

DB 23

黑龙江省地方标准

DB23/T XXX--XXXX

冰雪旅游 术语

(征求意见稿)

联系单位：黑龙江旅游职业技术学院

联系人：袁琳

联系电话：18345148668

邮箱：76472104@qq.com

在提交反馈意见时，请将您知道的相关专利连同支持性文件一并附上

XXXX - XX - XX 发布

XXXX - XX - XX 实施

黑龙江省市场监督管理局 发布

目 次

前言..... II

1 范围..... 1

2 规范性引用文件..... 1

3 术语和定义..... 1

前 言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由黑龙江省文化和旅游厅提出并归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

冰雪旅游 术语

1 范围

本文件规定了冰雪旅游相关的基本概念和基础术语。

本文件适用于冰雪旅游及相关活动。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 16766-2017 旅游业基础术语

3 术语和定义

3.1 冰雪旅游及冰雪旅游业

3.1.1

冰雪旅游 ice and snow tourism

属于生态旅游范畴，是以冰雪气候旅游资源为主要的旅游吸引物，体验冰雪文化内涵的所有旅游活动形式的总称，是一项极具参与性、体验性和刺激性的旅游产品。

3.1.2

冰雪旅游者 ice and snow tourists

离开惯常环境前往冰雪旅游地，且不从事获取报酬活动的人。

3.1.3

一日游游客 same-day visitor

在一个旅游目的地逗留不超过 24h 的旅游者。

3.1.4

冰雪旅游资源 ice and snow tourism resources

对冰雪旅游者具有吸引力，并能给冰雪旅游经营者带来效益的自然和社会事物。

3.1.5

冰雪旅游产品 ice and snow tourism products

通过利用、开发冰雪旅游资源提供给冰雪旅游者的旅游吸引物与服务的组合。

3.1.6

冰雪旅游客源地 ice and snow tourist area

具备一定人口规模和旅游消费能力，能够向冰雪旅游地提供一定数量冰雪旅游者的地区。

3.1.7

冰雪旅游需求 ice and snow tourism demand

一定时期内、一定条件下冰雪旅游者愿意且能够购买冰雪旅游产品的数量。

3.1.8

冰雪旅游供给 ice and snow tourism supply

冰雪旅游经营者在一定时期内、一定条件下愿意并且能够向冰雪旅游市场提供冰雪旅游产品的数量。

3.1.9

冰雪旅游产业 ice and snow tourism industry

为满足冰雪旅游者的需求，经营者将冰雪旅游资源和设施与相关行业和企业结合起来，向冰雪旅游者提供旅游过程中所需要的产品和服务的综合性产业。

3.1.10

冰雪旅游企业 ice and snow tourism enterprise

利用冰雪旅游资源，向冰雪旅游者提供旅游服务的经济、社会组织。

3.1.11

冰雪旅游地 ice and snow tourist destination

具有较大冰雪空间范围和较齐全接待旅游者的与冰雪相关的设施，且能够吸引一定规模数量的冰雪旅游爱好者逗留的旅游地域综合体。

3.1.12

冰雪旅游城市 ice and snow tourist city

具有鲜明城市文化特色，冰雪旅游业在当地经济发展中占据较重要地位的城市。

3.1.13

旅游旺季 on season; high season

一年中旅游者到访较集中的几个月份。

[GB/T 16766-2017, 2.12]

3.1.14

旅游淡季 off season; low season

一年中旅游者到访人数较稀少的几个月份。

[GB/T 16766-2017, 2.13]

3.1.15

旅游平季 shoulder season

一年中处于旺季与淡季之间的月份。

[GB/T 16766-2017, 2.14]

3.1.16

冰雪旅游业增加值 increased value of ice and snow tourism

由冰雪旅游产业所生产的各种旅游和非旅游产品组成的总产出减去生产过程中消耗的来自各产业部门的产品（即中间消耗）。

3.1.17

旅游吸引物 ice and snow tourism attraction

冰雪旅游地的最核心要素，即冰雪旅游地向旅游者提供的、引致旅游行为的所有要素。

3.2 冰雪旅游特性

3.2.1

参与性 nature of participation

冰雪旅游具有极强的参与性，这一特点是由冰雪旅游的起源和游客的旅游需求决定的。

3.2.2

体验性 nature of experience

在冰雪旅游地，游客可以体验冰雪旅游的真谛，尽情享受冰情雪韵，饱览北国风光。

3.2.3

健身性 nature of fitness

在冰雪旅游过程中，滑雪运动是的重要组成部分，在得天独厚的冰雪环境中锻炼身体，增强了人们的御寒能力，提高了体质和健康。

3.3 冰雪旅游市场

3.3.1

冰雪旅游品牌 ice and snow tourism brand

结合冰雪旅游地资源文化特色，如非遗文化、美食文化、民俗节庆资源、民族风情资源等，打造出大众喜闻乐见并具有独特地方吸引力的品牌，为冰雪旅游注入文化之魂。

3.3.2

冰雪服务平台 ice and snow service platform

集导航、导游、导览、导购、观光、休闲、商务于一体的智慧冰雪旅游体系平台，可以智能感知客户需求、精准推送相关信息和主动提供对应服务，是服务数字化的体现形式之一。

3.3.3

冰雪旅游大数据中心 ice and snow tourism Big data center

利用互联网、物联网以及通信网等各类采集终端和采集手段，形成的主动感知和数据生产中心，具备数据分析处理能力。

3.3.4

冰雪装备 ice and snow equipment

进行冰雪运动时所使用的服装、器材、配件、运动装备、场馆(场地)设施、辅助训练系统、维护保养装(设)备设施等的总称。

3.3.5

冰雪装备产业 ice and snow equipment industry

冰雪装备制造和延伸至提供若干上下游产业层级的全产业链总称。

3.3.6

冰雪旅游客源地 ice and snow tourist area

具备一定人口规模和旅游消费能力，能够向冰雪旅游地提供一定数量冰雪旅游者的地区。

3.3.7

冰雪旅游目的地 ice and snow tourist destination

具备冰雪旅游资源、冰雪运动专用设施、旅游基础设施以及相关的其他条件的地区。

3.3.8

冰雪主题旅游度假区 ice and snow themed tourism resort

具有明确的地域界线，适于集中建设配套冰雪旅游设施，所在地区旅游度假区资源丰富，客源基础较好，且交通便捷的综合性旅游区。

3.3.9

乡村冰雪旅游 rural ice and snow tourism

指在乡村发展以冰雪主题的民宿产品，建设雪乡、雪村、雪庄、雪镇，目的在于推动乡村经济发展。

3.4 冰雪旅游资源

3.4.1

观光类 tourism category

冰雕(展)、冰灯(展/会)、冰瀑、雪雕(展)、冰挂雾凇等具有观赏价值的资源，满足冰雪旅游者的需求，提供视觉上的美感。

3.4.2

运动休闲类 sports leisure class

冰上竞技运动、雪上竞技运动等活动，通过形式多样、内容丰富又不失娱乐、健身、竞技等功能的运动，为冰雪旅游者带去愉悦的旅游体验。

3.4.3

赛事类 competition category

分为专业赛事、趣味赛事等，可以提高景区相关的基础设施建设，提高景区知名度，为冰雪旅游者冰雪运动活动的开展提供了良好的平台。

3.4.4

其他体验类 other experiences

冲破传统的冰雪观光体验方式，如雪地温泉、冰雪酒店、冰雪博物馆、冰雪高尔夫、雪上飞碟、雪地射箭、雪按摩等。

3.5 冰雪旅游价值效应

3.5.1

品牌效应 brand effect

通过冰雪旅游活动，将一个城市的文化符号转变为吸引物，使游客感受、体验，并迅速传播，形成目的地品牌形象，吸引社会大众前来消费的一种现象。

3.5.2

生态效应 ecological effect

借助旅游本身资源消耗低，综合效益好的特点，对生态系统造成的结构上和功能上的变化。

3.5.3

幸福价值效应 happiness value effect

冰雪旅游为旅游者带来的视野上的开阔、生活上的享受、精神上的愉悦，从而提高生活质量的一种现象。

3.6 冰雪旅游吸引物和冰雪旅游活动

3.6.1

冰雪旅游吸引物 ice and snow tourism attraction

能激发人们的旅游动机，吸引冰雪旅游者进行冰雪旅游活动的自然客体与人文因素的总和。

3.6.2

冰雪旅游活动 ice and snow tourism activities

为了冰雪旅游目的离开惯常环境，到某些地方居停的行为活动。
冰雪旅游相关经营机构和人员

3.6.3

冰雪旅游线上虚拟体验馆 the virtual experience pavilion on the ice and snow tour line

借助“5G VR”全景技术，还原冰雪旅游地全景的线上体验馆。实现旅游体验在线化，突破冰雪旅游的季节性限制，开拓冰雪旅游营销推介新渠道。

3.6.4

冰雪旅游景区景点 ice and snow tourist attractions

以冰雪旅游及其相关活动为主要功能的空间或地域。

3.6.5

冰雪旅游体验区 ice and snow tourism experience area

有明显地域范围和一定规模的场所，具有相应的冰雪旅游服务设施并提供具有冰雪旅游特色的产品参观、购买、服务体验。

3.6.6

旅游运营商 tour operators

为冰雪旅游者提供相关冰雪旅游服务并实行独立核算的企业。

3.6.7

冰雪人才 ice and snow talent

指场馆运营员、高级管理员、高级教练员、体育指导员等具有较充足冰雪知识储备的人员。

3.6.8

导游 the tour guide

按照《导游人员管理条例》的规定，取得导游证，接受相关机构或人员委派，为冰雪旅游者提供向导、讲解以及相关服务的人员。

3.7 冰雪旅游区域

3.7.1

冰雪旅游核心区 the core area of ice and snow tourism

指一个或者几个特色明显的、有一定规模的冰雪旅游实体组成的区域。

3.7.2

冰雪旅游依托区 ice and snow tourism support area

具有旅游功能要素和主要吸引物，是实现冰雪运动产业融合的实验区域，也是核心区发展的基础设施和管理服务的支撑区域。