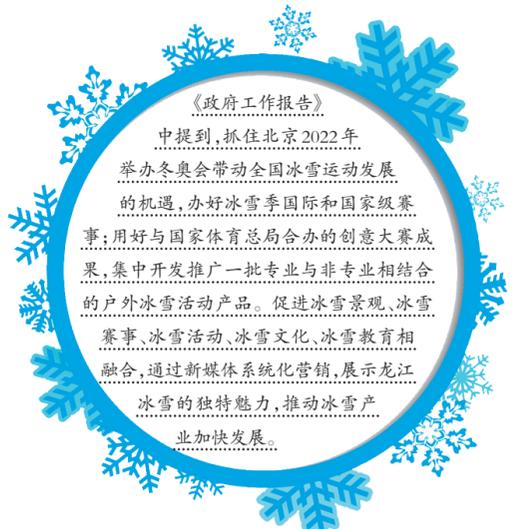




开启冰雪旅游“黄金时代”



《政府工作报告》
中提到,抓住北京2022年
举办冬奥会带动全国冰雪运动发展
的机遇,办好冰雪季国际和国家级赛
事;用好与国家体育总局合办的创意大赛成
果,集中开发推广一批专业与非专业相结合
的户外冰雪活动产品。促进冰雪景观、冰雪
赛事、冰雪活动、冰雪文化、冰雪教育相
融合,通过新媒体系统化营销,展示龙江
冰雪的独特魅力,推动冰雪产
业加快发展。



游客滑雪乐翻天。

本报记者 邱成摄

挖掘冰雪资源 弘扬冰雪文化

□本报记者 车轮

2016年的冬季,冰雪话题的热度一直延展到今年全省两会的会场上,成为各人大代表和政协委员热议的话题。

作为中国最北的省份,黑龙江冬季漫长、冰雪弥漫,独特的自然环境看似恶劣,但却为其提供了广袤的冰雪宝藏。习近平总书记在我省考察调研时提出“冰天雪地也是金山银山”,激发人们善于将劣势转化为优势,并从自然丰厚的冰雪馈赠中争取财富和发展的契机。然而,受制于多方面因素的影响,我省冰雪资源尚未得到充分挖掘和利用,冰雪经济大产业、大发展的格局尚未完全形成,还面临一系列亟待解决的问题。

有人将知识经济称为脑力经济,谁拥有了超前思维、卓尔不群的创意和行动,谁将掌握未来发展的先机。“我省是在全国最先开展冰雪旅游的省份之一,然而惰性思维和缺乏创新性意识,使得冰雪旅游产业并没有及时做大做强。”省政协委员吴群红说。她认为,现有冰雪旅游地区布局及发展水平不平衡,我省冰雪产品和项目的横向和纵深拓展不够,对冰雪文化资源的挖掘不足、对冰雪文化的宣传和推广不够也是制约我省冰雪经济和文化发展的主要原因。

真正唤醒冰雪资源 设计开发冰雪创意项目

若要将覆盖在龙江大地上沉寂千年的冰雪资源真正唤醒,需要极具奇思妙想的系列冰雪创意项目的设计和开发。吴群红建议举办冰雪创意电视挑战赛,“可以筛选那些将黑龙江白山黑水波澜壮阔的历史传说、丰富多彩的黑龙江少数民族文化、雄浑厚重的移民历史、林海驰骋的抗联精神、激情燃烧的北大荒拓荒史、往事如歌的知青岁月等极具地方历史、文化元素、怀旧情怀元素与北大荒冰雪资源有机衔接的创意设计,组成冰雪创意展示长廊。此外,建立创意大赛专项基金,持续汇集各种点子库和创意库,形成热点创意文化

电视节目。”
“有好的创意仅仅是第一步,如何让那些闪烁着美好创意的思想火花不会随着人们的热情散去而迅速消失在时间的‘荒野’中,就需要探索最有效的组织、制度和资源保障。”吴群红继续说,要将征集的各类创意项目进行有机组合,组建专门组织,长期负责对重大冰雪创意项目的融资、协调、保障、落实和监督工作。

集中资金和力量 打造冰雪项目群

围绕冰灯和雪雕这一极具影响力的冰雪品牌项目,集中资金和力量打造冰雪项目群,“我们应该将现有孤立、分散的冰雪项目进行提档、升级和有机整合。”吴群红说,“形成堆雪人、打雪仗、滚雪地等戏雪项目,与赏冰灯、看雪景、观雾凇、听音乐、看表演等系列观赏项目,以及泡温泉、中医养生、体验冬捕、溜冰、滑雪、冰雪教育等一系列参与性活动有机结合起来,形成一条龙的服务,增强我省冰雪旅游品牌的竞争力和吸引力。”

省政协委员杨毅也认同这一观点,他说,“打造品牌是为提升核心竞争力,品牌是竞争的核心力量。所以才应该整合龙江冰雪资源优势力量,打造龙江特色冰雪知名品牌,形成品牌效应,提高外部竞争力。”

夯实冰雪舞台、经贸唱戏的战略构想

吴群红坦言,除重视对冰雪旅游资源的深度挖掘,还应推动冰雪旅游与商业、工业、农业、时尚、运动、休闲服务业更密切的结合,要重视和积极探索将冰雪旅游与黑龙江绿色农业推介、文化创意产业发展、冰雪旅游运动产品开发、保暖服装、鞋帽品牌设计制作、特色冰雪及雾凇长廊制作设备、设施研发、东北特色餐饮文化一条街以及中医养生和美容时尚服务消费等有机结合的创新性做法,真正夯实冰雪舞台、经贸唱戏的战略构想,以冰雪旅游为契机,进一步推动其他产业和服务业的大发展。

除此之外,省政协委员李晓陵建议开放市场,同时加强宣传

本融合。李晓陵说,“任何产业的发展都必须以市场为基础,市场是产业发展的领航员和风向标。面对竞争激烈的市场,对于我省冰雪产业来说,市场开放是推动区域市场经济发展的最好方式。通过市场开放进行产业集聚,避免分散,要在产业的空间布局上科学规划、特色发展。引进的国外高科技资本和我省人力资本融合,组合成区域内的绝对优势,可以提升我省冰雪产业的整体竞争力。”

宣传冰雪文化 倡导冰雪运动

吴群红说,还应大力宣传冰雪文化,倡导冰雪运动,使其成为印刻在我省民众生命中的可以代代相传的文化基因。“让千里冰封的松花江江面、湖面,让万里雪飘的广袤森林沃野,成为全省民众冰雪运动健身、冰雪教育与娱乐、冰雪文化大写字的舞台。我建议有关部门组织、创作、播放以冰雪为主题的歌舞剧、音乐剧、诗歌、时尚秀、小说、小品、民族冰雪文化旅游等多类型的节目,激发民众对冰雪冷资源的热度和激情,营造冰雪文化的氛围,培养冰雪审美情趣。同时,集中一切力量,动员各种传媒、网络和新媒体资源,不遗余力地加大冰雪特色旅游的宣传力度。”省政协委员任清海补充道,“在互联网的时代,龙江的冰雪旅游应注重在客户端的宣传。不仅要有自己的微信公众号、手机APP,同时,也要利用好新媒体平台,在微博、微信、朋友圈等做好龙江冰雪旅游的推广。”

吴群红说,我省教育、体育、旅游等部门应携手大力推动和发展冰雪教育、冰雪运动和冰雪赛事,开设冰雪创意课程,不断增强整个社会特别是青少年对冰雪文化和运动的喜爱。开展全民丰富多彩的冰雪文化运动,动员社会的资源,加强冰雪游乐项目、设施、冰场、雪场的数量,满足人们日益增长的参与冰雪运动的需求。要通过全方位的宣传和推广行动,让冰雪文化真正成为印刻在龙江人血脉里的一个文化基因,并得以不断传承和发扬光大。



雪乡。

本报资料片

打造冰雪“超级IP”

□本报记者 孙佳薇

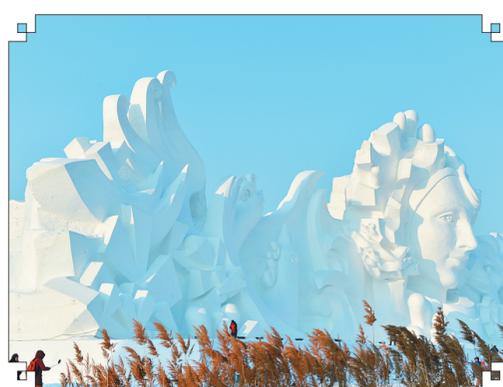
冰天雪地是大自然的馈赠。进入冬季,全国各地都希望在这一优质的生态资源中分得一杯羹。前不久,北京卫视一档综艺节目《跨界冰雪王》首播告捷;重庆万盛南天门“冰雪世界”开园,冬奥会冠军赵宏博率队助阵……对这些新闻从不同的角度去考量,会有不同的滋味。省人大代表奚河滨说,“发展冰雪经济,我们虽有资源优势、历史底蕴,而且关联度高,带动性强。要把冰雪旅游做得更好,才能在竞争中赢得市场。此外,我们也要借鉴好的经验,为市民休闲娱乐提供新奇特的旅游供给。”

如果说“冰天雪地”是张好牌,那么,黑龙江的“冰天雪地”就是王牌。省人大代表李希龙说,“游客奔着冰雪而来,首先要让他们眼睛得到满足,还要奉上精神享受。”他建议,强化冰雪营销,提升旅游产品知名度和消费者知晓率;坚持问题和市场需求导向,着力打造精品景点、线路。

来自黑河的省人大代表王程从平时日常细节中发现了今年的冰雪与“往年有些不同”。“五大连池的景区全面开放,游客陡增。在黑河江边,景观带上的冰雕塑造得也比以往更加赏心悦目。”这是王程对自己生活地方的最直观感受。

的确,我们从来没有像这个冬季这样离冰雪这么近。从全民冰雪日到百万青少年上冰雪活动,再到全省青少年冰雪摄影大赛……今年的冰雪活动比以往更加丰富。王程说,“冰雪活动不断提高人民生活品质,龙江百姓也正在享受冰雪产业增值的红利。全民热情参与也将激发出龙江冰雪产业的巨大潜力和爆发力。”

怎样推启龙江“冰天雪地”的“黄金时代”?在16日下午召开的省第十二届人大六次会议的分组审议现场,黑河市谢宝禄代表饶有兴致地谈到了黑河的一项品牌活动——冰雪试驾。他说,“冰雪试驾是非常有趣和挑战性的试驾项目,一方面它可以让你充分享受到在平常道路上无法体验到的刺激,另一方面还更加极大地考验了你在冰雪上控制好车辆行进线路的操控技术。现在只要提到冰雪试驾就会想到黑河。”谢宝禄说,“冰雪产业是龙江的资源禀赋,也是我省最具潜力走向全国、走向世界的产业。必须叫响品牌,打造冰雪‘超级IP’,使冰雪产业成为最能充分利用龙江资源、最能吸引人气财气的产业,把龙江打造成名副其实的冰雪经济强省。”



哈尔滨太阳岛雪博会大型群雕。

本报记者 陈宝林摄



哈尔滨市江边冰雪欢乐谷内的各种冰上游乐项目,吸引众多游客。

本报记者 苏强摄

让冰雪体育旅游“热起来”

□本报记者 车轮

冰雪体育旅游是近些年新兴的旅游产业,我省发展冰雪体育旅游有得天独厚的优势。省政协委员宋琳认为,以我省体育事业发展、气候特点、文化底蕴、冰雪旅游资源建设基础等为立足点,研究借鉴国内外成功的经验,为向建设国际冰雪旅游名城的目标迈进,创新冰雪体育旅游产品,充分挖掘冰雪体育资源,对促进我省冰雪旅游和旅游产业的良性循环和可持续发展,具有深远的现实意义。

宋琳告诉记者,经过十余年的发展,我省冰雪体育旅游的基础设施已初具规模。我省冰雪资源环境优美、设施优良,建设了以亚布力为代表的几十家代表了中国滑雪旅游的最高水平高级滑雪场,部分滑雪场已接待世界级赛事。1985年哈尔滨国际冰雪节创办以来,始终把开展“百万青少年上冰雪”活动作为节庆的活动内容之一,并连续十几年举行冰雪节、冰雪体育运动会。我省同俄罗斯有3000多公里的边境线,边境游市场前景广阔,黑龙江滑雪客源市场已覆盖世界65个国家和中国所有的省份,旅游产品形成了冰雪艺术游、冰雪度假游、冰雪风光游三大产品体系,冰雪旅游项目开发呈现着多元化、精品化的发展态势。黑龙江“中国滑雪旅游胜地”、“世界冰雪旅游名都”的形象已深入人心,广为人知。

然而,我省冰雪体育旅游仍然存在不足,省政协委员姜龙江认为,“当前,我省冰雪旅游产业还没有形成和确定自身独有的特色,产品定位不准确、不统一。我省许多地区虽然开发了冰雪旅游,但还是千篇一律,特色不突出。冰雪旅游企业还不能依据自身能力水平,适宜地制定产业发展规划,准确地塑

造自身的市场形象,细化冰雪旅游特色产品,缺乏市场竞争能力。”他继续说,“同时,我省冰雪旅游产品开发深度不足,文化内涵不突出。”姜龙江告诉记者,旅游的经济性主要表现在发展初期,文化性的凸现则发生在后续阶段,加大投入冰雪旅游的文化内涵,提高冰雪旅游的文化品位,对进一步扩展冰雪旅游品牌,促进冰雪旅游可持续发展具有重要作用。

两位委员对我省冰雪体育旅游的发展献计献策,首先要打造冰雪特色旅游品牌战略。宋琳说,地域分异规律导致各地区旅游资源之间具有差异性,从而形成不同的特色。冰雪旅游资源是冰雪旅游产品开发的主要依托。冰雪旅游产品开发成功与否,在较大程度上取决于冰雪旅游资源利用得与否。有特色才有吸引力、竞争力和生命力,所以冰雪旅游产品开发必须坚持突出特色的原则。充分依托我省地缘优势,树立自身鲜明独特的旅游形象,提高旅游核心竞争力,打造区域旅游品牌。其次,要加大政府扶持和媒体宣传力度。姜龙江建议,逐步建立和完善政府财政和政策的倾斜机制,制定有效的政策和法规,扶持和激励我省冰雪产业的发展。紧跟社会发展的步伐,关注社会热点,吸引更多游客的目光。

最后,宋琳告诉记者,要建立起合乎时代潮流的可持续发展的冰雪体育旅游经济,永久确立我省冰雪旅游业的优势地位,必须认清现状,明确“冰雪经济”的概念,调整优化冰雪旅游产业结构,提供良好的旅游发展环境,使旅游目的地、旅游相关产业及旅游管理三方面在可持续发展理念指导下,实现经济、社会、文化、政治、环境和生态等多方面协调发展,走出一条适合我省冰雪旅游业的可持续发展道路。



凤凰山高山大雪原游人撒欢。

本报记者 陈宝林摄



雪地穿越探险。

本报记者 陈宝林摄