

# 哈尔滨的雪花 旅游业的繁花



“公主”驾到。



欢乐游玩。



游客狂欢。

□李承晏 本报记者 蔡韬

据大数据测算,今年春节期间(2月10日至17日),哈尔滨市累计接待游客1009.3万人次、日均同比增长81.7%,实现旅游总收入164.2亿元、按可比口径同比增长235.4%,游客接待量和旅游总收入均达到历史峰值。

哈尔滨太平国际机场数据显示,春节假期哈尔滨太平国际机场共保障航班起降4107架次,运送旅客67.6万人次,同比分别增长21%、31.5%,均创历史新高,吞吐量位居东北四大机场之首。

美团在线平台数据显示,春节假期哈尔滨文旅在线消费规模在东北地区排名第一,日均文旅消费规模同比增长130.2%。

一次次数字的刷新,一个个感动的画面,一声声温暖的“尔滨”的呼唤,汇聚成一股股暖流,感动了整个冬天!



雪场飞驰。



大型雪塑。



哈尔滨演出。



畅玩冬季松花江。

## 厚积薄发 接“泼天富贵”“尔滨”有底气

有人说,说不清哈尔滨爆火的具体时间,但是可以肯定地说,哈尔滨出圈绝非偶然,正如当下冰雪旅游成“顶流”,冰天雪地正加速变为“金山银山”一样,显而易见。

火爆的底气,是政府的积极作为。让好的市场经营主体得到正向激励,社会各界的主动性和创造性被激发出来,以游客需求为导向的快速反应、积极行动。正如中国旅游研究院院长戴斌所言,哈尔滨出圈,关键在于传递了一个温情和善意的城市形象。

于是,冻梨、萝卜切块摆盘,索菲亚教堂变成了蛋糕,烤地瓜用勺吃,豆腐脑加糖了,夜市延时经营……哈尔滨各种花式“宠粉”,让旅游体验和氛围感持续提升。

于是,索菲亚广场升起人造月亮,飞马踏冰、狂飙气垫船、冰面热气球,交响乐演奏搬到机场和火车站大厅,文旅部门发布大雪人地图和旅游攻略,中央大街地下通道铺上地毯,志愿者免费提供红糖姜茶……政府部门和

市民满腔热忱,感染着八方游客。

出圈的底气,是文旅部门的精准谋划。前期,推出颇具“网感”的宣传片,一时间“我姓哈,喝阿哈,五湖四海谁都夸”成为流行语。全网的关注“破天荒”来袭,造梗、造势、造话题,甚至推出大雪人情包,顺势主动设置议题……政府部门不再将流量和舆情视为洪水猛兽,而是灵活运用互联网思维,吸引流量,扩大自身影响力。

冰雪大世界闭园后,冰城之旅仍在继续。哈市文旅局进一步整合全市旅游景区景点、大型文旅活动、地域特色品牌、文博场馆等各类资源,推出涵盖冰雪之约、欧陆之地、音乐之城、燃情冰雪等在内的十大旅游精品线路,让游客朋友们更加全面了解哈尔滨的人文历史,沉浸式体验哈尔滨特色文旅。

在城市品牌特别是冰雪旅游品牌建设上,哈尔滨以稳扎稳打赢得“满堂彩”。

## 以诚相待 引客留客“尔滨”有态度

以客为先、以客为尊、以客为亲,“滨滨有礼”行业风采展示活动、“窗口服务体验官”活动,一系列暖心操作,让游客不惜“千里奔赴”。

一幕幕以真心换真心的故事、场景,让远道而来遇见冰雪遇见暖,不负美景不负情。哈尔滨市在新年前夕发布致全市人民的一封信:虽然是一年中寒冷的日子,但是火爆的热情、升腾的烟火弥漫在城市的每个角落……每一位市民的努力坚守和辛勤付出,彰显了冰城人“礼迎天下客、

冰雪暖世界”的敦厚与担当。

于是有了这样感人的画面——五彩斑斓的“小公主”们和“小金豆”们徜徉在大街小巷,手里的哈尔滨红肠、马迭尔冰棍、尹胖子油炸糕,为这个冬天增添了别样的韵味。中央大街、红专街早市、道里菜市场人流熙攘,冰雪大世界、亚布力滑雪场“热雪沸腾”,“淘学企鹅”憨态可掬、大雪人温暖治愈,万人蹦迪、超级冰滑梯、淡水成冰……

于是,有了这样的全民狂欢——

继11个广西“小砂糖橘”在龙江打卡引发全网追更,云南、贵州、河南、四川、广东……全国多地的娃娃团风风火火闯“尔滨”!

于是,有了这样的双向奔赴——广西南宁把沃柑、砂糖橘连夜送往东北,给哈尔滨“老铁”免费品尝;崇左推出45家景区向东北三省游客免费开放1个月“致谢”活动;10万盒蔓越莓从东北抚远发往南宁;漠河小蓝莓与云南西双版纳亲密互动!

## 一来再来 全域出圈“尔滨”有心气儿

冰雪是一个大舞台。让精彩四季不落幕,哈尔滨市政府、文旅部门以及每一个市民心之所向、倾力为之。哈尔滨以筹办2025年亚冬会和建设中国—上海合作组织冰雪体育示范区为契机,推动一批冰雪体育设施建设,以赛事聚人气、促消费、强产业,全面彰显“奥运冠军之城”“双亚之城”的特色风采。

今冬,哈尔滨持续“放大招”,涌现一系列“冰雪+”“+冰雪”的新产品、新场景、新玩法。“吸引我一来再来的不仅是这里的冰雪,更是这座城市熠熠生辉的文化魅力。这里每个季节都是独特的。”江苏游客秦升已7次来哈尔滨,这里的四季之美还在刷新她的记忆。

音乐是流淌在“尔滨”血液中的浪漫。作为我国最早接触欧洲古典音乐的城市之一,很多人在这里第一次听到交响乐,第一次看到芭蕾舞,第一次欣赏到冰上杂技……仅2023年第36届哈尔滨之夏音乐会就组织

活动3000余场,与哈尔滨冰雪节形成“一冬、一夏”两大文化产业业态。中国旅游研究院院长戴斌在《哈尔滨的雪花 旅游业的繁花》主旨演讲中这样评价:“哈尔滨通过持之以恒的研发、投资和品控,构建日益完善的冰雪旅游商业环境。”

俄式西餐文化独具特色,马迭尔、华梅、波特曼、塔道斯、露西亚,俄式餐厅鳞次栉比;红肠、大列巴面包、格瓦斯,热烈的烟火气与异域情调完美结合。坚持了25年从未失约的冰雪大世界,建校一百多年不断开拓创新的哈工大,一旦冲起来便勇往直前的奥运冠军“任子威们”,攥紧拳头不断加油打气“家乡顶住”的离乡游子……展示这座城的文化底蕴,“尔滨”人从不懈怠。

优化文旅环境不玩虚的,铲除旅游痛点动真格的,提升游客体验感实打实的……游客对“尔滨”的努力不吝赞美之词:今冬,哈尔滨凭一

己之力拉高了整个东北服务业的服务水平上限,没理由不火!

在2024亚布力中国企业家论坛年会上,亚布力论坛轮值主席、新东方教育科技集团董事长俞敏洪在致辞中表示,也许冰雪节的热潮是短暂的,但是从冰雪节中总结的经验和得到的感悟会长久地影响黑龙江的发展,提振黑龙江老百姓的信心。

所冀隔山海,山海皆可平。如今,冰雪旅游带来的人气、机会和信心,正在向经济社会发展各领域延伸,万众一心谋发展、万马奔腾促振兴的氛围正加速形成。

爆发后的哈尔滨,静心思考,总结经验,蓄势待发。我们有理由相信,哈尔滨把今冬冰雪季作为全年旅游的“演练季”,用好亚冬会概念,旅游市场竞争力和城市吸引力、影响力、美誉度将持续提升。

“尔滨”,必将四季繁花!

本版图片均由本报记者 蒋国红摄



“淘学企鹅”巡游。



“钻石海”打卡。



舞起来。



伏尔加庄园。