

长白山粉雪精灵运动小镇 建设项目

商
业
计
划
书

目 录

第一章 项目概况.....	4
1.1 项目介绍.....	4
1.2 项目背景.....	5
1.3 项目建设的必要性.....	10
第二章 项目实施的有利条件.....	12
2.1 政策环境.....	12
2.2 市场优势.....	14
第三章 项目选址与资源条件.....	18
3.1 地理位置与区域范围.....	18
3.2 自然资源状况.....	18
第四章 市场分析与前景预测.....	21
4.1 旅游产品定位.....	21
4.2 目标市场分析.....	21
第五章 项目建设方案.....	25
5.1 建设规模.....	25
5.2 项目具体建设内容.....	25
第六章 财务评价.....	27
6.1 投资估算与资金筹措.....	27
6.2 经济效益预测.....	27
6.3 财务评价说明.....	27
6.4 社会经济效益分析.....	27

第七章 结论及建议.....	29
7.1 可行性研究结论.....	29
7.2 建议.....	30

第一章 项目概况

1.1 项目介绍

长白山粉雪精灵小镇依托长白山池北区稀有的天然粉雪资源，践行“冰天雪地也是金山银山”和“3亿人参与冰雪运动”的精神，打造以粉雪为亮点、产业为根基、文化为抓手、系统化运营的复合型“长白山+粉雪运动”小镇，打造冰雪产业新增长极的具体行动。

1.1.1 项目名称

长白山粉雪精灵运动小镇建设项目

1.1.2 建设性质

新建

1.1.3 建设地点

二道白河镇镇区东侧，规划范围北至长白山大街，西至松花江大街，东、南两侧为森林。

1.1.4 建设规模

本项目规划占地面积为 3.04 平方公里

1.1.5 建设内容

本项目主要建设森林湿地探索、冰泉主题观光、粉雪户外运动、温泉休闲养生、粉雪儿童娱乐、粉雪节日庆典等相关区域和活动，以及相关配套设施等。

1.1.6 项目建设期

2 年

1.1.7 总投资与资金筹措

项目总投资 180 亿元，全部由建设单位自筹解决。

1.1.8 包装策划书编制的依据

《冰雪旅游发展行动计划（2021-2023 年）》

《冰雪装备器材产业发展行动计划（2019-2022）年》

《关于以 2022 年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见》

《关于加快推进吉林省全域旅游发展的实施方案》

《吉林省新基建“761”工程实施方案的通知》

《长白山冰雪旅游业发展规划（2017—2030）》

国家及地方有关法令、法规及政策

1.2 项目背景

1.2.1 项目发展背景

（1）冰雪旅游市场背景

自北京申办 2022 年冬奥会以来，我国冰雪运动在国家政策的支持下蓬勃发展，目前已初步形成以冰雪场地设施建设运营为基础、冰雪大众休闲健身和竞赛表演为核心、冰雪体育旅游为带动、冰雪装备制造为支撑的冰雪产业体系。2018 至 2019 冰雪季中国冰雪旅游人数达到 2.24 亿人次，冰雪旅游收入约为 3860 亿元，人均消费为 1734 元，到 2020 年，我国冰雪产业总规模将达到 6000 亿元，预计 2021 年-2022 年冰雪季，我国冰雪旅游人数将达 3.4 亿人次，冰雪旅游收

入将达到 6800 亿元，到 2025 年将超过 10000 亿元。冰雪旅游的大众化时代正在来临，冰雪休闲度假成为一种新的生活方式。

全国重要省/市/地区冰雪产业现状及发展目标

省/市/地区	市场规模	冰雪运动人口	场馆设施数量	主导冰雪产业
黑龙江	2022 年冰雪产业市场规模达到 40 亿元以上	——	2018 年全国共有滑雪场馆 124 个，占全国数量的 16.71%，位居全国首位	冰上运动装备产业
河北	2022 年全省冰雪产业市场规模达到 1000 亿元	2022 年全省达到 3000 万人次参与冰雪运动	2022 年全省滑雪场达到 80 个，滑冰场达到 200 个	冰雪体育休闲旅游/健身休闲
北京	2022 年全市冰雪体育产业收入规模力争达到 400 亿元	2022 年将扩大到 800 万人	新建室内滑冰场 16 座，室外滑冰场 50 片、嬉雪场地 30 片	冰雪体育产业
内蒙古	/	2020 年呼伦贝尔参与冰雪运动人口达到 60 万	呼伦贝尔市计划建 5 块滑雪场、7 个滑冰（雪）馆，全市各旗市区所在地学校浇冰场覆盖面积达到 50%	冰雪竞赛表演
青海	2025 年冰雪产业总规模达到 20 亿元	到 2025 年带动 100 万人参与冰雪运动	全省滑冰场数量不少于 10 座，滑雪场数量达到 40 座，雪道面积达到 100 万平方米	冰雪旅游
吉林	2020 年冰雪旅游总收入达到 2300 亿元	2020 年冰雪旅游人数达到 1 亿人次	2020 年建成 1-3 个世界级滑雪场，全省滑雪场总数达到 60 座以上	冰雪旅游、冰雪体育、冰雪文化为核心的 3+X 冰雪全产业链

调查结果显示，2019 年-2020 年冬季，全国约有 1.5 亿人参加过冰雪运动，人口占比为 13.9%。除冬季之外的其它季节，仍有 27.2% 的人参加过冰雪运动。其中，有 7.2% 的人参加过冰上运动，7.3

%的人参加过雪上运动，19.6%的人参加过娱乐性或民俗性的活动。

调查还显示，全国人均冰雪运动年消费 96.4 元，以约 1.5 亿参与者来计算，全年总消费人均 900.1 元，消费结构中交通、餐饮和住宿的花费最高，人均 414.4 元；其后是服装（344 元）、装备（308.5 元）、教育与培训（133.7 元）、门票（39.8 元）。

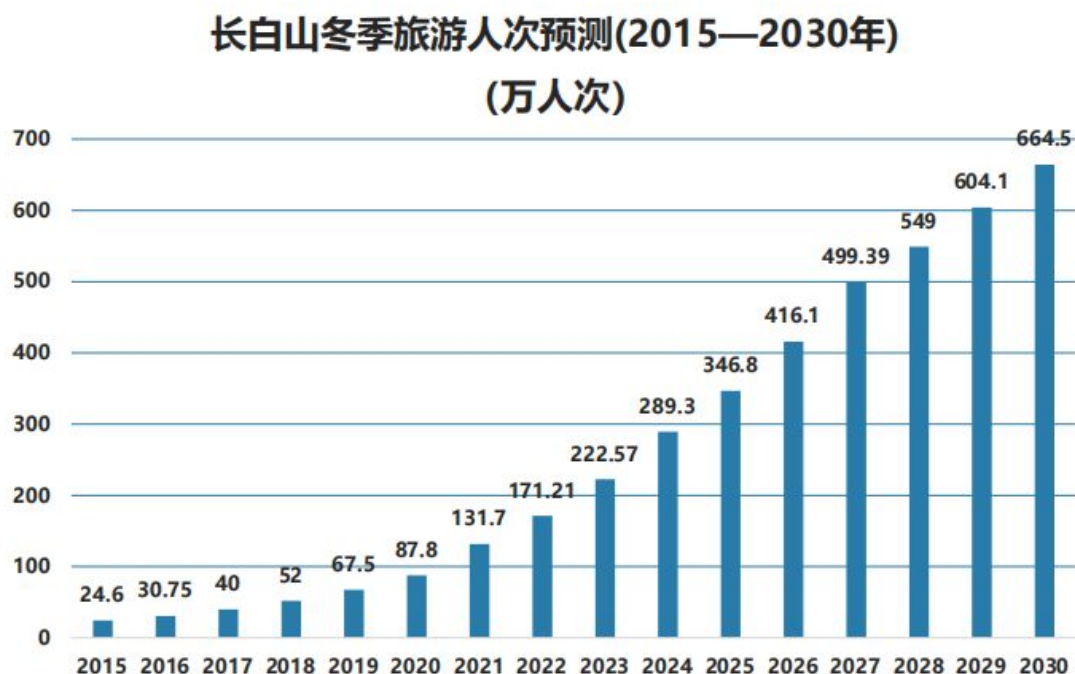


冰雪资源是无污染、可再生资源，是世界上公认的三大旅游资源之一。大力发展冰雪资源，不仅符合当前生态环保的可持续发展战略。而且能够推动其他相关产业的发展，形成高收益的综合性发展产业。目前，全球冰雪旅游进入高速发展阶段，冰雪旅游已经是世界旅游产业体系的重要组成部分，同时，中国俨然已经成为红红火火的新兴冰雪旅游大国。

（2）长白山粉雪旅游市场背景

每年 11 月后，中国的北方就开始大雪纷飞，冰雪旅游正式开启，

而飞雪将会一直持续到来年的4月，通过旅行社组团、自助游等方式，以观光的形式体验冰天雪地的壮美景色成为越来越多游客的选择。人气最高的传统冰雪旅游目的地前十分别是哈尔滨、雪乡、长白山、长春、尚志、乌鲁木齐、吉林市、牡丹江、张家口、兰州。长白山凭借突出的冰雪和温泉资源成为高端游客出行的重要选择。

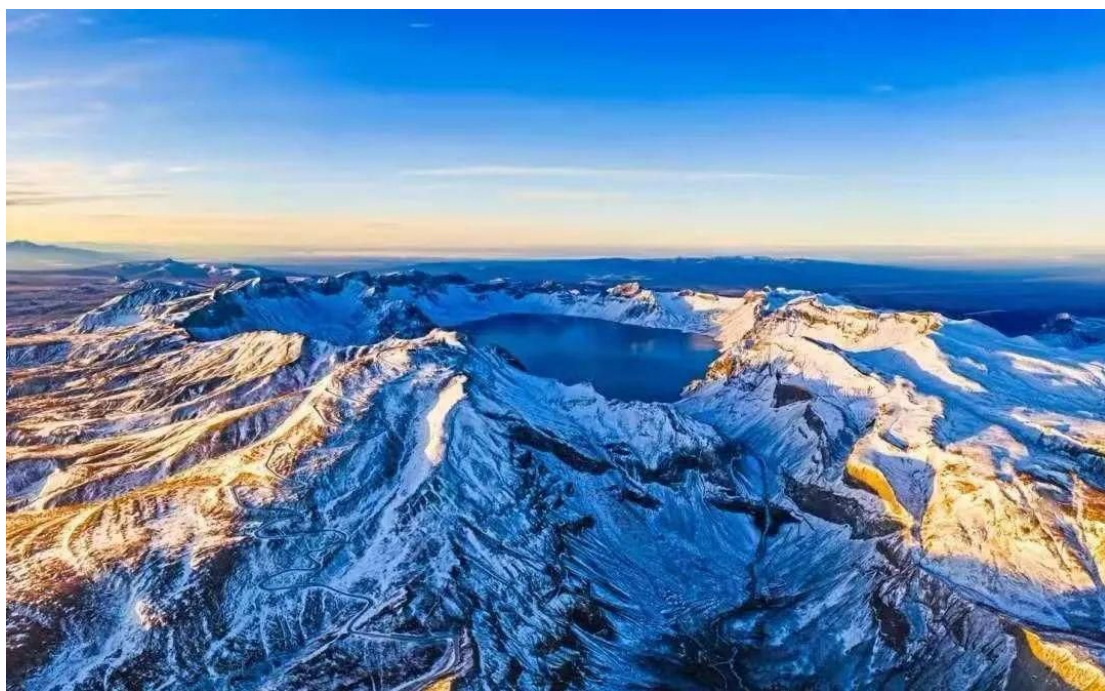


长白山拥有得天独厚的冰雪资源，在世界地图上，吉林省与欧洲阿尔卑斯山和北美落基山两大世界冰雪胜地同处于“冰雪黄金纬度

带”。得天独厚的自然条件，成就了吉林省的特色冰雪资源。得天独厚的自然条件使长白山成为旅游度假的理想之地，随着长白山的冰雪旅游项目不断地成熟，每年来长白山的游客会逐渐增多，不仅带动了周边旅游项目，也会使入区人数不断增多，未来冰雪产业有望成为长白山重要的利润增长点和重要的看点所在。

1.2.2 长白山景区旅游现状

长白山是一座巨型复合式盾状休眠火山，为我国东北地区第一高峰，具有丰富完整的生物资源，典型的植被垂直分布带谱、美丽奇特的自然风光，深渊厚重的历史文化，以其雄伟壮美、原始荒古跻身于“中华十大名山”、“中国十大最美森林”之列。



长白山北、西、南三个景区旅游年环境容量共计 1116 万人，其中，北景区 648 万人，西景区 432 万人，南景区 36 万人。根据日本、欧美等国旅游场所空间利用标准，长白山北景区、西景区、南景区的接纳能力成为衡量规模的关键。近年来，长白山景区旅游市场发展迅

速，景区接待人数和旅游收入均保持快速增长。

本项目深度践行“绿水青山就是金山银山”理念，深入实施“山水林田湖草”生态保护修复工程，以得天独厚的粉雪资源为优势，雪季平均气温为零下 12℃左右，温度适宜，雪期长、雪质好，滑雪时候舒适感极强。打造成国际知名的冰雪赛事和冰雪旅游目的地。使长白山成为中国乃至世界标志性的冰雪赛事和冰雪旅游的符号，让冰雪经济成为长白山重要的经济增长点使冰雪运动成为中国人最健康和最新潮的生活方式。

1.3 项目建设的必要性

2006 年起，长白山管委会已经连续举办了十三届长白山雪文化旅游节。十三年间，长白山冰雪旅游产品不断丰富，冰雪产业链条不断完善，冰雪经济不断壮大，冰雪品牌的知名度与影响力得到了全面提升。

2019-2020 雪季，长白山管委会将借助冰雪产业、冰雪经济发展的强劲势头，举办第十四届长白山雪文化旅游节暨第二届长白山粉雪节，持续推广“冬季来长白山，不封山只疯玩”“冬季来长白山，有温情没寒冷”“长白山 365 天天天开放、360 度度度精彩”等长白山冰雪品牌，展示冰雪文化的韵味，全面提升粉雪经济价值。

长白山是一座休眠火山，长白山的温泉属于自溢温泉，水温高达 82.3℃，富含硫、氢、钙、镁等物质，对健康十分有益。充分利用优质火山自溢温泉的优势，打造以天池、冰雪、温泉为核心吸引力的多业态旅游产品，树立“冬季到长白山赏雪、滑雪、泡温泉”的国际品

牌旅游目的地形象，全季节的度假需求将对池北区旅游度假提出更高要求。让冷资源热起来，让全季旅游火起来，使其成为拉动经济转型升级的重要引擎，实现“白雪换白银”。



第二章 项目实施的有利条件

2.1 政策环境

文化和旅游部、国家发展改革委、国家体育总局三部委联合印发《冰雪旅游发展行动计划（2021-2023 年）》，推动我国冰雪旅游高质量发展，同时助力北京冬奥会。

《计划》中的重点任务包括：扩大冰雪旅游优质产品供给、深挖冰雪旅游消费潜力、推动冰雪旅游与相关行业融合、提升冰雪旅游公共服务、夯实冰雪旅游发展基础。

首先，扩大冰雪旅游优质产品供给。推动冰雪主题旅游度假区和景区建设；推出国家级、省级滑雪旅游度假地；支持冰雪旅游线路和基地建设；发挥冰雪赛事带动作用；推动乡村冰雪旅游发展。

建设一批冰雪主题 A 级旅游景区，引导以冰雪旅游为主的度假区和 A 级旅游景区探索发展夏季服务业态；结合冰雪运动“南展西扩东进”战略实施，以京津冀为带动，东北、华北、西北三区协同，南方多点扩充，加快建设京张体育文化旅游带。

推出一批兼具民俗风情和冰雪文化特色的冰雪旅游主题精品线路；引导培育冰雪运动商业表演项目，打造冰雪赛事旅游目的地，以高水平冰雪赛事和群众性冰雪赛事活动带动，扩大冰雪赛事旅游参与人口；助力全面推进乡村振兴，大力发展乡村冰雪旅游，推动建设雪

乡、雪村、雪庄、雪镇，丰富冰雪旅游供给。鼓励各地开发冰雪主题的乡村民宿产品，生产销售具有冰雪特色的文化和旅游创意产品。

第二，深挖冰雪旅游消费潜力。培育消费理念、培育市场主体、优化消费环境、加强品牌建设。

鼓励各级各类媒体加强对冰雪旅游、冰雪运动健康知识和赛事活动的宣传，开展宣传、展览等冰雪文化活动，发展“大众”冰雪运动；推动冰雪设施与文化、商业、娱乐等综合开发，打造冰雪旅游服务综合体；推进冰雪旅游消费机制创新、政策创新、模式创新，便利支付手段，支持企业发展完善线上预订、网络支付；面向国际和国内两个市场，培育塑造冰雪旅游品牌。

第三，推动冰雪旅游与相关行业融合。包括促进冰雪旅游与文化融合、促进冰雪旅游与教育融合、促进冰雪旅游与装备制造融合、促进冰雪旅游与科技融合。深入挖掘各地传统冰雪文化资源，加强冰雪文化相关非物质文化遗产保护和利用，充分发挥非物质文化遗产项目和传承人作用；大力推广青少年冬季冰雪运动，推进冰雪运动进校园；各地可以政府购买服务方式，支持学校与社会机构合作开展冰雪运动，推动冰雪研学旅游和冬令营发展。

培育一批具有较高知名度和影响力的冰雪装备器材制造企业；大力发展“互联网+冰雪旅游”，推动冰雪旅游与大数据、物联网、云计算、5G等新技术结合，支持电子商务平台建设，优化信息咨询、线路设计、交通集散、赛事订票，创新商业模式，提升管理水平，提高服务质量。提升冰雪旅游公共服务。

国家政策大力扶持，逐步推进产业发展：从“以冬奥会为契机，推进全民健身”，到“大力推进冰雪运动推广”“京津冀重点建设引领”，再到“开发崇礼雪场”“重点开发大众冰雪装备器材”，国务院和国家体育总局等部门颁布一系列政策，逐步深入地推进冰雪产业的建设和发展。“三亿人上冰雪”，“冰雪产业总规模达到 10000 亿元”将成为未来几年冰雪产业的主题词。

《吉林省新基建“761”工程实施方案的通知》中提出，文旅广电方面，围绕旅游“双线”空间布局和“十四五”文旅产业发展规划，谋划建设一批涵盖冰雪、避暑、生态、康养、乡村、红色等业态的重大文化旅游项目，加快推动博物馆、文化馆、图书馆和停车场、游客中心等公共文化旅游设施建设，继续推进广播电视覆盖、应急广播等广电公共服务项目建设，进一步提升文旅广电产品、设施、服务的供给能力和水平。体育方面，加大全民健身公共服务体系建设力度，重点加强足球场、多功能运动场、健身步道、健身广场、自行车赛道、综合体育场、滑冰场、滑冰馆、滑雪训练基地等体育场地设施建设，完成空港新区综合训练基地、吉林体育学院空港校区和冰雪装备产业园建设，积极落实“3 亿人参与冰雪运动”目标，加强冰雪运动场地设施保障。

2.2 市场优势

2.2.1 旅游资源优势

长白山是一座古老的火山，其丰富的资源养育了东北的原始民

族，也孕育了东北文化。长白山旅游资源的主要特点有：神奇壮观的火山地貌景观和山水风光、典型完整的山地森林生态系统、种类繁多的动植物资源、北国独特奇异的冰雪风光、分布广泛的火山矿泉、瀑布与河湖、独具特色的人文景观、历史遗迹和民俗文化风情。丰富的资源使得长白山成为“中国最美的十大森林”之一，和“中国最美的五大湖泊”之一。长白山自然保护区面积 196465 公顷，森林覆盖率达到 85%，境内野生动物种类繁多，目前已知有 1225 种。



长白山风景区的景点有，白云峰，天文峰，玉柱峰，云峰，冠冕峰，鹿鸣峰，华盖峰，龙门峰，卧虎峰，天豁峰，紫霞峰，锦屏峰，铁壁峰，观日峰，长白瀑布，乘槎河，长白温泉群，长白山谷底林海，长白山大峡谷，长白山高原冰雪运动训练基地等。

2.2.2 森林资源优势

长白山森林资源可以划分为原始林、过伐林和次生林三种类型。

红松是长白山林区组成红松林的建群树种，是长白山分布最有代表性的森林植被类型之一；云杉、冷杉林类型组：常见的有与红松形成的云、冷杉混交林，有时云、冷杉林中也遇到长白落叶松和杨、桦

等阳性树种，这些都是森林演替过程中的残遗树种；长白落叶松林类型组：其分布范围也很广阔。可划分为山地、低山、沿岸或沼泽长白落叶松林 4 个不同类型；长白松林类型组：长白松树干通直，色泽鲜艳，树形优美，誉为“美人松”，是长白山特有树种。它的天然分布区越来越窄小，仅限于长白山北坡，海拔 500—1600 米的二道白河及三道白河沿岸南北狭长地带，在海拔 700—1000 米的二道白河镇至火车站附近有小面积纯林；落叶阔叶林类型组：落叶阔叶林是指以岳桦、钻天柳为优势树种而构成的不同类型的原始林。



过伐林也叫原生次生林，是介于原始林和次生林之间的一种过渡型森林类型。属于不稳定的森林植被类型。分布广、面积大、蓄积量也多，是长白山林区生产木材及林副产品的主要基地。

次生林是原始林经过采伐、火烧、开垦等人为或自然的严重破坏后，在极大程度上失去了地带性森林植被的固有面貌，发生树种更替，

原始林中耐阴的针、阔叶树种被杨、桦、蒙古栎等阳性树种所代替，重新生长起来与该地带相适应的次生森林植被。分为 6 个类型组：蒙古柞林类型组、杨、桦林类型组、水、胡林类型组、杂木林类型组、赤松林类型组、灌丛木类型组。

2.2.3 温泉资源优势

长白山地区温泉资源丰富，其中自溢温泉有 103 处，日涌总量达 6400 余吨。其中，聚龙泉的水流量、水温、水质等动态一年四季恒定，堪称我国温泉之最；而且其水温之高、水质之好、流量之大、分布之密，胜过了华清池和昆明安宁温泉，可以同号称“地热博物馆”的腾冲温泉媲美。长白山有梯云温泉、聚龙温泉、湖滨温泉、洗眼泉等温泉，分别由大小不等的泉眼组成了温泉群，冬季温泉四周树枝挂满了雾凇，景观奇特，泉水中有氢、钙、镁等物质，对皮肤病、关节炎及风湿症等疗效较好。

2.2.4 区位优势

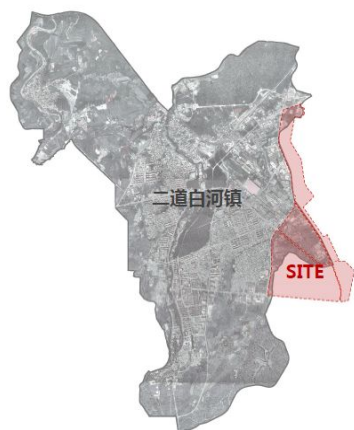
长白山池北区，距长春市 550 公里，距延吉市 210 公里，距安图县城 150 公里。现有铁路与池西区 and 池北区相连，201 国道与池西区和池北区相连，302 省道与池西区相连，对外交通联系日趋便捷。长白山旅游机场的建设完成以及由长春通往池西区、白山市通往池西区、延吉到池北区三条高速公路的建设完成，再加上“东北最美高铁”吉图珥高铁的开通，使得长白山保护开发区对外联系更加便捷，区位优势十分明显。

第三章 项目选址与资源条件

3.1 地理位置与区域范围

池北区位于吉林省东南部，东南与朝鲜毗邻，坐落于长白山北坡，距长白山 34 公里，距双目峰中朝边境 65 公里，区域面积 52.42 平方公里，本项目位于二道白河镇镇区东侧，规划范围北至长白山大街，西至松花江大街，东、南两侧为森林。

基地位于二道白河镇镇区东侧，规划范围北至长白山大街，西至松花江大街，东、南两侧为森林。
规划总用地面积为**3.04平方公里**。



3.2 自然资源状况

3.2.1 气候条件

长白山景区属于受季风影响的温带大陆性山地气候，除具有一般

山地气候的特点外，还有明显的垂直气候变化。总的特点是冬季漫长凛冽，夏季短暂温凉，春季风大干燥，秋季多雾凉爽。年均气温在 -7°C 至 3°C 之间，7月份平均气温不超过 10°C 。年降水量在700至1400毫米之间，6至9月份降水占全年降水量的60%至70%。云雾多，风力大，气压低，是长白山主峰气候的主要特点。长白山独特的气候具有极大的体验价值，是构成当地旅游资源特色的重要内容。

3.2.2 生态资源

长白山有由国际A级自然保护区组成的保存完好的原始森林，有吉林省省级自然保护区——长白山特有树种长白松构成的长白松自然保护区，还有中国最大的红松母树林原始群落，在长白山海拔1600-2000米的广阔地带珍稀植物和高山花卉繁茂发育，组成的高山大花园堪称东北亚地区各山顶最具特色的自然景观，这里植被资源良好，是天然的氧吧，为本项目提供了良好的生态环境。

长白山以东北亚第一高峰雄踞天地之间，以海拔最高的火山湖泊和飞瀑流泉闻名遐迩，以三江源头、生态天堂哺育东北各族儿女。是举世瞩目的“物种基因库”“自然博物馆”“世界A级自然保护区”和国家级自然保护区，是吉林省的“第一名片”，更是全人类共同的宝贵财富。

3.2.3 粉雪资源

粉雪，也就是常说的 powder snow，是凝固核还没有充分冰冻变大就落到了地面的雪颗粒，雪的核心是冰晶，冰晶外面吸附着细小而密实的雪绒花，雪成颗粒状。根据颗粒的大小，可以分为细粉雪、粗

粉雪。细粉雪捧在手里，像捧着白色的面粉，雪可以从手指缝滑落，粉雪因此得名。



颗粒状的粉雪，因为像球一样结实、饱满，雪球和雪球互相支撑，不仅不容易被碾碎，而且被挤压后还能像海绵一样恢复原状，给滑雪者反弹，就像小孩子在塑料球池里翻滚跳跃，塑料球不仅不会破碎，还会有一定弹性，保护孩子不会受伤。因为粉雪的弹性，很多人都有雪中冲浪的感觉，这种经历实在难得、实在难忘，粉雪因此而被奉为雪中极品，这种雪质也是滑雪爱好者最钟爱的雪质。

第四章 市场分析与前景预测

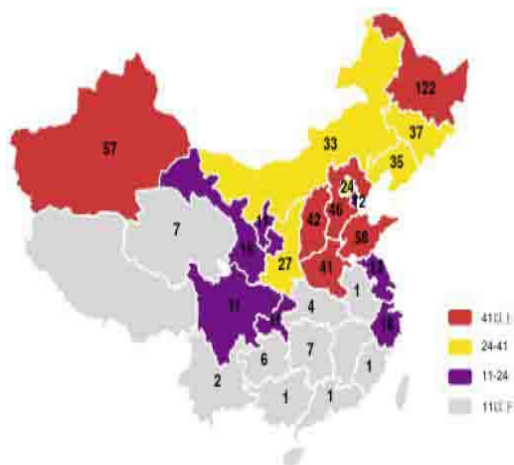
4.1 旅游产品定位

本项目依托长白山的粉雪和温泉等资源，通过城市双修（生态修复、城市修补），打造国家 4A 级冰雪旅游景区和温泉休闲目的地、国家级山地户外运动基地、长白山冰雪文化活动及节庆的承载平台。以湿地森林地景为特色，建设集粉雪运动、粉雪娱乐、粉雪旅游、山地户外运动、温泉养生、文化体验、旅游集散等功能为一体的粉雪运动特色小镇。

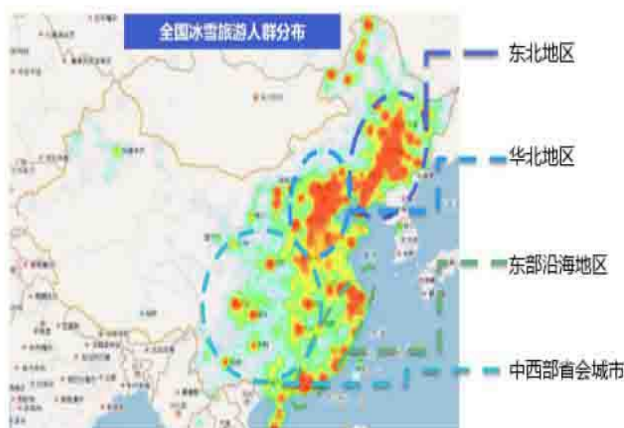
4.2 目标市场分析

（1）客源市场空间特征分析

北方冰雪资源先天优势明显，七成雪场地处北方，冰雪旅游人群则主要集中在东北华北及东南沿海地带。



全国滑雪场数量及区域分布



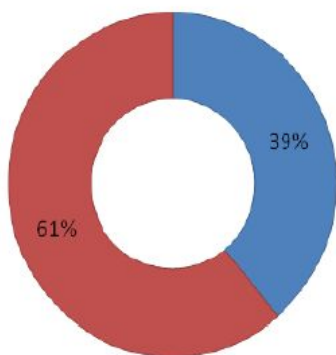
全国冰雪旅游人群地域分布

从地域来看，“三北地区”（东北、华北、西北）雪场全国雪场总数的比例接近四分之三，其中东北(33.10%)是雪场建设最蓬勃的单片区域。全国冰雪旅游人群主要集中在东北、华北、东部沿海地区这三大核心区域，以及中西部省会城市的次核心区域，长三角、珠三角地区是南方最主要的冰雪旅游人群聚集地。

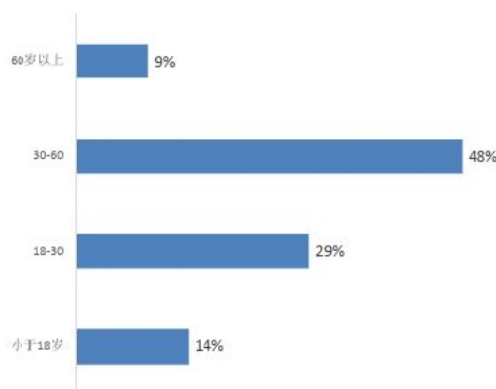
（2）客源市场人口学特征分析

国内参与冰雪旅游的男性占39%，女性占61%，女性参与度较高与女性崇尚浪漫、纯真等特质契合冰雪清纯、高洁等潜在特征相匹配，也与女性更偏爱结伴旅行密切相关。

冰天雪地是年轻人的天下，事业有成群体是冰雪旅游的主力军。



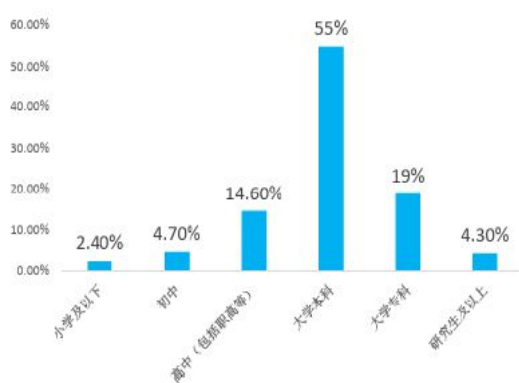
冰雪旅游人群性别结构



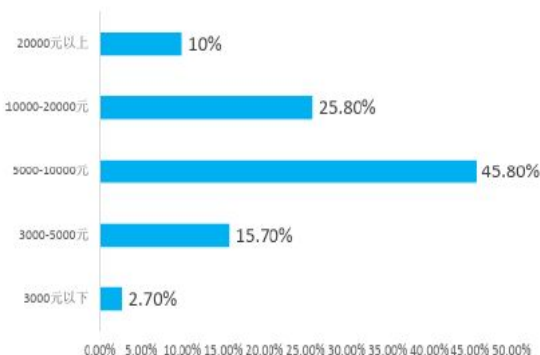
冰雪旅游人群年龄结构

在冰雪旅游者的年龄构成上,小于 18 岁的游客占 14%,18-30 岁占 29%,30-60 岁占 48%,60 岁以上游客占 9%。由此可知,30-60 岁的事业有成型群体是冰雪旅游的主力军,这与冰雪旅游消费较高密切相关,事业有成型人员具有较强财务消费能力。此外,青少年市场也不容忽视,30 岁以下游客总共占比为 43%。在出游人群中,情侣游、家庭游人次与出游总人次分别占比 17%、37%,家庭游市场是较大的冰雪旅游市场,另外冰雪的纯洁、浪漫等特质也吸引了大量情侣参与到冰雪旅游中来。

高学历、高收入是滑雪者普遍特征。



冰雪旅游人群学历分布结构

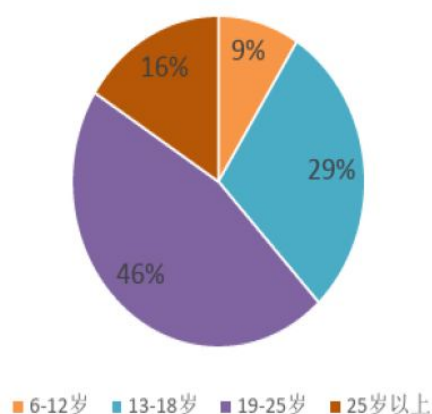


冰雪人群月收入分布情况

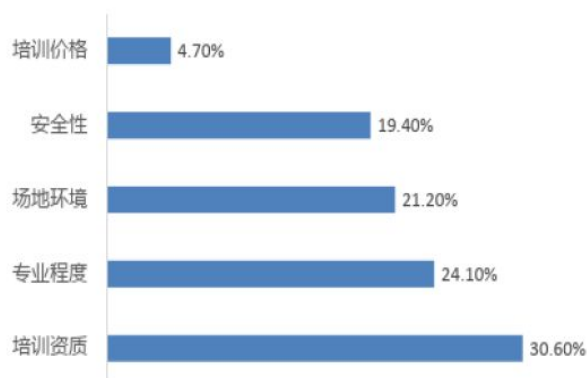
从冰雪旅游人群学历分布结构来看,参与冰雪旅游的成员学历普遍为大学本专科,共计占比 74%。从冰雪人群月收入分布情况来看,月收入集中在 5000 到 10000 元的区间,3 成以上超过 10000 元,这也说明冰雪人群中有更多中高/高消费人群。滑雪者性别结构较为均衡,以中青年旅游者为主,具有“高端职业,较高家庭月平均收入,高学历”三高特征,而学生也是冰雪旅游者的重要组成部分。

(3) 客源市场旅游行为特征分析

冰雪运动培训接受意愿较高,但青少年群体还有较大发展空间。在接触冰雪运动的初级爱好者(包括休闲度假的人群)中有超过 7 成的消费者愿意在体验冰雪运动的过程中接受冰雪运动培训。在目前已经接受过冰雪运动培训的人群当中,18 岁及以下的青少年群体只有 38%, 占市场的份额较小。



接受冰雪运动培训人群的年龄分布



用户选择冰雪培训机构的首要条件

冰雪旅游人群是具有前卫消费意识、追求品质生活的人群。来自全国客源地线下消费场所的大数据显示,冰雪旅游人群非常注重生活品质,消费理念超前。日常偏好服饰鞋帽、餐饮、生活服务类型的消费,在餐饮品类的消费中,快餐简餐、咖啡水吧、中餐正餐是冰雪旅游人群日常最主要的餐饮消费。



冰雪旅游人群消费品类偏好TOP10



冰雪旅游人群餐饮消费偏好TOP10

第五章 项目建设方案

5.1 建设规模

本项目位于二道白河镇镇区东侧，规划范围北至长白山大街，西至松花江大街，东、南两侧为森林。本项目规划占地面积为 3.04 平方公里。

5.2 项目具体建设内容

本项目的核心定位为粉雪旅游、温泉养生、文化体验、森林户外的粉雪旅游运动项目。

（1）计划建设内容包括：

粉雪运动区：滑雪场、雪地马球场、冰雪运动馆（速滑、冰壶、冰球）、冰雪运动青少年培训中心、粉雪运动俱乐部、粉雪游乐园、雪地摩托等；

游乐设施区：滑冰、冰上皮艇、冰上摩托车、双人爬犁、冰上碰碰车、雾凇体验馆、冬季热气球；

儿童娱乐区：雪迷宫、冰雪儿童乐园、冰雪奇缘主题城堡、极地动物馆（企鹅、北极熊、麋鹿）、冰雪奇缘主题零售站、冰雪 Cosplay 总动员；

温泉养生区：水疗区、温泉区、汗蒸理疗区、长白山冰泉水展示中心、冰泉文化博物馆、长白山水文化展示长廊；

森林户外运动区：丛林 CS 野战、森林滑索、丛林探秘、极限拓展、森林小火车、露营营地、房车营地等；

商业区：全冰主题酒店、冰雪主题餐厅、冰雪主题酒吧、综合购物中心、风情商业街、粉雪礼堂、体育运动品牌店集群。

附属设施区：游客集散中心、加油站、停车场、旅游巴士换乘点等。

（2）节庆活动：

粉雪节、神话节、长白山春祭、山花节、鲜酿节、童心节、文化节、长白山探索夏令营、登山节、丰收节、温泉节、冰雪嘉年华等节日庆典。

第六章 财务评价

6.1 投资估算与资金筹措

6.1.1 投资估算编制依据

本投资参照《吉林省市政工程预算定额》、《吉林省建筑工程预算定额》进行编制。本项目总投资 180 亿元。其中：固定资产投资 144 亿元，流动资金 36 亿元。

6.1.2 资金来源与筹措

本项目总投资 180 亿元，全部由企业自筹。

6.2 经济效益预测

经测算，本项目的销售收入为 136 亿元，利润 45 亿元，投资利润率为：25%；投资回收期为 6 年(含项目建设期 2 年)，财务内部收益率 20%(税后)，财务净现值 72 亿元(税后)。

6.3 财务评价说明

本策划书只对长白山粉雪精灵运动小镇建设项目工程投资和收益进行经济分析，按照项目实施进度安排。

6.4 社会经济效益分析

长白山粉雪精灵运动小镇建设项目通过科学规划，合理布局，重视整体性和系统性，注重城市空间和环境的修补与完善城市功能相结合、物质空间和设施的修补与社会、社区的共建共治共享相结合、城

市街区的修补与城市文化传承和建构相结合、营造健康和活力的城市公共场所和改善民生相结合、注重城市发展和基础设施建设相同步，集中资源补齐短板。不仅关注城市景观、绿化、水系等单项工程，更要注重山、水、林、田、湖、海、湿地等城市生态大格局，要将生态格局作为城市布局的决定性因素。

项目在未来为热爱户外运动、休闲度假的广大人群，提供一个有丰富内容的综合场所，从而满足“日益增长的美好生活需要”。

第七章 结论及建议

7.1 可行性研究结论

本项目以长白山粉雪、温泉、森林等资源为依托，以赏雪和冬季戏雪主题，以冰雪为亮点、产业为根基、文化为抓手、系统化运营的复合型冰雪小镇。充分发挥其土地整合与开发优势以及庞大的体育IP资源，为人们提供前所未有的冰雪体验，切实参与和助力实现国家“3亿人上冰雪”的美好愿景。

特色小镇“非镇非区”，不是行政区划单元上的一个镇，也不是产业园区的一个区，而是按创新、协调、绿色、开放、共享发展理念，结合自身特质，找准产业定位，科学进行规划，挖掘产业特色、人文底蕴和生态禀赋，有明确产业定位、文化内涵、旅游特色和一定社区功能，形成“产、城、人、文”四位一体有机结合的重要功能平台。对于小镇的分类，可以根据小镇主导产业、地理位置、规模、资源、历史、文化等进行分类。

冰雪小镇基于冰雪产业为核心，根据长白山当地资源优势，因地制宜的发展冰雪运动、休闲度假、文化体验以及冰雪装备生产等产业。本项目开发的几大板块都从不同层面来挖掘、反映粉雪精灵运动小镇的特色，项目的建设符合国家、吉林省大力发展旅游服务业、以旅游服务业促进产业结构快速调整的扶持政策、符合吉林省发展规划、符

合市场需求。本项目坚持保护开发并举、保护优先的原则，从而达到经济效益、生态效益和社会效益的完美统一。

通过详细的经济和财务分析，得出本项目经济效益和财务状况较好，抗风险能力较强，安全可靠，项目是可行的。

7.2 建议

1、小镇在规划建设上，要有独到的创意，不能只是拿别人现成的模板照猫画虎，失去了自己的特色。充分发挥资源禀赋，建成真正有底蕴有内涵的小镇。

2、严格执行国家和地方有关自然保护区、风景名胜区、文物古迹保护等方面的法律、法规和条例，妥善处理环境保护与旅游开发的关系。

3、建立环境监测系统，加强对景区环境质量、自然景观、动植物群落的监测、评价，重点加强大气和噪声污染的综合防治、水生态环境的保护、固体废弃物和污染物的处理、景区内动植物尤其是珍稀和特有动植物的保护。

4、提高旅游区管理人员和服务人员的环保知识水平，建立环境保护岗位责任制度，把环境保护工作落到实处。

5、完善市场机制。当前绝大多数特色小镇的发展模式是政企合作，在小镇建设过程中，明确政府与市场边界，坚持市场主导、自然发展。