

本期主编: 文天心
本期责编: 董云平
执编/版式: 王咏梅
美 编: 倪海连

D 创新旅游商品的开发推广模式

旅游商品作为承载和展示地方文化底蕴和独特魅力的重要载体,是黑龙江省积极拓展文化旅游消费空间的重要举措。通过不断丰富和创新旅游商品的种类和形式,我省正努力构建一个充满生机和吸引力的文化旅游消费环境,持续为地方经济的发展注入新的动力。

那么,黑龙江省该如何进一步提升黑龙江旅游商品的知名度和“黑龙江礼物”的创意设计水平,持续激发特色文创市场消费活力?

“近年来,突出黑龙江省优势资源的旅游商品取得了可喜的进步,特别是凸显黑龙江省寒地黑土、有机绿色等主题的农副产品以及富有创意的冰雪文化产品,进步尤为突出。”中国旅游景区协会投融资专家、省科顾委旅游组组长崔玉范说,黑龙江的旅游商品市场潜力巨大,提升空间广阔。要充分利用黑龙江省自然资源和人文资源优势,加大力度开发以龙江边疆文化和寒地黑土为特色的旅游商品。

同时,也应顺应大众旅游市场对不同价位的旅游商品需求,并将旅游商品的开发、宣传和推介与旅游市场开发紧密结合。

崔玉范认为,要打造具有强大竞争力和广泛影响力的龙江旅游商品,应注重引导和激励,重点奖励和扶持对当地经济发展带来实际效益的旅游商品。此外,还要在借鉴国内文旅商品开发的成功经验和案例的基础上,结合黑龙江省的实际情况,不断创新旅游商品开发和市场推广模式。

融入龙江元素的冰沙雪花膏。

旅游看点

《林海风韵·梦里雪乡》精彩上演

东北民俗风情剧

□文王新丹 孙庭义 本报记者 马一梅 李健 摄影孙庭义 本报记者 李健

为进一步丰富景区文旅项目,满足游客多元化、个性化体验需求,给予游客旅游新体验,今冬,一场展现森工文化、雪乡文化的东北民俗风情剧《林海风韵·梦里雪乡》在龙江森工大海林局公司雪乡景区精彩亮相。

“顺山倒了……”走进全新升级改造的450平方米的雪乡剧场,270度的立体式环绕屏、炫目的特效灯光、环绕的舞台音响,让游客沉浸式了解雪乡的前世今生。

“雪乡剧场可以同时接待游客240人,本场节目有四个篇章,以‘天、地、人、和’来讲述雪乡的前世今生。我们节目更多的是以东北的民俗文化、龙江非物质文化遗产为创作内核,节目融入了地方戏曲、歌舞表演、情景剧、魔术杂技等各类表现形式。”省龙江剧艺术中心执行总导演孟令晨介绍说。

《林海风韵·梦里雪乡》东北民俗风情剧以“非遗”与“旅游演艺”深度融合、双向赋能为核心亮点,其中涵盖“满族东海莽子舞”“鄂伦春萨满舞”“阿尔泰语系的满一通古斯语族的满语支”歌曲演唱、“鄂伦春皮制作技艺”方正剪纸”等国家非遗项目,以及“赫哲族口弦琴”“满族龙笛”“龙江剧”“北派二人



《林海风韵·梦里雪乡》演出场景。

景区看点



俯瞰中东铁路机车库。

拍照留影。

冰雪盛景开启 林海雪原“上新”

□文/查佳欣 本报记者 张雪地

说起冰雪热,去年爆火的横道河子镇很有“发言权”。在上一个冰雪季,海林市横道河子镇火爆出圈,接待游客52万人次,旅游收入2.86亿元,一跃成为海林市冰雪旅游热门景区。今年,伴随多轮降雪,海林市横道河子镇以新的项目、新的业态、新的服务迎接来自全国各地的游客,全力打造冰雪盛宴,提升游客冰雪参与感和体验感。

东北虎林园里游客正在围观东北虎野化训练,百年老街在冰雪的装饰下宛如梦幻仙境,中东铁路机车库在阳光的照耀下诉说着当年的故事……11月首轮降雪后,横道河子率先开启了今年的冰雪季,心急的游客早早来到了这里。“我去年就在网上看到横道河子了,今年一到冬天立刻就来了。从来没见过这么

大的雪,很美很好玩。”来自广西南宁的蒙玉霞说,横道河子不仅景色美,人也很热情,一会儿还要去拍一套冰雪公主的写真留作纪念。

冰天雪地的浪漫蕴藏着巨大商机。大量游客的涌入,让商家们敏锐地捕捉到了这里蕴含的巨大旅游潜力。一时间,民宿、咖啡馆、餐馆等业态在横道河子的大街小巷涌现。

“我家7月份开业,现在民宿已经预定到明年1月份了,咖啡店每天也是顾客不断。”横道河子居民宿老板宋智慧开心地说,今冬小镇旅游一定会更火。目前,横道河子镇有餐饮业态42家、住宿业态92家,其中,2024年新增餐饮业态19家、住宿业态66家,不仅为游客提供了更加便捷和多样化的服务,

也为这座小镇增添了新的活力与魅力。

为迎接冬季旅游热潮,海林市开启宠客模式。坚持把提升旅游服务质量作为首要任务,开展“冰雪护航”“文旅体验官”等专项行动,持续规范冬季旅游市场秩序,提高游客满意度。设置“护游驿站”2处,提供应急、医疗等三大类40余项服务,增加横道河子高铁候车位300余个,增加开放公厕36个,增加游客服务中心3处,设置旅游服务驿站26个,提供行李免费寄存、手机充电、免费热饮等服务,冰雪季志愿者全天守候。同时加大旅游市场监管力度,聚焦核心景区,严格查处违法违规经营行为,保障游客在林海雪原吃得放心、住得舒心、玩得开心。

图片由海林市委宣传部分提供

文旅聚焦

荣获2024中国特色旅游商品大赛金奖的奇趣哈尔滨冰城攻略笔。图片由受访单位提供



近日,2024中国特色旅游商品大赛暨2024中国旅游商品大赛颁奖典礼在义乌举行。继去年获得2金、4银的佳绩后,我省通过第二届黑龙江省特色旅游商品暨第二届礼物选拔大赛选送的产品,斩获了3金、6银、5铜的好成绩。种类丰富、创意无限的黑龙江旅游商品一时间成为人们热议的焦点。

看龙江旅游商品

如何讲好龙江故事

□文/本报 本报记者 刘欣

A 成为展示大美龙江的“名片”

“黑龙江礼物”是由黑龙江省文化和旅游厅指导,黑龙江旅投文化发展有限公司全新规划打造的省级旅游商品官方公共品牌。在过去的两年里,我省以“黑龙江礼物”为代表的旅游商品发展迅速,在中国特色旅游商品大赛中屡获佳绩,涌现了一大批游客喜闻乐见的旅游商品,成为展示大美龙江的“名片”。

在今年的中国特色旅游商品大赛上,一款“黑龙江礼物”的创新攻略笔,凭借其独特的设计和实用性,成功吸引了众多评委的目光,并最终荣获金奖。“作为黑龙江本土企业,我们想为自己的城市设计它的专属伴手礼。”尚志市珍珠笔业有限公司市场运营主管沈莹介绍说,奇趣哈尔滨冰城攻略笔选用创意无木全芯铅笔,它打破传统铅笔的木杆外观,整支笔由铅笔芯制成,是一款环保铅笔,使用寿命是普通铅笔的3倍左右。

这款独特的攻略笔,每一支笔都代表着哈尔滨的一个著名地标建筑或景区,如中央大街、龙塔、亚布力滑雪旅游度假区、哈尔滨冰雪大世界等。在设计上也别具一格,除了每支笔都配备了一个精美的亚克力礼盒外,礼盒的外部还包裹着一个与地标建筑或景区相对应的腰封,腰封上印有精美图案和名称,腰封内置了一枚智能芯片,用户只需打开手机NFC功能后轻轻触碰腰封上的建筑或景区名称,便能立即获得关于这个建筑或景区的详细文字介绍、照片以及视频。

“游客带不走一座城市的历史和建筑,但是可以带走这座城市的记忆和味道。我们想通过这套产品让来过哈尔滨的人回忆旅游时的美好时光,让没有来过哈尔滨的人云游‘尔滨’、爱上‘尔滨’、出发‘尔滨’。”沈莹表示,目前企业正着手设计新的冰雪旅游伴手礼,将有更多黑龙江冰雪和科技的元素植入,以礼为媒,进一步推广黑龙江的冰雪文化。

“黑龙江礼物”冰箱贴。

B “龙江好物”触达更多消费群体

“这个盲盒冰箱贴太精美了!每一款都巧妙地融入了黑龙江的旅游元素,希望能抽到那个有极光元素的隐藏款!”11月29日,在“黑龙江礼物”机场旗舰店,正在挑选伴手礼的江西游客魏春晓对琳琅满目的旅游商品赞不绝口:“这些商品种类丰富,还充满了地方特色,让人爱不释手。相信这些伴手礼一定会让我的家人感到惊喜。”

融入了亚冬会吉祥物和民族风情等元素的冰沙雪花膏,凭借其独特的龙江特色和清爽的使用感受,成为游客争相体验的焦点;以黑龙江的知名景点和特色文化为灵感设计的AR盲盒冰箱贴,因其趣味性和收藏价值,吸引了众多年轻人的目光;轻盈的雪花丝巾,其细腻的质感和优雅图案设计,赢得了不少女性的青睐;北沉香独有的香气和沉稳的色泽,也吸引了众多男士的关注……记者在“黑龙江礼物”机场旗舰店看到,通过畅玩龙江、向北龙江、国潮龙江、非遗龙江、风物龙江五大板块,这里为游客甄选了从省内13个地市征集的涵盖特产、美食、非遗、文创、民族风情等多个方面的上千种旅游商品,为游客提供了丰富的选择。

“黑龙江礼物”机场旗舰店作为亚冬会商品特许零售店,已正式开启亚冬会产品的推广与销售。“省旅投集团旅游商品事业部相关负责人告诉记者,作为亚冬会特许商品生产商(非遗类),旅投集团还积极联动省内多个非遗传承人及非遗产品生产企业,结合亚冬会吉祥物形象,开发出上百款富有创意的非遗文创产品,不断推出更多富有龙江文化韵味的特色旅游商品。同时,“黑龙江礼物”还与“黑土优品”达成战略合作意向,将使更多品质上乘的龙江好物通过“黑龙江礼物”触达更广泛的消费群体。

C 创意赋能让文物“活”起来

从哈尔滨博物馆入口处进入,在自助售卖机中,各式各样的文创冰箱贴琳琅满目,尤其是以“龙袍”、海水双鱼纹铜镜等文物为原型设计的冰箱贴,更是深受游客的喜爱。

11月29日,记者在哈尔滨博物馆看到,很多进馆的游客正围在这些冰箱贴前,仔细观赏、挑选。来自北京的游客李鑫兴奋地告诉记者:“我特别喜欢这些冰箱贴,它们将文物的元素完美地融入其中,既保留了文物的神韵,又增添了现代感,我准备买一些回去送给朋友。”除了冰箱贴,哈尔滨博物馆推出的另一款文创产品——以“通关文牒”形式呈现的册子,也备受游客青睐。在这本册子上,工作人员已经预先盖上了游客难以自行获取的印章,而其余的空白处则需要游客们一边参观博物馆,一边寻找各个展区的盖章点,从而在“通关文牒”上留下自己的印记。“我觉得这个‘通关文牒’特别有趣,它让我加深了对博物馆的藏品和历史的印象。每集到一个新的印章,都让我有一种成就感。”正在盖章的山东游客徐睿如是说。

“如今,越来越多的年轻人选择到博物馆打卡。我们结合这一趋势,设计了一些符合年轻人喜好的文创和旅游商品。比如,我们把文物设计成相应的冰箱贴、纪念币和印章,通过它们的触感和视觉,让游客能够在博物馆的各个角落追溯寻找这些文物,让文物真正‘活’起来,也让更多的人了解、喜爱并传承我们的历史文化。”哈尔滨鑫成文化传播有限公司总经理王增钰说,他们结合黑龙江的冰雪文化、美食文化、红色文化、建筑之美等,还设计了涵盖办公、家居、饰品、科技等6类百余种旅游商品,其中,与“黑龙江礼物”联名设计的“领事馆”系列冰箱贴、冰雪文创蓝牙耳机、机械键盘颇受年轻人追捧。“今冬,我们还将利用3D技术设计纪念章,游客通过扫码登录,就能在手机上看到数字人讲解文物知识和黑龙江的风土人情。未来,我们将继续探索更多与黑龙江文化相结合的创意产品,助力龙江旅游商品的发展。”



融入龙江元素的冰沙雪花膏。