

冰天雪地也是金山银山



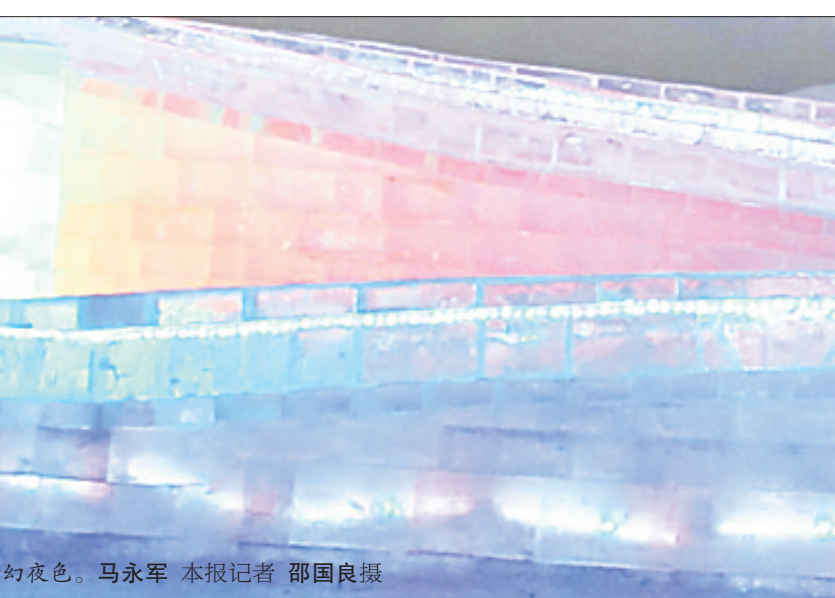
我心飞翔。本报记者 王志强摄



虎峰岭雪域美景。本报记者 邵国良摄



丰收的镜泊湖冬捕。王金成 本报记者 邵国良摄



梦幻夜色。马永军 本报记者 邵国良摄

□本报记者 李晶琳

1月4日至6日,第33届中国·哈尔滨国际冰雪节暨第二届中国(国际)冰雪旅游峰会在哈尔滨市举办。由哈尔滨市政府主办的第33届中国·哈尔滨国际冰雪节开幕式、世界城市冰雪旅游合作组织筹建大会也分别在4日和5日举行。“两会一节”同时开幕,实现强强联合,突出规模效应,黑龙江打造今年最重要的“请进来”冬季旅游营销活动。



新成员加盟及发布“北国冰雪”品牌。



太阳岛雪博会形象大使马丁·赫肯斯致欢迎词。

聚焦旅游产品升级 发布“北国冰雪”品牌

由哈尔滨市政府、黑龙江省旅游发展委员会主办,由中国冰雪旅游推广联盟承办的本次活动,吸引了德国、芬兰、丹麦等30余个拟加入世界城市冰雪旅游合作组织的筹建单位代表,中国旅行社协会会员代表、中国旅游研究院等智库机构代表,以及大型旅游集团高层、境内外主流媒体记者400余人出席会议。

第二届中国(国际)冰雪旅游峰会继续聚焦冰雪主题,全面展示中国冰雪旅游资源和冰雪旅游产业发展成就,搭建冰雪观光、冰雪运动、冰雪娱乐、冰雪艺术、冰雪民俗、冰雪度假等领域的交流合作,共同促进冰雪旅游的创新和发展。此次峰会设置冰雪联盟主题推介、黑龙江冰雪旅游推介、境外冰雪旅游城市推介、冰雪联盟百项冰雪活动发布、“北国冰雪”LOGO及产品发布、专家主题发言、冰雪旅游大数据报告发布等环节,邀请国内外权威专家学者、企业代表,从多个角度深入探讨“如何让冰天雪地变金山银山”。

为了更好地展现本次峰会的冰雪氛围,会议期间还进行了《雪之梦》节目表演,这是一部描写哈尔滨冰雪的原创作品,由第29届哈尔滨太阳岛国际雪雕艺术博览会形象大使、2010年荷兰好声音第一名获得者、男高音歌唱家马丁·赫肯斯,和青年男高音歌唱家于洋共同演唱,东北农业大学艺术学院学生合唱团合唱。

2015年末,省旅游委发起主办首届中国(国际)冰雪旅游峰会,同时成立中国冰雪旅游推广联盟,引起行业瞩目,该联盟是经国家旅游局审定同意,我国第一个由省级旅游管理机构发起成立的冰雪旅游营销联合体,被誉为“中国冰雪旅游国家队”。本次峰会上,中国冰雪旅游推广联盟发布了“北国冰雪”品牌LOGO和精品线路,并吸纳新疆旅游局作为新成员加入,目前联盟正式成员单位包括黑龙江、北京、吉林、辽宁、河北、内蒙古、新疆等省市自治区旅游局(委)。受国家旅游局委托,联盟承担“中国十大国际旅游品牌”之“北国冰雪”旅游品牌和精品线路打造,代表中国冰雪旅游“走出去”。

立足多元化资源 龙江打造“冰雪之冠”

黑龙江作为中国冰雪旅游推广联盟理事长单位,在推动中国冰雪旅游发展方面起到主战场和排头兵的作用。近年来,黑龙江省积极贯彻落实习近平总书记“冰天雪地也是金山银山”的重要讲话精神,推动实现“带动3亿民众参与冰雪运动”的目标,把发展冰雪经济作为推动振兴发展的战略举措来抓,开发高质量、多样化的冰雪旅游产品,推动冰雪旅游经济做大做强、转型升级,逐渐在全国叫响了“冰雪之冠·畅享龙江”品牌,为龙江

流连这山这水 难忘这冰这雪

黑龙江捧出冰雪礼遇宾朋

□本报记者 李晶琳

冰雪,成为黑龙江冬季的金字招牌。冰雪,成为黑龙江呼朋引伴的最佳礼物。

国家旅游局副局长杜江在第二届中国(国际)冰雪旅游峰会开幕式上致辞说,近年来,黑龙江省委省政府围绕“冰天雪地”主题,整合冰雪旅游资源,丰富冰雪旅游产品供给,创新冰雪旅游推广方式,努力把冰雪“冷资源”打造成“热经济”,黑龙江“冰雪之冠”旅游品牌影响力不断扩大,国际知名度和美誉度不断提升。举办冰雪旅游峰会,是黑龙江省旅游部门主动作为,积极利用冰雪旅游推广联盟平台,展示中国冰雪旅游资源,打造“北国冰雪”旅游品牌的重要举措。

坐拥冰雪,悉心打磨。冰雪旅游峰会上,龙江人捧出最美的冰雪盛宴。太阳岛雪博会形象大使马丁·赫肯斯与青年男高音歌唱家于洋,共同演唱了太阳岛雪博会主题曲《雪之梦》,用歌声描绘了梦想中的雪世界,让人们在歌声中听到太阳岛特色冷矿泉、留住太阳岛的一切美好;五大连地邀请人们品味特色冷矿泉、看会呼吸的火山、泡能治病的温泉;齐齐哈尔悦碾子山国际滑雪场吉祥物“小悦悦”首次惊喜亮相,“冰雪之冠·畅享龙江”精品线路重磅推出,齐齐哈尔确立冰球节的消息在冰雪旅游峰会上迅速传播;大兴安岭以“魅力兴安·极致冰雪”为主题,将冰雪与极光、东北、圣诞、森林、民俗、百寨活动等元素进行完美融合,推出了集挑战性、观赏性、参与性、娱乐性为一体的“三区七景”之诱惑系列旅游产品。

黑龙江冰雪正不断声名远播,5日峰会当天召开的媒体交流会,更进一步提升了我省冬季旅游的传播力度和关注度。汤森路透社、CCTV新闻联播等境内外主流媒体100余人参加媒体交流会,省旅游委和哈尔滨市旅游委、齐齐哈尔市旅游局、大庆市旅游局、黑河市旅游局、黑龙江省森林旅游管理局、大兴安岭地区旅游局7个部门进行冰雪旅游重点推介,集体接受采访。媒体交流会后,省旅游委负责人成为媒体人聚焦的核心,省内外多家旅游企业争相与五大连地景区对接,众多媒体纷纷对大兴安岭地区旅游局负责人进行专访。互动推介方式引起媒体反响热烈,各路媒体人纷纷发朋

友圈、发稿点赞“这个推介会不一般”,传播成果持续发酵中。本次峰会创新性地增加了企业对接环节,搭建省内外旅行社沟通交流平台,康辉集团、在路上企业等省外旅行社,大型OTA,省内旅行社、景区、滑雪场、旅游企业,和省内地市旅游局(委)代表共187人参会。省内旅行社就5条冬季精品线路的落地产品进行推介,办理了“大众旅游时代”“新市场环境,网络文化圈层,细分市场,参与体验度,个性化服务等要素进行产品升级的思路。互动环节现场气氛热烈,省内外旅行社商榷发言,针对旅游基础设施、产品服务升级、产品质量把控、产品创新等问题,为我省旅游产业发展献计献策。

百闻不如一见,会后,40余家重点旅行社商团组成考察团,分别前往大庆、五大连地、虎峰岭、镜泊湖等地进行深度踩线考察。随着一路前行,虎峰岭景区的白桦林、虎啸泉、不冻河等美景让考察团一行大呼过瘾。在大庆,考察团品尝了当地特色烤饼,参观了石油馆和铁人进喜纪念馆,深刻体会了大庆的石油文化和铁人精神,在大庆庆油田北温泉欢乐风景区体验北国温泉。牡丹江镜泊湖景区的吊水楼冰瀑、世界悬崖跳水第一人狄焕然的冰瀑跳水、充满神秘色彩的萨满村落等项目,让考察团一行领略了镜泊湖冬季奇美和冰雪旅游的神奇。考察团感受了黑河市五大连地风景区雄伟壮观的自然景观后,还体验了趣味刺激的雪地高尔夫、雪地摩托等雪上娱乐项目。

听到,看到,体验到,才知流连,才觉难忘。正如省旅游委负责人介绍的那样:黑龙江的冬季因为有了冰雪的圣洁和童话般的世界,成为一个让人留恋的地方。冬天如此迷人,冰雪让世界精彩!通过冰雪旅游峰会,各界宾朋都想把这几天在黑龙江亲身体验到的激情与浪漫分享给大家,让更多人了解冰雪,了解黑龙江,感受“冰雪之冠”和“金山银山”的独特魅力。

今年,黑龙江还将结合丰富的冰雪资源和多样的冰雪活动,利用黑龙江籍的明星、奥运冠军、旅游达人等名人效应,制作全年100期的直播节目和短视频,一个更加精彩的冰雪世界将呈现一个全景的黑龙江。

振兴发展注入新的动力。

2016年同程旅游对外发布了《2017春节旅游消费趋势报告》,报告显示,在2017年春节假期最热门的一个目的地中,黑龙江省的哈尔滨、牡丹江、亚布力位列其中,黑龙江省也成为春节5大热门省份之一,排在第二位。2016年-2017年冬季,黑龙江产品重组升级,重点推出“冰雪之冠·大美雪乡”、“冰雪之冠·鹤舞雪原”、“冰雪之冠·秘境冰湖”、“冰雪之冠·冰雪森林”、“冰雪之冠·北极圣诞”等5条精品核心线路,并在全国五省市举办了“冰雪之冠·畅享龙江”国内外产品推介会,举办了“奇妙的雪域大战”等一系列丰富多彩的冰雪创意活动,激发了广大游客和本地居民对冰雪旅游的热情,掀起了黑龙江乃至全国冬季冰雪旅游新热潮。

值得一提的是,2016年12月,黑龙江省人大常委会审议通过,将每年的12月20日设立为“黑龙江省全民冰雪活动日”。今冬全省推出至少400项冰雪文化、旅游、体育等活动,推出了80余项旅游惠民措施,开展了“奇妙的冰雪之冠”大型冰雪直播秀、“全国核心客源地交通推广宣传”、“与美团合作推出”黑龙江冰雪狂欢折扣月”等营销活动,直达国内客源地人群,增强黑龙江冰雪旅游吸引力和凝聚力。

省旅游委主任锡东光表示:黑龙江以整合联合为原则,以“更强大、更务实、更互动”为目标,不断丰富峰会内容,提升峰会影响力,打造高度聚焦的行业标志性论坛,进一步提升黑龙江冰雪旅游品牌,促进冰雪旅游产业交流合作,不断创新冰雪旅游发展模式,推动中国冰雪文化、冰雪产业和冰雪旅游品牌迈向更高水平,开启中国冰雪旅游发展新时代。

城市	省份	地域	游期影响力	美誉度	核心竞争力	网络影响力	总分
哈尔滨	黑龙江	东北	97.3	91.5	96.5	89.2	93.3
亚布力	黑龙江	东北	89.7	89.4	96.1	86.8	89.9
亚布力	黑龙江	东北	88.4	88.4	89.5	89.1	89.5
亚布力	黑龙江	东北	83.2	90.3	88.8	86.2	87.1
呼伦贝尔	内蒙古	内蒙	86.3	94.1	87.4	78.5	86.6
乌鲁木齐	新疆	西北	87.2	89.4	89.3	76.5	86.5
桂林	广西	华南	84.1	90.3	84.4	72.1	83.3
牡丹江	黑龙江	东北	87.2	88.4	78.3	74.4	82.6
伊春	黑龙江	东北	80.2	89.1	80.3	73.2	80.7
北京	北京	华北	87.5	87.5	72.1	81.4	79.4

营销事件	地域	舆论声量	美誉度	创新指数	总分
哈尔滨国际冰雪节	黑龙江	97	89	88	91.9
黑龙江省全民冰雪活动日	黑龙江	91	87	88	88.9
长春净月潭国际冰雪节	吉林	83	88	93	87.5
北京国际冰雪节	北京	85	91	85	86.8
黑龙江大型冰雪旅游直播 show	黑龙江	82	88	91	86.5
中国·吉林国际雾凇冰雪节	吉林	81	90	86	85.2
亚布力国际滑雪场	吉林	86	90	83	86.3
“冰天雪地”旅游之冠	内蒙古	78	89	89	83.4
内蒙古冰雪节	内蒙古	78	88	83	82.5
中国新疆冰雪旅游节暨冬季旅游产业博览会	新疆	75	86	81	80.1



伊春带岭大青山山风光。本报记者 邵国良摄

旅游跨界合作 冰雪产业升级

□本报记者 李晶琳

第二届中国(国际)冰雪旅游峰会不仅对我国的冰雪旅游产业发展建言献策,提供智慧,还诞生了多项引人瞩目的成果,包括发布冰雪旅游研究报告,推出“北国冰雪”品牌LOGO,五大“北国冰雪”旅游精品线路等,为冰雪旅游产业的转型升级创造了典范,为冰雪旅游产业的发展开辟了新的篇章。

跨界合作 研究成果助力产业发展

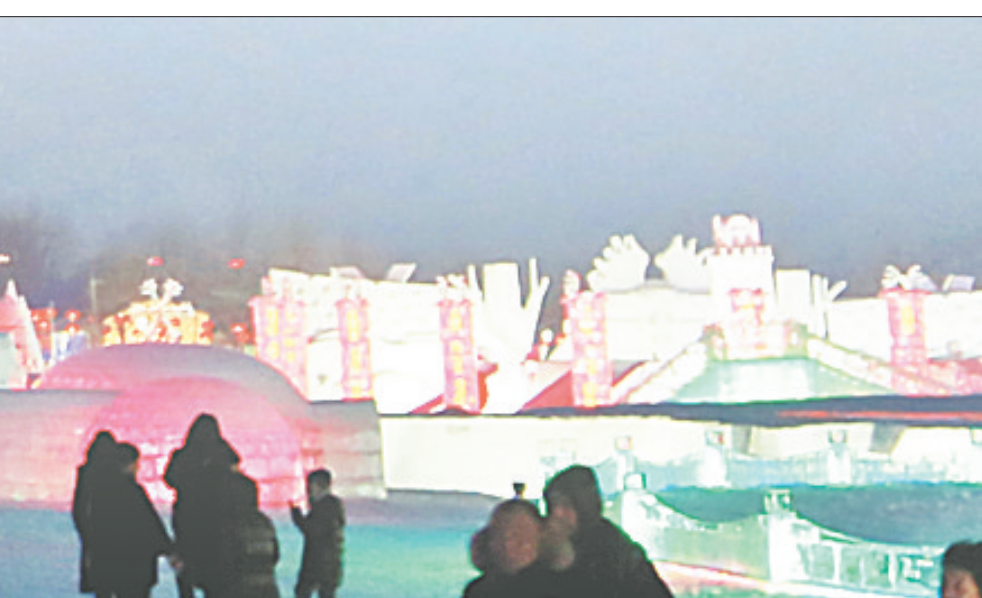
本次冰雪旅游峰会与人民网舆情监测室进行深度合作,共同发布了《中国冰雪旅游竞争力大数据报告》,从整体舆情态势、中国冰雪旅游网民消费热点、中国冰雪旅游城市级目的地、中国冰雪旅游十大营销事件等方面,深度剖析中国冰雪旅游行业的现状,为业内人士提供了大量非常有价值的信息。

由本次峰会联合大数据公司Talking Data发布的《2016中国冰雪旅游人群洞察报告》,是另一大跨界合作的亮点。Talking Data通过打造数据生态体系,覆盖包括智能手机、平板电脑、智能电视,可穿戴设备在内的超过20亿台的独立智能设备,获取海量数据,为研究分析奠定了可靠的基础。《2016中国冰雪旅游人群洞察报告》从景区客源、人群画像和应用偏好三大维度入手,结合大数据和实际案例,进行多维度的深入分析,为冰雪旅游产业提供完备的数据参考和智力支持。

为了让更多人通过本次峰会了解黑龙江的冰雪旅游资源,黑龙江省与用户超过2.6亿的新客户端今日头条)开展跨界合作,在全国6个重点客源地省市的专题版面上,进行黑龙江冰雪旅游品牌推广,以开屏广告为主要形式,结合头条新闻、视频发布、新闻广告位推送、微博大V转发等手段,一举将曝光人数提升至上百万人次以上,效果非常显著。

跨界合作的实践远不止于冰雪旅游峰会。在拓展冬季冰雪旅游推广和团队渠道上,省旅游委以“互联网+”为视角,携手中国第一大在线团购平台——美团点评,联合各地温泉、滑雪、冰雪乐园等重点景区,分阶段进行为期一个月的“黑龙江全民冰雪活动日”产品推广活动,通过美团手机端、电脑端“全民冰雪活动日”专题”页面,展示黑龙江省“冰雪活动

放飞梦想。本报记者 邵国良摄



日”冰雪产品和优惠价格,掀起一场全民旅游狂欢的浪潮。冰雪旅游行业的跨界合作,不仅取得了良好的推广效果,也给游客带来了实实在在的优惠,可谓一举多得。

突破传统 “旅游+直播”开启传播新篇

为了扩大宣传,本次活动通过《今日头条》,在全国6个重点客源地省市进行峰会的倒计时推广,精准覆盖人群200万人次。峰会当天,通过喜马拉雅进行音频直播,通过新浪网视频直播,微博话题阅读量突破2247万,峰会品牌曝光量达9800万。截至1月8日18时,CCTV新闻联播、中国日报、黑龙江日报、人民网、新浪、网易等100余家主流媒体对活动进行了报道,网络媒体转载超过500家。传播内容覆盖政府、行业、市场三个层面,显著提升冰雪旅游峰会和黑龙江冰雪旅游的知名度。

不仅仅冰雪旅游峰会,2016-2017年冬季,“旅游+直播”在黑龙江全省的冰雪营销活动中都得到广泛应用,实现了“旅游+直播+短视频+网络”的跨界宣传。从2016年12月9日开始,黑龙江就拉开了为期40多天的“奇妙的冰雪之冠”冰雪旅游直播(活动)Show”,以“奇妙的冰雪之冠”为主题,分别在哈尔滨、黑河、伊春、漠河、齐齐哈尔、镜泊湖、雪乡等多个重点冰雪旅游地区进行,全面展现黑龙江丰富多彩的冬季旅游资源。黑龙江还将将在秒拍平台上线30多个短视频,将包括五大连地、亚布力滑雪场、大庆杜尔伯特在内的冰雪景色与冰雪玩法推荐给观众。



中央大街上的歌舞表演。本报记者 苏强摄

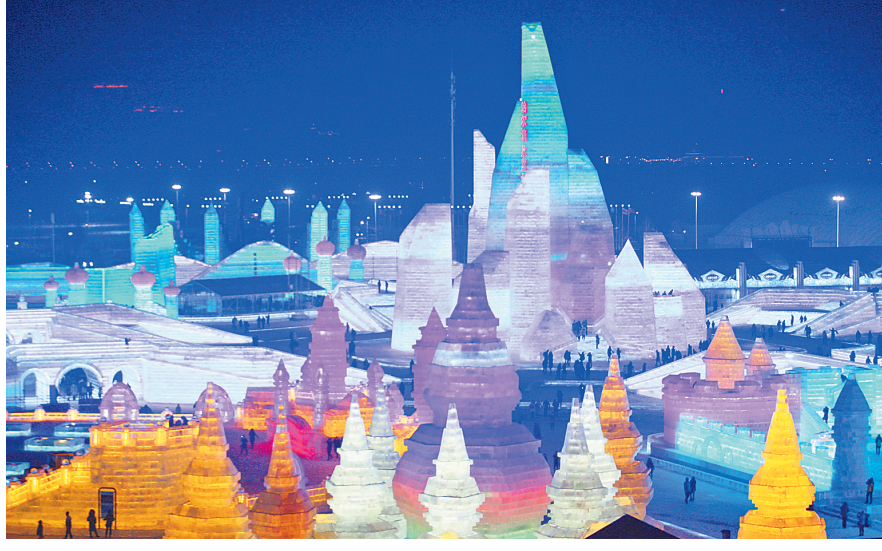
本版照片除署名外均为本报资料片



农家美食惹人爱。本报记者 王志强摄



冬之趣。马永军 本报记者 邵国良摄



如梦似幻的哈尔滨冰雪大世界。本报记者 苏强摄



今个真高兴! 本报记者 邵国良摄

频频占据冰雪旅游榜首 大数据说话 冬日龙江抢眼

本报讯(记者李晶琳)专业大数据平台Talking Data和人民网舆情监测室联合中国冰雪旅游推广联盟带来的冰雪旅游大数据分析成果展示,在第二届中国(国际)冰雪旅游峰会上令人耳目一新,眼前一亮。哈尔滨、牡丹江、伊春分列“2016中国十大冰雪旅游城市”榜单的前三名,成为最具竞争力和吸引力的冰雪旅游城市。与此同时,黑龙江的冰雪营销事件的传播影响力也是名列前茅,安子可、知名景点如雪乡、亚布力滑雪场,其主要客源地均为北方三大冰雪旅游城市。北京游客偏爱冰雪艺术,喜欢去冰雪大世界;而上海游客偏爱滑雪运动,青睐去亚布力滑雪场;广东等南方游客普遍对冰雪具有浓厚情结,有着玩冰玩雪的强烈意愿。这一大数据从侧面体现了黑龙江冰雪旅游品牌通过大数据报告,基于互联网旅游大数据,对黑龙江冰雪旅游发展态势、网民消费热点等问题进行分析。从大数据上可以看出,冰雪旅游已成为旅游行业及区域经济发展的新驱动力。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。冰雪旅游目前最主要的游客群体是26-35岁的分布区间,占整体冰雪旅游群体的54.66%,第二游客是25岁以下的核心群体,占整体冰雪旅游的21.18%,这两部分人是最优质的游客群体,也是最具购买力的群体。

大数据报告对各城市从游客期待指数、美誉度、核心竞争力、传播影响力4个维度进行量化剖析,哈尔滨、长春、张家口、沈阳、呼伦贝尔、乌鲁木齐、吉林、牡丹江、伊春、延庆依次入围“2016中国十大冰雪旅游城市目的地”,哈尔滨国际冰雪节、黑龙江省全民冰雪活动日、长春净月潭瓦萨国际滑雪场、北京鸟巢欢乐冰雪季、黑龙江大型冰雪旅游直播秀、中国·吉林国际雾凇冰雪节、吉林查干湖冬捕旅游节、内蒙古“冰雪天路”探寻之旅、内蒙古冰雪那达慕、中国新疆冰雪旅游节暨冬季旅游产业博览会依次入围“2016中国十大冰雪营销事件”。哈尔滨在游客期待指数和核心竞争力两个维度上远超其它城市,成为最具竞争力和吸引力的冰雪旅游城市。

与此同时,黑龙江的冰雪营销事件的传播影响力也是名列前茅,安子可、知名景点如雪乡、亚布力滑雪场,其主要客源地均为北方三大冰雪旅游城市。北京游客偏爱冰雪艺术,喜欢去冰雪大世界;而上海游客偏爱滑雪运动,青睐去亚布力滑雪场;广东等南方游客普遍对冰雪具有浓厚情结,有着玩冰玩雪的强烈意愿。这一大数据从侧面体现了黑龙江冰雪旅游品牌通过大数据报告,基于互联网旅游大数据,对黑龙江冰雪旅游发展态势、网民消费热点等问题进行分析。从大数据上可以看出,冰雪旅游已成为旅游行业及区域经济发展的新驱动力。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。冰雪旅游目前最主要的游客群体是26-35岁的分布区间,占整体冰雪旅游群体的54.66%,第二游客是25岁以下的核心群体,占整体冰雪旅游的21.18%,这两部分人是最优质的游客群体,也是最具购买力的群体。