

基于 SWOT 模型的武汉市冰雪旅游 产业发展策略研究



王淑雯*, 陆静, 王佩妮

武汉商学院经济学院, 湖北武汉 430056

摘要: 随着冰雪运动“南展西扩东进”战略不断落地, 冰雪旅游不再局限于中国北方地区, 越来越多南方城市开始布局相关产业, 探索适合自身的发展道路也成为当下文旅领域的研究热点。武汉作为中部地区重要中心城市, 发展冰雪旅游具备独特的基础条件。本文以武汉市冰雪旅游产业为研究对象, 梳理当地产业发展现状, 分析各类影响因素, 尝试总结出符合南方城市实际的发展策略, 也希望能为同类型城市提供参考。本次研究主要运用文献资料法、实地考察法以及 SWOT 分析法, 从优势、劣势、机遇、威胁四个维度展开全面分析。研究发现, 武汉拥有优越的地理位置、完善的交通网络和丰富的人文旅游资源, 再加上地方政策扶持、大众冰雪消费热情上涨、数字技术不断融合应用, 产业发展具备良好基础。但本地天然冰雪资源偏少、冰雪文化氛围薄弱, 人工造雪和场馆维护成本较高, 再加上省内外同类项目较多, 市场竞争压力较大, 也制约了产业进一步发展。结合 SWOT 分析结果, 本文分别制定 SO、WO、ST、WT 四类发展策略, 从打造特色文旅 IP、借助技术降低运营成本、培育本土冰雪文化、实行场馆差异化运营、优化成本管理方面提出具体做法。本次研究结论既能助力武汉冰雪旅游产业稳步发展, 也可以为中国其他南方城市开展冰雪旅游项目提供实践思路。

关键词: 武汉市; 冰雪旅游; SWOT 分析; 策略

DOI: [10.57237/j.wjeb.2026.01.005](https://doi.org/10.57237/j.wjeb.2026.01.005)

Research on the Development Strategy of Ice and Snow Tourism Industry in Wuhan Based on SWOT Model

Wang Shuwen*, Lu Jing, Wang Peini

School of Economics, Wuhan Business University, Wuhan 430056, China

Abstract: With the continuous implementation of the national strategy of “Expanding Ice and Snow Sports to the South, West and East”, ice and snow tourism is no longer limited to northern China. More and more southern cities have started to layout relevant industries, and exploring suitable local development paths has become a key research hotspot in the cultural tourism industry. As an important central city in central China, Wuhan has unique basic conditions for the development of ice and snow tourism industry. Taking Wuhan’s ice and snow tourism industry as the research object, this paper sorts out the

基金项目: 武汉商学院 2025 年度校级大学生创新创业训练计划项目《“热城”的“冰雪奇缘”: 武汉市冰雪旅游发展水平测度及策略研究》(No. 202511654125).

*通信作者: 王淑雯, 2781284455@qq.com

收稿日期: 2026-05-18; 接受日期: 2026-06-18; 在线出版日期: 2026-07-07

<http://www.wjeconbus.com>

current development status of the local industry and analyzes its various influencing factors, so as to summarize targeted development strategies applicable to southern cities and provide references for similar domestic cities. Adopting the literature review method, field investigation method and SWOT analysis method, this study conducts a comprehensive analysis from the four dimensions of strengths, weaknesses, opportunities and threats. The research results show that Wuhan's ice and snow tourism industry enjoys favorable development foundations benefited from its superior geographical location, complete transportation network, rich cultural tourism resources, supportive local policies, growing public enthusiasm for ice and snow consumption, and in-depth integrated application of digital technologies. However, the further development of the industry is restricted by insufficient natural ice and snow resources, weak local ice and snow cultural atmosphere, high costs of artificial snowmaking and venue maintenance, and intense market competition from a large number of similar projects inside and outside Hubei Province. Based on the SWOT analysis results, this paper formulates four types of development strategies including SO, WO, ST and WT strategies, and puts forward specific countermeasures in terms of building characteristic cultural tourism IPs, reducing operating costs through technological empowerment, cultivating local ice and snow culture, implementing differentiated operation of venues, and optimizing cost management. The research conclusions can not only promote the stable and high-quality development of Wuhan's ice and snow tourism industry, but also provide practical development ideas for other southern cities in China to carry out ice and snow tourism projects.

Keywords: Wuhan City; Ice and Snow Tourism; SWOT Analysis; Development Strategies

1 引言

冰雪旅游作为一种新兴产业经济,其发展离不开政策、市场需求、文化传统、大众满意度等诸多因素,而随着冰雪运动“南展西扩东进”战略的推进,中国愈加重视冰雪运动的发展和普及[8],除了传统的东三省地区外,越来越多的南方城市也开始加入冰雪旅游的浪潮中。以武汉市为例进行研究,聚焦南方城市冰雪旅游发展,打破传统冰雪旅游研究多集中于北方地区的局限,为南方城市冰雪旅游发展提供新的研究视角与方法,丰富冰雪旅游研究领域,对南方城市冰雪旅游产业发展具有重要的理论与实践借鉴意义。

武汉市作为湖北省的省会城市,人文历史与景观资源丰富独特,能吸引较多游客前来游玩,同时因其具有十分显著的经济实力,能更加完善的去建造冰雪场馆,设计冰雪游玩项目,举办冰雪旅游活动等等,让游客体会到武汉市冰雪旅游产业的多样性、趣味性,为武汉市发展冰雪旅游产业提供了重要条件。冬奥会的开展进一步刺激了武汉市冰雪旅游产业发展,武汉市冰雪旅游市场需求逐年增加,冰雪旅游产业也不断完善[1],冰雪活动与体育竞技、商业和非遗等元素充分融合,推动了武汉冰雪旅游产业趣味化和特色化。武汉市政府为了方便游客出行设置了冰雪旅游专线,不断完善冰雪旅游交通体系,为武汉市冰雪旅游发展现状开发新的活力。文章运用 SWOT 分析方法,剖析武汉市冰雪旅游产业的发展潜力与面临的挑战,并对其提出开发策略。

2 武汉市冰雪旅游产业发展的 SWOT 分析

2.1 优势分析

2.1.1 区位优势

武汉市位于中国中部,是南方地区的重要城市,处于南北地区过渡地带,具有优越的地理位置,对于尤其是长江以南地区的游客来说,该地区冰雪资源相对匮乏,武汉市冰雪旅游项目对其具有较强吸引力,同时可以让他们相对便捷的体验冰雪旅游活动,可以吸引大量的南方游客前来游玩。

2.1.2 交通优势

武汉位于长江经济带与景观发展轴的交汇点,素有“国家地理心脏”之称,处于全国性综合交通枢纽地位。铁路方面,武汉是全国众多铁路干线的交汇点,包括京广高铁、郑万高铁、黄黄高铁等多条铁路,高铁、火车方便快捷,可速通全国大部分地区;公路方面,武汉高速公路纵横交错,网络密集,如武汉天河机场高速公路、武汉都市圈环线高速公路等,方便就近地区自驾前往;航空方面,武汉天河国际机场航线丰富,便于各地游客前来。除此以外,武汉市截至 2025 年共有 12 条地铁线路在运营之中,利于游客游玩出行便利,见表 1。交通便利,既能吸引周边城市游客前来游玩,也能方便远

距离地区游客前来旅游。

表 1 武汉市各交通路线图

类别	内容
铁路	京广高铁、郑万高铁、黄黄高铁、沪蓉客专、武九客专、汉十高铁和武咸、武冈、武孝、仙桃城际等 10 条高速铁路，京广、京九、宜万、焦柳、武九、汉丹、襄渝、孟平、宁西、漯阜、浩吉 11 条既有普速干线，以及 74 条支线和联络线。
公路	武汉—重庆高速公路（G4223）、武汉—英山高速公路（沪武高速湖北段）、武汉都市区环线高速公路（G9906）、武松高速（武汉段）等高速公路，左岸大道经开段、东风大道、江城大道等城市主干道
航空	东航“汉沪快线”、南航“武广快线”和国航北京—武汉定期航线
地铁	包括 1 号线、2 号线、3 号线、4 号线、5 号线、6 号线、7 号线、8 号线、11 号线、16 号线、19 号线、阳逻线

2.1.3 人文优势

武汉作为历史文化名城，从先秦到民国时期始终活跃在历史前沿，具有丰富的历史文化基础，且具有“天下第一楼”之美称的黄鹤楼和“江城明珠”之称的东湖等众多著名文旅 IP，武汉冰雪旅游产业可与这些文化资源深度融合，例如将冰雪元素与楚文化、长江文化相结合，打造以“冰雪+非遗、民俗”为主题的特色活动[7]，借助城市自身的文旅吸引力，提升冰雪旅游的体验感与趣味性。武汉自身的人文优势可使冰雪旅游产业在此快速发展并与当地的产业结合，共同推动完善创新，给市民及游客提供更优秀的服务。

2.2 劣势分析

2.2.1 气候条件受限

武汉市位于长江流域，受季风气候影响，冬季有时会受到暖湿气流侵袭，导致气温偏高。同时，武汉周边地形相对平坦，冷空气容易扩散，难以长时间维持低温，冰雪容易融化[13]。且因武汉市冬季水汽条件相对较弱，动力抬升能力不足，降雪概率较低，根据中国天气网数据，2012-2023 年的十年间，武汉冬季下雪的概率不足 5%，大雪天气概率仅为 0.4%，即使降

雪，积雪量也较少。

2.2.2 冰雪文化薄弱

相较于北方地区，武汉市冰雪旅游开展历史较短，冰雪文化根基薄弱，远不如北方地区的冰雪文化丰富多彩，涵盖了冰雪艺术、民俗活动、特色饮食、冰雪运动等多个方面[4]。民众对冰雪文化的认知和参与度也较低，只有少部分人选择去了解与学习，武汉市冰雪运动普及仍未实现大众化，限制了武汉市冰雪旅游市场的发展。

2.3 机遇分析

2.3.1 政策的支持

湖北省冰雪经济项目专题谋划推进会强调，须努力打造冰雪旅游圣地，坚持系统谋划，认真落实。政府为支持冰雪旅游发展，制定了一系列政策，见表 2。各项政策的提出为武汉发展冰雪旅游提供了明确发展目标，特别是各种政策优惠活动，吸引了更多的游客前来游玩[12]，例如发放体育消费券和推出各种套餐和优惠制度，进一步刺激了武汉市的冰雪消费，增加了游客对冰雪旅游的满意度，推动了冰雪旅游发展。

表 2 湖北省政府支持冰雪旅游政策

序号	政策	具体内容
1	《关于以冰雪运动高质量发展激发冰雪经济活力的若干意见》	促进冰雪经济区域协调发展、推进冰雪装备器材产业高质量发展、优化发展冰雪旅游
2	《湖北省冰雪产业发展三年行动计划（2024-2026 年）》	推动冰雪与文化、旅游的深度融合，打造武汉都市冰雪休闲游等 10 条精品冰雪旅游线路。
3	《湖北省人民代表大会常务委员会关于促进全省冰雪运动发展的决定》	优化冰雪产业发展环境，培育和扶持市场主体，支持建设特色冰雪旅游度假区和度假地，推动文旅体融合发展

2.3.2 市场需求增加

2022 年北京冬奥会的结束使冰雪活动深受大众喜爱,又随着冰雪运动的普及和年轻人对冰雪旅游活动的热情高涨,武汉市冰雪旅游市场需求日益旺盛,根据中国冰雪旅游消费大数据报告(2023)可知,全国参与冰雪旅游的游客人数在 2022-2023 雪季预计会超过 3 亿人次[11],全国参与冰雪旅游的游客人数到“十四五”末期预计将达到 5.2 亿人次,届时冰雪休闲旅游收入预计将进一步增加,冰雪旅游正在成为受人们喜爱的新兴旅游。除本地居民对冰雪旅游的需求不断释放外,还吸引了众多外地游客前来打卡,武汉市冰雪旅游市场需求呈现积极化增加。

2.3.3 冰雪与数字技术结合

武汉积极探索冰雪旅游与数字技术的融合。甘露山滑雪场采用高效制冷系统,能耗降低,雪质维护效率提升[15];引入 AI 机器人提供装备租赁、路线导航等服务,使游客服务响应速度加快,有利于吸引更多游客,提升游客的满意度。例如 2024 武汉大众冰雪季举办 VR 体感滑雪、冰雪机器人竞赛等活动,吸引超高人次体验,带动相关科技设备销售增长。未来,随着 5G、物联网等更多数字技术的应用,武汉市冰雪旅游产业迎来进一步升级。

2.4 威胁分析

2.4.1 竞争威胁

武汉市发展冰雪旅游产业的市场劣势主要体现在消费者的需求特征、北方市场的强势竞争与周边地区的同质化竞争和配套设施不完善这三个方面。武汉及其他南方地区对冰雪旅游的认识还多停留在玩雪、看冰雕等浅显方面,缺乏像北方地区的滑雪、滑冰等深度参与。大部分游客更倾向于低成本、有趣的体验,而非高消费、专业的冰雪活动,难以支撑长期客流。且哈尔滨的冰雪大世界、张家口的冬奥场地等北方冰雪场地依托天然冰雪资源,已形成全国性热门冰雪旅游 IP [6],游客们更倾向于选择这些地区作为冰雪旅游地点。同时,周围其他地区同样开发了冰雪旅游场馆,与武汉可能产生同质化竞争,武汉市冰雪旅游发展容易面临分流压力[2],这对武汉市普及和发展冰雪旅游产业带来了巨大的竞争和挑战。

2.4.2 成本威胁

在气候周期性影响下,冬季旅游产业面临营收压力与设施空置双重困境。武汉市受气候因素影响,天然冰雪资源较为有限,多采用人工造雪,人工造雪需耗费大量电力和水资源来维持低温环境、驱动造雪设备,成本较高[9]。且冰雪旅游依赖专业场地,如室内滑雪场需要的恒温制冷系统、雪道造景,还有各种专业性设备,所需成本较大。而武汉因天然滑雪场较少,多为人工建造,成本远超其他地区。同时,武汉的高温高湿环境易加速设备老化,需频繁维修,年均维护成本远超北方场馆,运营成本较高[3]。

3 武汉市冰雪旅游产业发展策略

基于武汉市冰雪旅游产业 SWOT 分析,围绕优势(S)、劣势(W)、机遇(O)、威胁(T)的组合逻辑,结合武汉实际资源与发展现状,制定以下针对性策略。

3.1 SO 策略(依托优势,抢抓机遇)

3.1.1 构建枢纽型跨区域冰雪消费网络

针对武汉天河机场空铁联运枢纽,设“冰雪旅游服务站”,提供行李托运、场馆直间接驳,例如武商梦时代、武汉冰雪中心专线大巴,并且推出了“机场-场馆”联票优惠,凭机票享冰雪场馆门票折扣。再联合长沙、郑州等地旅行社,推出“高铁冰雪”周末游产品。比如从武汉站到武汉冰雪中心“高铁冰雪接驳专线”,包含场馆门票和装备租赁,将 1.5 小时高铁圈的客人拉进来,让他们既能滑雪,又能尝尝户部巷的美食,逛逛夜晚的黄鹤楼,实现多业态消费。

3.1.2 打造“楚韵冰雪”文旅科技融 IP 矩阵

充分将文旅科技与武汉热门 IP 相结合,可以在黄鹤楼布设冰雪覆楼的 AR 互动装置,游客扫描指定点位就可以触发黄鹤楼的虚拟冰雪场景,同步推出冰雪黄鹤楼主题文创。或举办“东湖冰雕非遗节”,以汉绣、楚式漆器为灵感设计冰雕作品,配上冰上汉剧表演、非遗手作冰模体验等活动[5],打造南方独有的冰雪非遗场景。也可以在黄陂甘露山雪场打造木兰从军实景冰雪剧场,游客可以参与雪地攻城、铠甲滑雪等沉浸式剧情

体验，还配套有木兰主题冰雪民宿。

3.1.3 借政策东风升级“冰雪+商业”消费生态

联合武商梦时代、武汉恒隆广场等商圈，推出“冰雪场馆+商圈”联名卡，比如“武商冰雪卡”，可享场馆门票、商场餐饮、服饰购物三重优惠。利用武汉市推出的体育消费券，对家庭客群提供“2大1小冰雪套票+装备租赁”补贴，刺激大家周末来个“冰雪+购物”的家庭消费活动。

3.2 WO 策略（弥补劣势，借力机遇）

3.2.1 技术赋能破解气候与成本瓶颈

推广气膜结构场馆，如武汉冰雪中心二期采用气膜技术，土建成本降低，再搭配湖北冰雪时代研发的智能温控系统，夏季制冷能耗降低。试点再生水造雪系统，武汉冰雪中心已落地，水资源循环利用率超 80%，并联合本地企业开发适配武汉湿度、温度的造雪机，提升造雪效率。

3.2.2 政策驱动培育冰雪文化认知

与武汉体育学院合作开设冰雪运动专业方向，培养滑雪教练、场馆运营等本土人才，在全市部分中小学，如武汉外国语学校，开设冰雪启蒙课，每学期组织 1 次场馆体验。或发起武汉冰雪达人挑战赛，设置亲子滑雪赛、高校滑雪联赛等赛道，通过抖音、小红书话题传播，参考“武汉冰雪生活”话题，增强曝光量，培育本土冰雪 KOL。

3.2.3 数字技术重构运营与消费场景

在武汉冰雪场馆部署 AI 导航机器人，提供路线指引、装备租赁、应急救援等服务。开发 VR 滑雪模拟舱，新手可通过 VR 设备模拟崇礼、长白山等雪场地形，降低学习门槛。举办数字冰雪嘉年华，设置 VR 滑雪大赛、冰雪机器人创意展等，吸引青年客群，参考武汉“极光雪境”活动，单场吸引年轻客群超 2 万人次。

3.3 ST 策略（发挥优势，应对威胁）

3.3.1 场馆差异化规避同质化竞争

针对不同场馆实施差异化经营，武商梦时代冰雪

馆主打“亲子+娱乐”，开设冰雪主题密室，还有冰上剧本杀等项目，配套亲子滑雪教学。武汉冰雪中心聚焦“科技+赛事”，可建设华中首个专业冰壶馆，承接专业的冰壶赛事，打造科技竞技 IP。而甘露山冰雪城突出“度假+文化”，依托 73 米落差雪道打造专业滑雪胜地，配套木兰主题温泉民宿、冰雪文创市集。

3.3.2 区域品牌协同防御外部竞争

联合神农架、恩施成立“知音湖北·南国冰雪”线路，这个线路还入选了全国十大冰雪精品线路，推出“神农架滑雪+武汉冰雪+咸宁温泉”联程通票[14]，共享营销资源。并针对东北雪场竞争，以“2 小时可达+四季恒温”为卖点，推出周末冰雪微度假产品，比如武汉冰雪 2 日游，含场馆滑雪、东湖绿道赏雪、户部巷美食，分流远程旅游需求。

3.4 WT 策略（规避劣势，应对威胁）

3.4.1 成本精细化管理与业态创新

采用“动态定价+复合业态”模式，工作日推出“畅滑+餐饮”套餐，包含冰雪场门票、简餐一份，节假日票价上浮部分并限流，在场馆闲置区域增设“冰雪+攀岩”“冰雪+蹦床”项目，提升空间利用率[10]。

3.4.2 政策工具降低投资与运营风险

利用“工业遗存改造”政策，在汉阳老厂房，比如汉阳铁厂旧址打造冰雪文创园，享受土地过渡期、税收优惠，引入冰雪装备展厅、文创工作室。可联合保险公司开发滑雪培训意外险，降低消费门槛的同时，也缓解了场馆运营的风险压力。

4 结语

文章基于 SWOT 模型分析武汉市冰雪旅游产业发展的优势、劣势、机遇和威胁，构建 SWOT 分析矩阵，并提出相应的发展策略，以期以武汉市为代表的南方城市发展冰雪旅游提供理论依据。由于数据资料源自网络，对数据的搜集和分析不够准确，可能与当地实际情况存在出入，在今后的研究中将力求做到准确、全面。

参考文献

- [1] 裴艳琳. 滑雪体育旅游市场营销策略的实证研究 —— 以亚布力为例 [D]. 上海: 复旦大学, 2010: 32-68.
<https://doi.org/10.27404/d.cnki.gfdu.2010.000327>
- [2] 刘文龙. 辽宁省冰雪体育旅游产业高质量发展对策研究 [D]. 武汉: 武汉体育学院, 2020: 17-59.
<https://doi.org/10.27384/d.cnki.gwhtc.2020.000196>
- [3] 刘立军. 中国冰雪体育旅游的理论 with 实证研究 [D]. 苏州: 苏州大学, 2019: 24-76.
<https://doi.org/10.27351/d.cnki.gszhu.2019.001365>
- [4] 张楠楠. 基于“冰雪文化”视角的亚布力滑雪旅游度假区营销策略探析 [D]. 大连: 辽宁师范大学, 2023: 11-45.
<https://doi.org/10.27212/d.cnki.glnsu.2023.000719>
- [5] 耿慧聪. 哈尔滨市冰雪文化旅游整合营销传播策划 [D]. 南京: 南京大学, 2020: 29-63.
<https://doi.org/10.27235/d.cnki.gnjhu.2020.002611>
- [6] 田韶获. 崇礼翠云山景区冰雪旅游发展研究 [D]. 桂林: 广西师范大学, 2023: 15-51.
<https://doi.org/10.27036/d.cnki.ggxdu.2023.001245>
- [7] 陈萱. 武汉市体育赛事旅游发展研究 [D]. 桂林: 广西师范大学, 2021: 8-42.
<https://doi.org/10.27036/d.cnki.ggxdu.2021.000862>
- [8] 张佳俊. 新发展格局下中国冰雪体育产业高质量发展研究 [D]. 武汉: 武汉体育学院, 2022: 22-67.
<https://doi.org/10.27384/d.cnki.gwhtc.2022.000371>
- [9] 徐小禄. 东北地区冰雪旅游发展水平时空分异及影响因素研究 [D]. 长春: 东北师范大学, 2023: 19-54.
<https://doi.org/10.27011/d.cnki.gdsnu.2023.000962>
- [10] 何少聪. 基于旅游生态足迹的内蒙古冰雪旅游地可持续发展研究 [D]. 呼和浩特: 内蒙古财经大学, 2024: 13-47.
<https://doi.org/10.27822/d.cnki.gnmfc.2024.000157>
- [11] 中国会展编辑部. 从大数据看冰雪旅游 中国冰雪旅游消费大数据报告 (2019) 新鲜出炉 [J]. 中国会展, 2019, (3): 36-38. <https://doi.org/10.3969/j.issn.1007-2845.2019.03.014>
- [12] 周文静. 中国冰雪产业政策效果研究 [D]. 济南: 山东大学, 2024: 21-56.
<https://doi.org/10.27272/d.cnki.gsddu.2024.000419>
- [13] 刘改改. 湖北省冰雪旅游产业高质量发展影响因素研究 [D]. 武汉: 武汉工程大学, 2023: 14-49.
<https://doi.org/10.27727/d.cnki.gwhgc.2023.000458>
- [14] 朱昌兵. 黑龙江省旅游业整合发展研究 [D]. 大连: 辽宁师范大学, 2012: 10-41.
<https://doi.org/10.27212/d.cnki.glnsu.2012.000189>
- [15] 王静. 2022 冬奥会背景下中国城市冰雪体育综合体发展战略研究 [D]. 哈尔滨: 哈尔滨体育学院, 2021: 16-52.
<https://doi.org/10.27710/d.cnki.ghtyx.2021.000317>