过雪友群、滑冰群、微信、现场等方式进行问卷的发放。《大众冰雪教练员》调查问卷共发放 30 份，回收 30 份，回收率 100%。

### (3) 问卷信效度检验：

问卷信度检验：问卷的发放和收集使用问卷星进行操作，通过对线上线下问卷的数据收集整理。将消费者问卷变量进行统一，将本问卷的第二部分、第三部分进行整体分析，在将消费者满意度进行量度转换后输入 IBM SPSS Statistics 23 中，得出信度检验结果。本问卷克隆巴赫 Alpha 值为 0.894，根据信效度检验原则问卷克隆巴赫系数应在 0-1 之间，越接近 1 证明问卷可信度越高，因此可以得出本论文问卷具有一定可信度。如下表所示：

表 3.1 消费者问卷信度分析结果

Table 3.1 Results of the reliability analysis of the consumer questionnaire

克隆巴赫 Alpha	基于标准化项的克隆巴赫 Alpha	项数
0.894	0.894	20

在对教练员问卷进行信度分析的过程中，采用了重测法进行分析。用相同的教练员问卷先后间隔 30 天进行 2 次问卷发放。统计问卷后进行分析得出两个时间的问卷信度分别为 0.865 和 0.870，前后并无明显差异，符合问卷的信度要求。

问卷效度检验：为了保证本论文在问卷发布回收之后的调查结果是具有有效性的，按照 SPSS 信效度分析方法进行变量转换，得出本文问卷效度 KMO 系数为 0.961，巴特利特球形检验度显著度为 0。根据信效度检验原则 KMO 系数取值范围应该在 0-1 之间，巴特利特球形检验度应在 0-0.05 之间，本文 KMO 系数和巴特利特球形检验度均在此范围之内，因此证明本论文问卷结构效度具有良好的效度。

表 3.2 效度分析结果

Table 3.2 Validity Analysis Results

KMO 系数	巴特利特球形度检验显著性
0.961	0

表 3.3 问卷效度检验专家资料表

Table 3.3 Expert data sheet of questionnaire validity test

序号	姓名	职称
1	范 XX	教授
2	胡 XX	教授

(续表 3.3)

序号	姓名	职称
3	刘 XX	教授
4	赵 XX	教授
5	候 XX	教授

表 3.4 消费者问卷效度检验表  
Table 3.4 Consumer Questionnaire validity Test Form

	设计内容		结构设计	
	人数	占比	人数	占比
非常可行	3	60%	2	40%
较为可行	1	20%	2	40%
可行	1	20%	1	20%
不可行	0	0	0	0

表 3.5 教练员问卷效度检验表  
Table 3.5 Questionnaire validity test table for coaches

	设计内容		结构设计	
	人数	占比	人数	占比
非常可行	3	60%	2	40%
较为可行	1	20%	2	40%
可行	1	20%	1	20%
不可行	0	0	0	0

### 3.2.3 数理统计法

将调研、问卷调查获得的问卷带入 SPSS 23.0、Excel 统计软件进行整理、统计、分析，用来获取论文所需要的数据资料。将长春市大众冰雪运动场所的数据调查、问卷调查人数统计情况、问卷调查信效度数据计算等一系列数据进行收集和整理对得出的数据进行取值范围的对比，确定本文问卷和统计数据具有相应的理论和实际意义。

### 3.2.4 逻辑分析法

以问卷调查数据统计结果以及收集材料作为根据，在此基础之上使用分类、归纳、列表等分析方法对长春市大众冰雪的发展现状进行总结和讨论，结合 ASEB 栅格分析和可持续发展理论为长春市大众冰雪的可持续发展提供理论依据。

## 第 4 章 结果与分析

### 4.1 长春市大众冰雪运动发展现状研究

#### 4.1.1 长春市大众冰雪运动发展规模现状

吉林省作为我国发展冰雪运动和冰雪旅游重点区域，与我国其他省市进行对比不难看出吉林省具有着相应的优势。而长春作为吉林省省会城市，其特点更是较为突出的。

表 4.1 长春市大众冰雪实际情况  
Table 4.1 Actual Situation of Mass Ice and Snow in Changchun City

自然资源情况	冰雪人才输送情况	本地冰雪竞技成绩情况	长春市冰雪特色节日/活动	冰雪场地建设情况
北纬 43°05'-45°15'	冬夏奥运会冠军 2 人、亚军 1 人	冬奥会亚军 1 人	长春净月潭 瓦萨国际滑 雪节	十大冰雪乐园以及 四大滑雪场
东经 124°18'-127°05'	世界赛冠军 5 人	世界冠军 27 人	长春市冰雪 节	冰雪场馆共 34 处
年平均气温 4.6℃	全国冠军 28 人	全国冠军 231 人	长春市残疾 人冰雪运动 季节	利用湖泊建设 10 块 滑冰场
全年冰冻期 5 个月			吉林雪博会	中小学浇筑 90 块冰 场，城区冰雕雪雕 145 座

第一，作为吉林省省会级城市长春市具有着区位优势。作为国家国务院批复的中国东北地区中心城市之一和重要工业基地，其本身就占据着比其他城市更为明显的地理优势。长春市总面积 24744 平方公里，截止到 2020 年 11 月 11 日长春市常住人口为 9066906 人。吉林省分布以长春市为中心，白山市、通化市、松原市、白城市、延吉市为补充，长春龙嘉国际机场是我国东北地区四大国际机场之一，是东北亚地区重要的航空交通枢纽，是我国建设的主要干线机场。

第二，冰雪资源地理优势。长春位于北纬 43°05'-45°15'，东经 124°18'-127°05'，

位于北纬 41°至 43°之间正处于“冰雪黄金纬度带”，年平均气温为 4.6℃，全年冰冻期为 5 个月，长春市周围地区拥有得天独厚的气候条件和山地资源，适宜建造大型滑雪场地。

第三，竞技冰雪运动优势。长春市具有着长久的冰雪运动发展历史，从冬奥短道速滑“三冠王”周洋到本次北京冬奥会夺得自由式滑雪男子空中技巧金牌的齐广璞。通过长春市体育局统计，继冬夏两季奥运会都拥有冠军后，长春成为了全国唯一一个既有冰上项目冬奥会冠军又有雪上项目冬奥会冠军的城市。“十三五”期间，长春市新增单板滑雪（大跳台、障碍追逐、坡面障碍技巧）竞技体育项目，培养输送及在训的运动员共获得冬奥会亚军 1 个、世界冠军 27 个、全国冠军 231 个。“十四五”截至目前，我市培养输送及在训运动员共获得奥运（冬夏）冠军 2 个、亚军 1 个、世界系列赛冠军 5 个、全国冠军 28 个。花样滑冰冰上舞蹈组合王诗玥/柳鑫宇创造中国冬奥会冰舞最好成绩、毕野成为我国首个站上冬奥会赛场的单板滑雪平行大回转运动员、吴青泽和队友孙楷智创造了我国选手在冬奥会双人雪车项目上的最好成绩，短道速滑运动员孙龙、张添翼，速度滑冰运动员李奇时，冬季两项运动员孟繁棋，自由式滑雪男子 U 型场地运动员何炳含，越野滑雪运动员马清华和自由式滑雪雪上技巧运动员李楠也都在各自项目中展现了不俗的竞技水准。长春市的优势项目短道速滑、自由式滑雪空中技巧保持非常强的竞争力，起步较晚但在国内已经处于领先地位的单板滑雪平行大回转和期待进一步突破的速度滑冰、越野滑雪也有一批年轻运动员在“时刻准备着”。同时，我市绝大多数项目的教练员之前都是全国前几名甚至全国冠军、世界冠军，师资力量十分强大。接下来的 4 年时间，我市冰雪运动将在周洋、齐广璞两位冬奥金牌获得者的激励下稳步前行，并且各所高校及中小学将开展冰雪相关专业供国家培养优秀冰雪运动后备人才。

第四，群众冰雪运动优势。我市在“十三五”期间开展大量冰雪活动，形成知名冰雪特色活动。连续举办长春净月潭瓦萨国际滑雪节、吉林雪博会、长春市冰雪节、长春市残疾人冰雪运动季等一系列相关活动。长春市滑雪场开班滑雪学院，利用节假日招收青少年开办滑雪课程，意在培养优秀冰雪后备人才。

第五，冰雪场地设施优势。长春市冰雪场地设施也属于一流建设水平。长春

市全市共拥有十大冰雪乐园以及四大滑雪场，全市建设冰雪场馆 34 处，利用城市公园、湖泊开放 10 块滑冰场，中小学共浇筑 90 块冰场，城区开发建设冰雕雪雕 145 座。其中长春市雕塑公园在 2022 年进行了改造升级，升级相关冰雪产品“太空服+地球全息投影”吸引无数游客。就滑冰而言，吉林省速滑馆、欧悦真冰滑冰场、长春冰上训练基地滑冰馆、长春市花样滑冰学校、极速动感溜冰馆、中艺动感溜冰场等滑冰场所和十大冰雪乐园都是良好的参与滑冰运动的场所，其中吉林省速滑馆是亚洲第一大滑冰馆，功能齐全，设备先进，达到接待国际 A 类赛事标准，曾承办多次世界杯、亚冬会滑冰赛事；欧悦真冰滑冰场更是坐落长春市欧亚卖场 B2 层，有着大量人流量作为基础。就滑雪而言，长春市拥有多座滑雪场，其中包括庙香山滑雪场、莲花山滑雪场、净月潭滑雪场、天定山滑雪场等。本文对四座知名滑雪场进行了实际调研，现介绍实地调研内容。以下内容包括长春市四家知名滑雪场的雪道数量、雪场面积、缆车、魔毯、拖牵数量、雪场特点。

表 4.2 长春市四家知名雪场情况  
Table 4.2 Four famous snow resorts in Changchun city

雪场名称	雪道数量	雪场面积	缆车、拖牵、魔毯数量	雪场特点
庙香山滑雪场	5	16 万平方米	4	海拔高度 497 米；最大落差 225 米。
莲花山滑雪场	6	6 平方公里	5	雪道宽、消费者人群众多。
天定山滑雪场	16	80 万平方米	4	交通方便、设施器材新颖。
净月潭滑雪场	5	8 平方公里	4	自然环境优美，轻轨直达。

(1) 庙香山滑雪场：总占地面积约 16 万平方米，总用雪量 10 万立方米。主要由滑雪区、冰雪游乐区、探险体验区、文化艺术展示区及综合服务区构成。滑雪区建有初级雪道一条、中级雪道一条、高山雪道三条、魔毯两条、拖牵一条、双人吊椅索道一条，雪道总长 5000 米，配置索罗门高级雪板 2000 套。同时建有顶级单板公园及一条野雪道。冰雪游乐区包括雪上保龄球、雪上飞碟、雪上悠波球、雪地摩托、雪地自行车、雪地高尔夫、雪地沙漠体验等 10 余个项目。探险体

验区新建两条越野汽车赛道，全长 2700 米，面积 5 公顷，提供全地形赛车供游客体验，具备举办各类大型拉力赛的条件。雪具大厅共两层，一层包括售票中心、客服中心、雪具租赁中心、阳光餐厅、水吧、户外店及商品部；二层主要为室内动感乐园。餐厅提供自助和点餐服务；滑雪场周边的两家“农家乐”餐饮点卫生、供暖条件较好。停车场面积为 2 万平方米。

(2) 莲花山滑雪场：位于吉林省长春市二道区四家乡青山村，是长春市最大的综合滑雪场，占地 6 平方公里。国内一流，具有国际标准，集竞技和旅游于一体。

距长春市区 38 公里，距长春龙嘉国际机场 20 公里，沿长吉南线驱车 30 分钟即可抵达。莲花山一期工程共开设了 6 条初、中、高级滑雪道，可满足不同滑雪水平游客的需求，夏季可进行滑草和高尔夫练习；新建的 2 条高山吊椅索道和 3 条拖牵索道，并可开展滑翔伞运动。世茂莲花山滑雪场也是全国唯一具备灯光夜场跳台比赛条件的雪场。

(3) 天定山滑雪场：一期占地面积 80 万平方米，由滑雪场及戏雪公园两部分组成，可提供 5000 人同时体验游玩。今年建成 16 条优质雪道，总长约 7 公里，可满足初学者及发烧友不同层次的游玩需求。雪场还配有两条全长超过 1600 米的 4 人吊椅缆车，两条总长度近 400 米的魔毯，为游客提供新奇、便捷的游玩体验。目前，天定山滑雪场是长春市雪道最多的滑雪场。天定山滑雪场建有使用面积两万平方米的服务大厅，是全国第三大滑雪服务大厅。大厅内不仅规划有滑雪服务区，还设有餐饮美食区、游乐区等功能区域，是国内首创冰雪一站式服务大厅，可为滑雪客人提供一站式的综合性服务。

(4) 净月潭滑雪场：占地面积 8 平方公里，雪质松软，适合各种不同类型的滑雪爱好者，拥有高空索道和号称世界第一的长达 1616 米的管轨式滑道。与众多滑雪场所不同的是，这里是“城市中的滑雪场”，还有丰富多彩的冬季游乐项目。净月潭滑雪场现有 5 条雪道，初级雪道 3 条，长度为 400 米、500 米和 600 米；中级雪道 1 条，长度为 800 米；越野雪道 1 条，长度为 1000 米；还有一条双人循环彩色吊椅式空中缆车和三条进口托牵机供滑雪者上山使用；建筑面积为 2800 平方米欧式风格的多功能雪具大楼，上千套进口滑雪器材供滑雪者使用。

#### 4.1.2 长春市大众冰雪运动消费者现状调查

自从习总书记提出“冰天雪地也是金山银山”“带动三亿人参与冰雪运动”开始，全国人民开始对冰雪运动充满着强烈的向往。随着全国乃至全球人们生活质量快速提升，人们对于生活中休闲娱乐的活动要求也愈发严格。而冰雪运动作为新事物、新娱乐进入到人民的生活中，为长春市居民也提供了节假日良好的休闲放松活动。

(1) 消费者年龄基本分布情况：

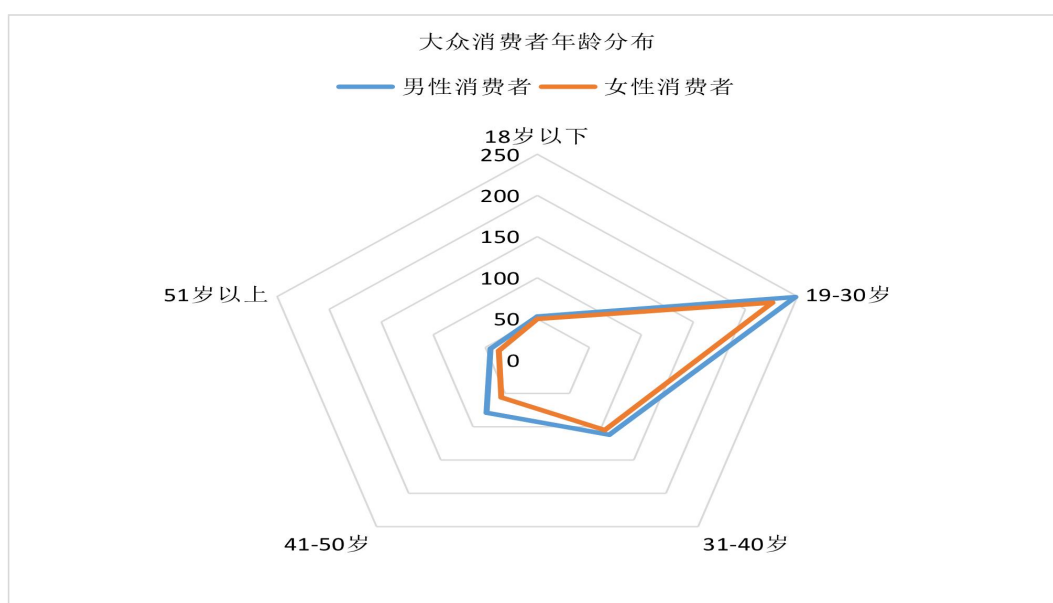


图 4.1 大众冰雪消费者年龄分布

Fig 4.1 Age distribution of mass ice and snow consumers

本论文共发布消费者调查问卷 1020 份，回收 1011 份。其中，男性回答问卷人数 537 份，女性回答问卷人数 474 份。其中男性消费者中，18 岁以下参与人数为 53 人，占比为 9.9%；19-30 岁参与人数为 248 人，占比为 46.2%；31-40 岁参与人数为 112 人，占比为 20.9%；41-50 岁参与人数为 79 人，占比为 14.7%；51 岁以上参与人数为 45，占比为 8.4%。其中女性消费者中，18 岁以下参与人数为 50 人，占比为 10.5%；19-30 岁参与人数为 226 人，占比为 47.7%；31-40 岁参与人数为 105 人，占比为 22.2%；41-50 岁参与人数为 56 人，占比为 11.8%；51 岁以上参与人数为 37 人，占比为 7.8%。根据问卷占比可以得出在男性和女性消费者人群中 18 岁以下消费者人群参与较少，分别只占到了 9.9%和 10.5%，应该在

初高中阶段加大对冰雪后备人才培养的相关内容。在 31-40 岁区间和 41-50 岁的消费者人群男女参与情况相比较来说较为均衡，分别在 20% 以及 10% 以上；在 51 岁以上的消费者人群参与较少均不到 10%。

(2) 消费者收入和消费水平情况：

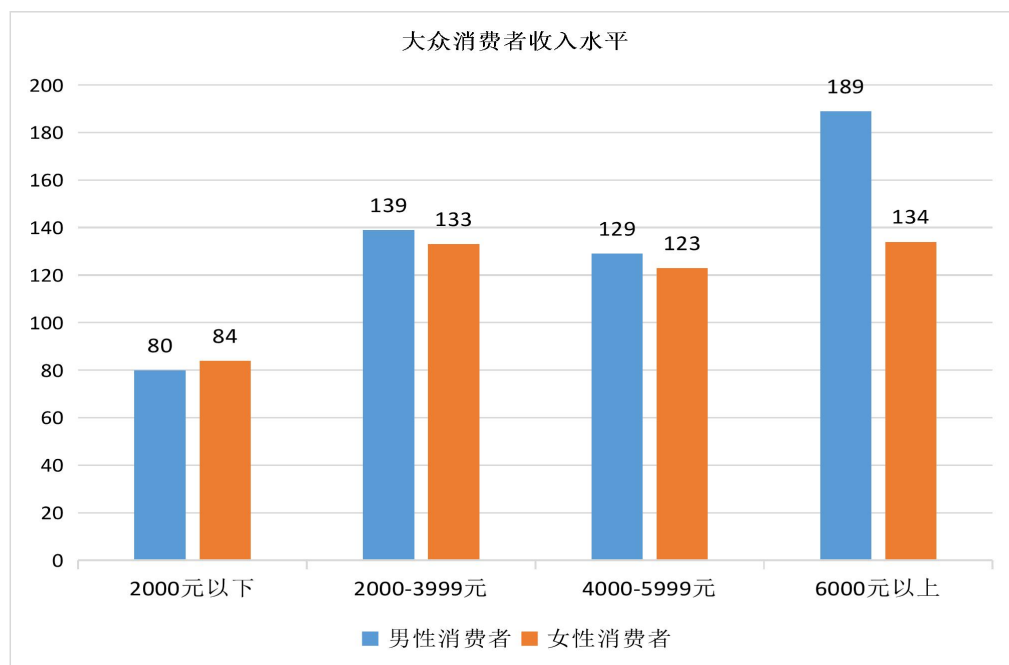


图 4.2 大众冰雪消费者收入情况

Fig 4.2 Income situation of mass ice and snow consumers

冰雪运动、冰雪旅游等活动作为季节性运动，其拥有特定性。对于场地设施的要求较为严苛，且对于消费者经济能力、经济水平有着一定的要求。通过对 1011 名受调查人员进行调查，可以得知受到调查的消费者中月工资水平各不相同。月工资水平在 2000 元以下的有 164 人，约占受调查的 16.22%；月工资水平在 2000-3999 元的有 272 人，约占受调查的 26.9%；月工资水平在 4000-5999 元的有 252 人，约占受调查的 24.93%；月工资水平在 6000 元以上的有 323 人，约占受调查的 31.95%。其中，月收入在 2000 元以下的消费人群中，男性 80 人，女性 84 人，其中 95% 以上都为学生，少部分为其他工作。月收入在 2000-3999 元的消费者中有 139 名男性消费者，133 名女性消费者。其中，个体工商户、国家公务员、企业单位和事业单位人群占据 79.9%。月收入在 4000-5999 元的消费者中，男性消费者 129 人，女性消费者 123 人，个体工商户、国家公务员、企业单位和事业单位人

群占据 85.7%。月收入在 6000 元以上的消费者中，男性消费者 189 人，女性消费者 134 人，其中事业单位人群所占比例最高为 26%。

表 4.3 大众冰雪消费者人群情况分布

Table 4.3 Distribution of mass ice and snow consumer groups

消费水平	消费者人数	消费者人群（占比最多）
0-149 元	237 人，23.44%	学生 30.3%
150-399 元	319 人，31.55%	公务员和编制人员 44%
400-599 元	245 人，24.23%	企业员工和编制人员 49%
600 元以上	210 人，20.77%	企业员工和编制人员 44.6%

表 4.4 消费者人群认为合理开销范围

Table 4.4 Scope of expenses considered reasonable by consumers

消费范围	人数	占比
100 元以下	285	28.19%
100-199 元	401	39.66%
200-399 元	210	20.77%
400 元以上	115	11.37%

消费者收入水平并不完全决定消费者的消费水平，因此通过问卷数据进行整理得到以下数据：在参与调查的 1011 名消费者中，在参与大众冰雪活动中消费范围在 0-149 元的人数为 237 人，150-399 元的人数为 319 人，400-599 元的人数为 245 人，600 元以上的人数为 210 人，所占总人数比例分别是：23.44%、31.55%、24.23%、20.77%。消费金额在 0-149 元的消费者中，学生人数 72 人，占总数 30.3%；消费金额在 150-399 元的消费者中，国家公务人员和事业单位人员占总数的 44%；消费金额在 400-599 元的消费者中，企业员工和事业单位人员占总数的 49%；消费金额在 600 元以上的消费者中，企业员工和事业单位人员占总数的 44.6%。

根据以上数据，可以得出结论长春市参与大众冰雪的消费者中，学生、事业单位人员、国家公务人员占据了大部分比例。但学生还未拥有独立消费的能力，所以学生的消费范围往往在 300 元以下；在拥有经济独立的人群中，受到问卷调查的事业单位人员和企业员工分别占据了总数的 20.6%和 20.1%，成为了消费的主要群体。从数据上看我市消费人群相对较为均衡，但冰雪运动作为一项对闲暇时间和经济水平要求较高的运动，对于消费者的自身消费水平要求较高。所以，在未来北京冬奥会后一段时间内，长春市大众冰雪发展的消费水平应该面向各种消费水平人群。未来一阶段应继续加大冰雪运动推广力度，吸引更多优质消费者

参与大众冰雪运动中，保证长春市大众冰雪消费整体层次。对于学生消费者，应该更加扩大优惠水平，从学生无法拥有稳定的经济收入做考虑应针对性设置学生套票，降低或免除其部分花销。在整体大众冰雪消费产品的打造上应更加具有当下流行元素，例如：城市特色、乡土特色、时代特色、潮流风尚等时下流行元素。紧跟社会整体市场的供求。从产品到设施再到服务整体性打造因人适宜的消费区间，注重将可持续发展理论中的经济、社会、文化属性特点进行有机统一结合，更能够促进 2022 年北京冬奥会后长春市大众冰雪可持续性发展。

(3) 消费者参与冰雪活动的项目分布情况：

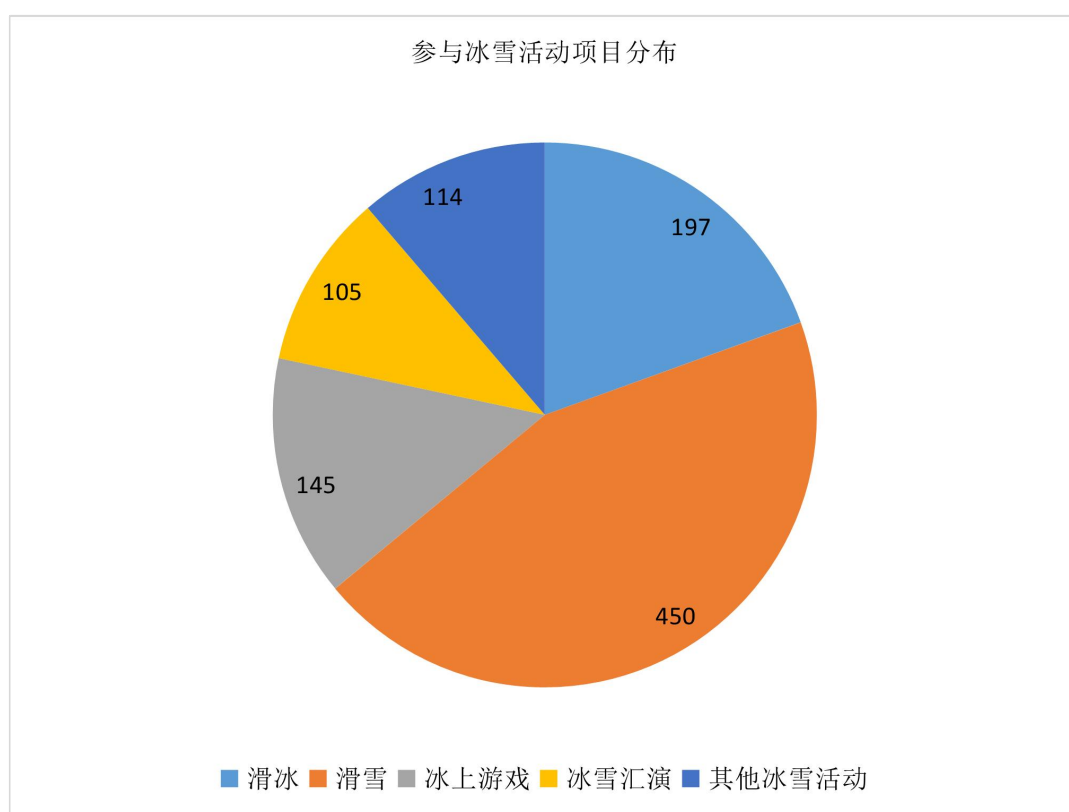


图 4.3 大众冰雪消费者参与冰雪活动项目分布情况

Fig 4.3 Distribution of mass ice and snow consumers participating in ice and snow activities

根据收集整理问卷数据可知长春市居民在日常生活中参与大众冰雪的活动项目具体情况如下：在调查的 1011 名我市居民中，有 197 名选择参与滑冰运动，占总比例的 19.49%；有 450 名选择参与滑雪运动，占总比例的 44.51%；有 145 名选择参与冰上游戏，占总比例的 14.34%；有 105 名选择参与冰雪汇演，占总比例的 10.39%；还有 114 名选择参与其他冰雪活动，占总比例的 11.28%。通过以上收

集整理数据可以得知，在收集调查的所有消费者中参与滑雪运动的人群占比最大，占据了总比的 44.51%。能够从比例数值上看出相比较于其他冰雪活动而言，滑雪仍然是大多数人在选择参与大众冰雪活动时的最优选择，滑冰在大众居民的日常生活中选择人数较少。

#### (4) 消费者参与大众冰雪的次数

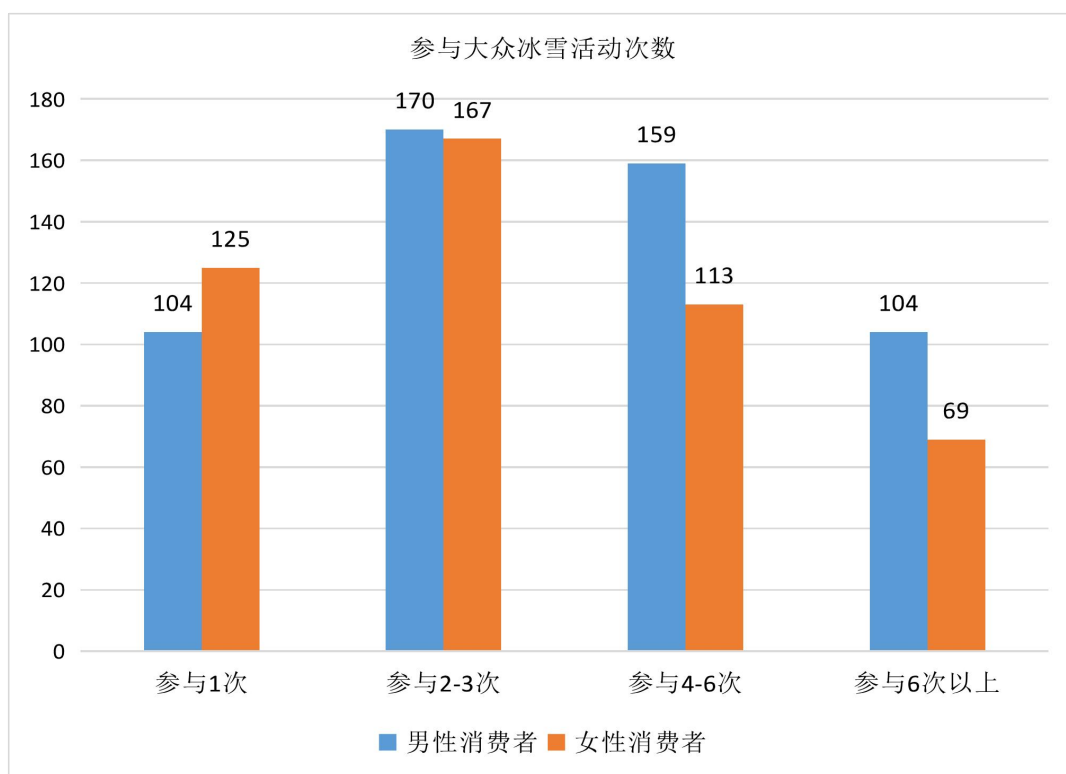


图 4.4 大众冰雪消费者参与大众冰雪活动次数情况

Fig 4.4 Number of mass ice and snow consumers participating in mass ice and snow activities

在收集调查的 1011 名消费者中，每年选择参与大众冰雪活动在一次的 229 人中，其中男性消费者 104 人，女性消费者 125 人；每年选择参与大众冰雪活动在 2-3 次的 337 人中，其中男性消费者 170 人，女性消费者 167 人；每年选择参与大众冰雪活动 4-6 次的 272 人中，其中男性消费者 159 人，女性消费者 113 人；每年选择参与大众冰雪活动在 6 次以上的 173 人中，其中男性消费者 104 人，女性消费者 69 人。我们可以看出在长春市大众冰雪活动开展的过程中，参与 2-3 次的人群最多，6 次以上的人群最少。以上数据可以分析出，长春市大众居民对于冰雪活动的参与情况并没有较高的黏性消费情况，在未来长春市大众冰雪发展的过程中，应该改善体验过程、增强体验乐趣，使得消费者在大众冰雪活动上的消费黏性有

着进一步的提高。

#### (5) 消费者对教练员满意程度

通过对 1011 名消费者进行调查可以发现, 有 582 名消费者在进行大众冰雪活动的过程中聘请了专业的教练进行运动指导, 其余 429 名消费者并未选择聘请教练进行指导。由此可以看出, 专业的大众冰雪活动教练员在大众居民心参与冰雪运动时不是首要选择的。可能存在着对教练员执教水平的不相信、对教练员是否有足够的水平进行指导等问题存在着疑虑。

在聘请教练员的 582 名消费者中, 有 320 名男性消费者和 262 名女性消费者选择聘请教练。在这些消费者中, 每次参与大众冰雪运动的消费水平也是分布均匀的。每次消费 0-149 元的有 124 人; 消费 150-399 元的有 161 人; 消费 400-599 元的有 161 人; 消费 600 元以上的有 136 人。可以看出在聘请教练员时消费人数最多的花销范围在 150-599 元之间。

表 4.5 大众冰雪消费者对教练员满意情况  
Table 4.5 Popular ice and snow consumers are satisfied with the coaches

教练员满意度	人数	指导收费满意度	人数
十分满意	170	非常满意	153
满意	237	满意	334
一般	136	一般	66
不满意	39	不满意	29

在对聘请教练员的消费者进行满意度调查的过程中, 收集到以下数据: 对专业教练员的指导十分满意的人数 170 人, 满意的人数 237 人, 不满意的人数 39 人, 对教练员的指导评价为一般的有 136 人。对专业教练员的指导收费情况非常满意的有 153 人, 满意的 132 人, 比较满意的 202 人, 一般的 66 人, 不满意的 29 人。其中在指导过程不满意的占总比例的 6.7%, 在指导收费过程中不满意的占总比例的 4.9%。由此可以看出在专业指导员工作的过程中, 还存在着一些引起消费者不满的现象和定价问题。因此在未来长春市大众冰雪发展过程中应该更加注意此方面情况, 尽量做到让消费者得到良好的参与体验和消费快乐。

## (6) 消费者对于大众冰雪实时知情情况

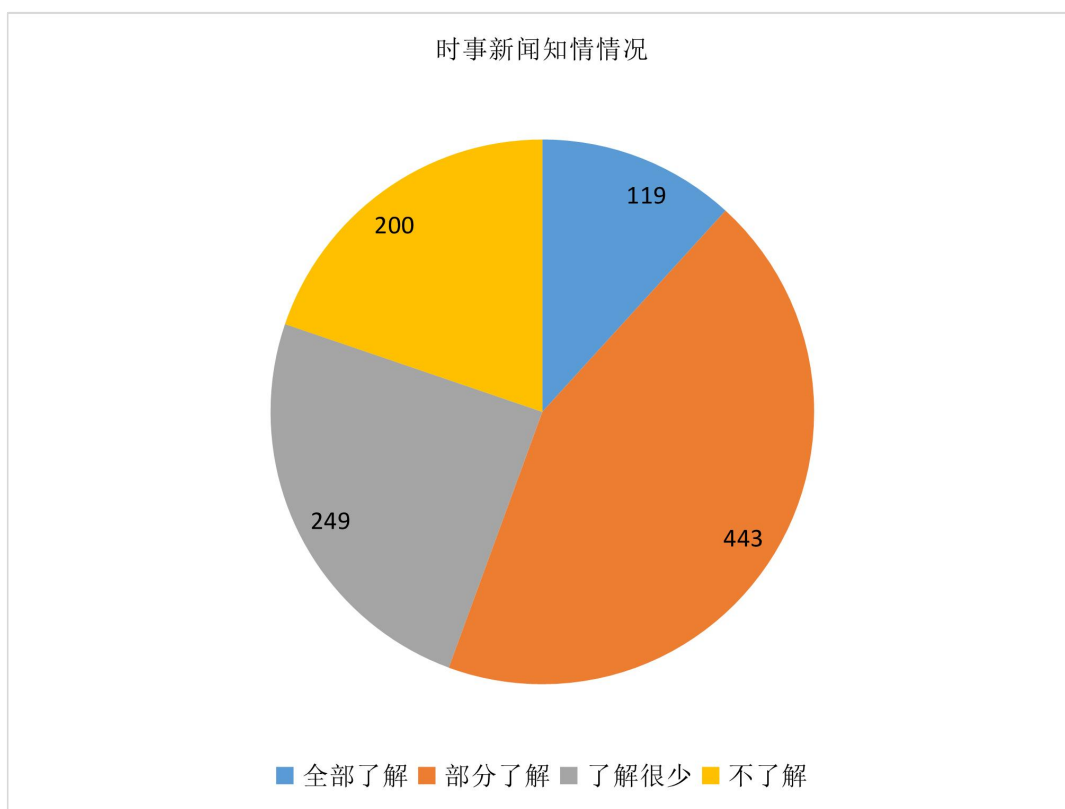


图 4.5 大众冰雪时事新闻知情情况  
Fig 4.5 Knowledge of the public snow and ice current affairs news

一切产业的发展都需要一个前提就是可持续、有延续性的开展和进步，大众冰雪更是如此。我国作为举办 2022 年冬奥会的举办国家，我国人民都翘首期待着运动健儿能够在家乡取得良好优异的运动成绩为国增光实现自身的价值。因此本文对冬奥会进行期间的实时新闻对长春市居民进行了调查，收集整理得到以下数据：在 1011 名调查访问对象中，有 119 人全部了解了冬奥会期间的时事新闻；有 443 人部分了解冬奥会期间的时事新闻；有 249 人对于冬奥会期间的时事新闻了解很少；有 200 人对于冬奥会发生的时事新闻并不了解。本文对大众居民进行了关于大众冰雪后备人才的培养政策、培养方案、培养策略等了解情况的调查，具体调查情况如下：其中 99 人全部了解长春市冰雪后备人才培养相关政策；296 人部分清楚长春市冰雪后备人才培养相关政策；350 人了解很少长春市冰雪后备人才培养相关政策 266 人不清楚长春市冰雪后备人才培养政策。通过以上数据分析可以得知，长春市大众居民对于大众冰雪实时情况了解并不全面存在着一定的缺失。

因此在未来发展长春市大众冰雪可持续发展的道路上应该更加着重注意此方面问题。

#### (7) 消费者对疫情影响的主要看法

新冠疫情在 2020 年进入我们的生活，两年的时间使得疫情已经变为生活的常态。在如此疫情常态化的背景下，疫情给人们的生活带来了诸多不便和很多影响，对于热爱大众冰雪的大众居民同样如此。根据本文问卷数据的收集情况可以看出，人们对于疫情影响最多的两个方面是：影响日常出行和影响人员流动分别都占到了 56.08% 和 55.98%。其次是影响大众冰雪场地的日常开放和影响优秀后备人才培养的过程，分别占 45.6% 和 38.28%。因此在未来下一个阶段长春市大众冰雪高质量可持续发展的过程中应该更加考虑疫情常态的发展战略。

#### (8) 消费者对大众冰雪场所满意程度

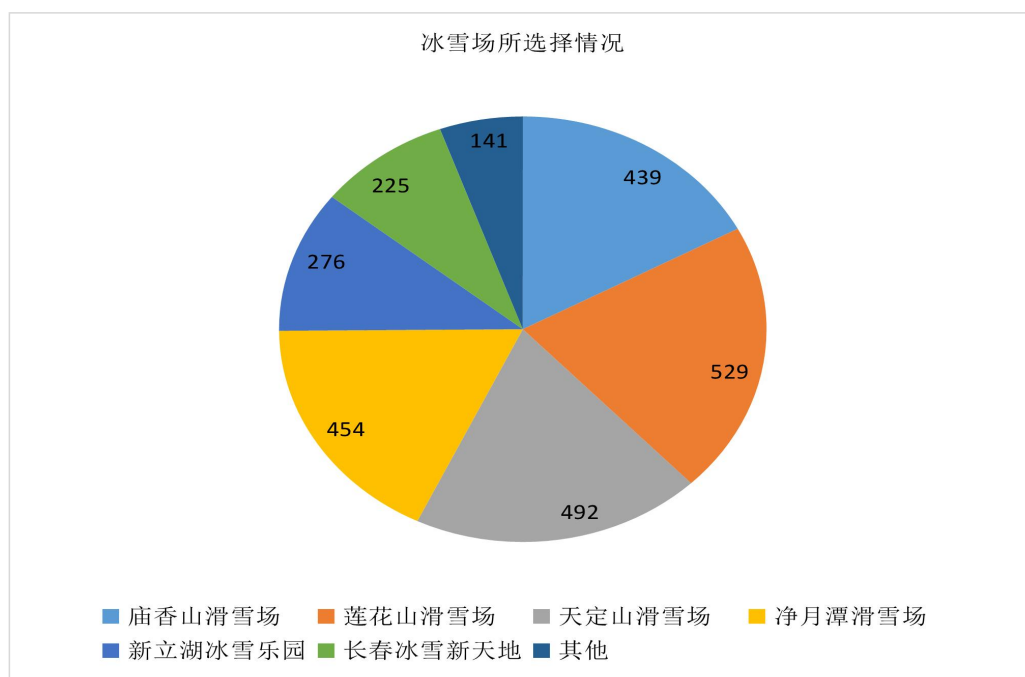


图 4.6 大众冰雪运动场所选择情况

Fig 4.6 Selection of popular ice and snow sports venues

要想进行愉快的冰雪活动，其活动场所的实际情况是影响参与体验度的重要因素。因此出于本原因考虑本文对消费者进行了调查和访问得出以下数据：在长春市参与大众冰雪活动的消费者中，滑雪场是大众居民选择的最多选择。其中以庙香山滑雪场、莲花山滑雪场、天定山滑雪场以及净月潭滑雪场最多，其中有 439

人选择前往庙香山滑雪场；492人选择前往天定山滑雪场；529人选择前往莲花山滑雪场；454人选择前往净月潭滑雪场。长春冰雪新天地、新立湖冰雪欢乐谷、长春市欧悦真冰滑冰场等成为大众居民的次要选择。

其中参与大众冰雪活动的消费者中对自身参与活动的场所进行了满意度的评定，对活动场所的建设满意程度分为以下几种情况：非常满意的有210人；满意的有269人；比较满意的有344人；一般的有105人；不满意的有83人。因此根据上述数据可以得知长春市参与大众冰雪活动的消费者对场地设施的整体满意度在81.4%，整体的满意度偏高，代表长春市大众冰雪场所能够至少满足消费者平时的活动需求。

#### (9) 消费者角度影响大众冰雪运动因素

表 4.6 消费者角度影响大众冰雪运动因素  
Table 4.6 Factors influencing public ice and snow sports

选项内容	人数	占比
装备器械不足	368	36.4%
空间时间不足	558	55.19%
活动场所交通不便	526	52.03%
自身身体状况	449	44.41%
缺乏专业指导	364	36%
缺少相关兴趣	236	23.34%
安全隐患问题	183	18.1%
经济条件限制	155	15.33%

通过调查问卷发现，消费者在参与长春市大众冰雪运动的过程中，对于影响自身参与冰雪运动的因素有不同的看法。其中认为空间时间不足、活动场所交通不便的占据了55.19%和52.03%，人数分别是558人和526人；认为安全隐患问题、经济条件限制的占据了18.1%和15.33%，人数分别是183人和155人。可以看出环境问题成为了影响消费者参与大众冰雪运动的重要因素。

## (10) 消费者所期望大众冰雪改进建议

表 4.7 消费者期望冰雪场所改进建议  
Table 4.7 Suggestions for improvement of snow and snow places

建议内容	人数	占比
增添更多雪道	408	40.36%
提高休息服务中心质量	562	55.59%
增加更多交通线路	557	55.09%
明确雪道路线提示	473	46.79%
升级登山缆车硬件设施	383	37.88%
提高雪质	267	26.41%
增添市区雪场专车路线	248	24.53%
打造周边娱乐配套设施	183	18.1%

随着我国居民大众生活质量的不断提高，人们对于日常生活的休闲活动要求也在逐步提高。对于参与大众冰雪的消费者人群来说，提高服务中心质量和增加交通路线成为了人们心中的最佳期望，分别占据了总比例的 55.09% 和 55.59%；对于滑雪爱好者来说升级登山缆车等硬件设施、增添更多雪道和明确雪道路线指示等成为了爱好者们的最佳需求。其他的建设期待是从整体出发，考虑到交通问题众多消费者期待能够打造更多专属交通路线，打造更多相关配套娱乐设施等。以上期待和建议都能够体现出人民大众对于活动的整体感受追求在上升，活动短暂的愉悦并不能完全满足消费者们的要求，更应该从周边配套建设的建设、交通便利、闲暇休息环境舒适等角度进行建设考虑。应满足消费者的良性需求，以此来吸引更多消费者，从而进一步提高消费者对于长春市大众冰雪活动的消费黏性，促进长春市大众冰雪在疫情常态化背景下的可持续高质量发展。

#### 4.1.3 长春市大众冰雪运动教练员现状调查

大众冰雪教练员作为居民消费者参与冰雪活动的指导者、教学者，其在教学过程中的言行举止将对居民参与活动的安全和运动习惯产生巨大影响（本文对大众冰雪指导员和大众冰雪教练员统称为大众冰雪运动教练员）。大众冰雪教练员也应该承担起相应的责任和义务，因此本文对 30 位大众冰雪教练进行问卷的发放和收集。

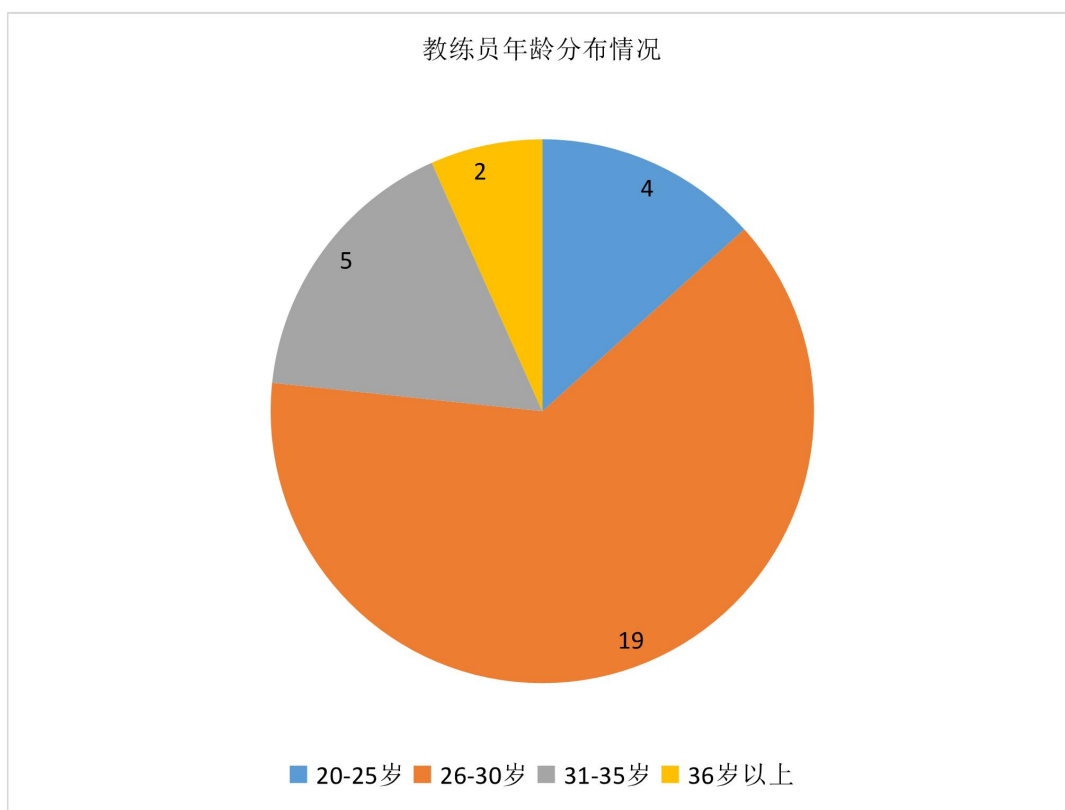


图 4.7 大众冰雪教练员年龄分布情况

Fig 4.7 Age distribution of mass ice and snow coaches and instructors

其中男性大众冰雪教练员 20 名，女性大众冰雪教练员 10 名，分别占总数的 66.7%和 33.3%。大众冰雪教练员的年龄分布也较为明显，20-25 岁的 4 人，占总数的 13.33%；26-30 岁的 19 人，占总数的 63.33%；31-35 岁的 5 人，占总数的 16.67%；36 岁以上的 2 人，占总数的 6.67%。因此可以得出长春市大众冰雪教练员年龄分布大多数在 26-30 岁之间。

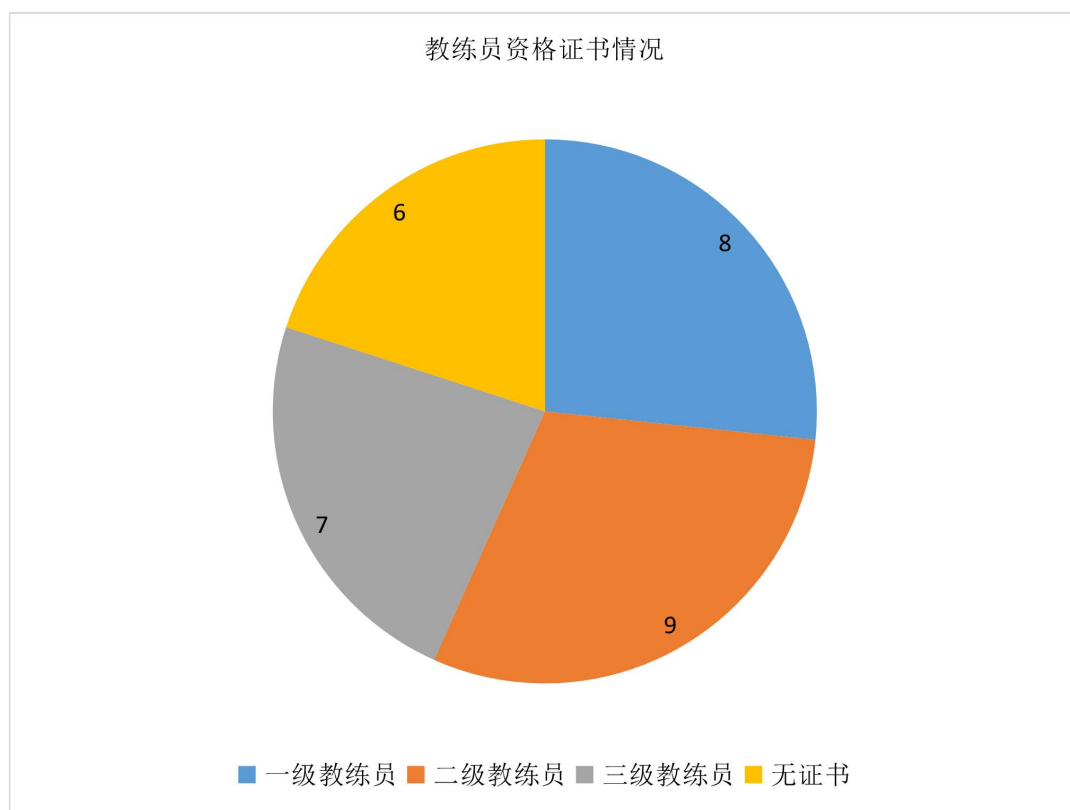


图 4.8 大众冰雪教练员资格证书情况

Fig 4.8 The Qualification Certificate of Volkswagen Ice and Snow Coachs

通过对教练员学历等信息进行调查发现，所有教练员学历均在专科及以上。其中专科 2 人，占 6.67%；本科 25 人，占 83.33%；研究生及以上 3 人，占 10%。教练员的薪资水平也较为明显，30 人薪资均在 2000 元以上。薪资水平在 2000 元-3999 元的 1 人，占 3.33%；薪资水平在 4000 元-5999 元的 6 人，占 20%；薪资水平在 6000 元以上的 23 人，占 76.67%。对教练员从业资格证书的调查发现，是否拥有资格证书比例较为均衡。一级教练员 8 人，占 26.67%；二级教练员 9 人，占 30%；三级教练员 7 人，占 23.33%；无证书的 6 人，占 20%。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/387136015103010031>