

冰天雪地也是“金山银山”

“冷资源”变身“热产业”



2024年以来,我国各地涌现出一系列“冰雪+”新产品、新场景,冰天雪地与文化产业、旅游体育、配套设施、餐饮娱乐及制造业等深度融合,如同“多棱镜”般展现消费市场红火开局,映照政策红利与文旅从业者的联袂成效,折射出中国经济的蓬勃脉动。

以冰雪观光休闲为主,带动滑雪度假等旅游品类共同发展,正成为当前中国冰雪旅游的主要模式。“冰雪+温泉”“冰雪+民俗活动”“冰雪+音乐节”等成为越来越多雪场的标配,滑粉雪、看冬捕、赏雾凇等诸多新玩法持续上新,文旅行业发展涌动新气象。

优惠政策促进消费

随着冰雪出游人次及旅游消费迎来大幅增长,各地正在积极出台各项优惠政策。冰雪游全产业链也在加班加点,迎接正在到来的冰雪游高峰。

据报道,吉林省拥有70多家不同规模滑雪场,为此专门设立1000万元的冰雪交通补贴。通过开通冰雪直通车、给予旅游包车奖补等方式,力求精准招揽域外游客。新疆阿勒泰地区则推出景区免门票、一票通等惠民政策。据统计,阿勒泰地区“开板”以来累计滑雪人数达8.6万多人次。辽宁省以“欢乐冰雪·冬韵旺年”为主题,着力打造大众冰雪旅游IP,开启了大众冰雪温泉体验季。甘肃推出“冬游如意甘肃·乐享冰雪之旅”甘肃冰雪旅游主题推广活动,提出四项支持政策包括:加大补助补贴力度,在每年12月1日至次年3月31日,组织境内外(含省内)包机、专列来甘旅游,补贴标准在原标准基础上上浮80%。

此外,北京、河北、黑龙江、吉林、新疆等地也积极出台系列后冬奥时代冰雪旅游在內的冰雪经济专项政策。《北京市进一步促进冰雪消费三年行动方案(2023—2025年)》《河北省后奥运冰雪运动发展工作方案》《黑龙江省支持冰雪经济发展若干政策措施》《吉林省旅游万亿级产业攻坚行动方案(2023—2025年)》《关于进一步破解瓶颈制约推动自治区冰雪运动和冰雪旅游高质量发展行动方案(2022—2025年)》等文件充分把握后冬奥时代大众冰雪旅游市场崛起的重要机遇,推动冰雪产业全链条发展。

北京市体育局相关负责人介绍,第十届北京市民快乐冰雪季系列活动于11月26日正式启动,预计持续至2024年4月。据了解,本届冰雪季系列活动期间将陆续发放不少于3万张冰雪消费券,市民使用冰雪消费券可享受北京地区部分冰雪场馆门票优惠并抵扣消费券面值的门票费用,带动更多群众走进冰场、走向雪场,促进冰雪体育消费。

在资深滑冰教练王鹏看来,北京冬奥会释放的冰雪效应仍在持续,新赛季开始不久就有很多各个年龄层的人群到北京多个雪场体验滑雪。

王鹏认为,有关部门应引导更多有能力、有基础资源的地区建设冰雪运动及旅游相关基础设施,推动冰雪运动消费与文旅的充分融合。同时,商家最好综合运用多种平台,如视频直播或社交媒体等做推广,推出一些联票折扣等优惠活动,进一步激发冰雪消费的潜力。

本版文字综合自新华社、新京报、中国青年报、中国水运网等媒体报道



“冰雪经济”持续释放潜力

不只是哈尔滨,入冬以来,我国冰雪消费整体升温。

去哪儿数据显示,进入2023年11月份,平台上关于“滑雪”的相关搜索环比增长3倍,全国滑雪场门票预订量较2019年同期增长147%。携程数据则显示,截至2023年底,滑雪门票订单量周环比增长113%,较上年同期增长近两倍。

2023年至2024年雪季作为冬奥会后首个完整雪季,“冰雪经济”正持续释放潜力。

中国旅游研究院发布的《中国冰雪旅游发展报告(2024)》称,我国冰雪旅游消费带动能力依然突出,2022—2023年冰雪季我国冰雪休闲旅游的人均消费为1119元,是2022年全国国内旅游人均消费的1.39倍。在政策红利、需求释放和产品创新等因素激励下,全国冰雪旅游市场将迎来大幅度反弹,预计2023—2024年冰雪季,我国冰雪休闲旅游有望首次超过4亿人次,冰雪休闲旅游收入有望达到5500亿元。

劲旅集团副总裁陈杰表示,现在大家关注到的冰雪消费主要还是滑雪、主题乐园等,但其实还有很多新玩法,比如长白山冰雪漂流,冬季探访原始部落等,这些都已经有,只是还比较小众,需要更多关注度。

冰雪消费崛起,东北受益匪浅。官方数据显示,2023年11月份,黑龙江省接待国内外游客2757.3万人次,同比增长275.7%,旅游收入达392.1亿元,同比增长767.5%;今年元旦假期,沈阳累计接待国内游客243.62万人次,同比增长161.37%,实现旅游收入17.52亿元,同比增长173.32%,创历年元旦假期历史新高。

从冰天雪地变成“金山银山”,东北文旅部门进行了诸多创新尝试,积极响应游客诉求,打破了民众对东北政府部门效率较低的固有印象。比如,相关部门打造了从哈尔滨发往漠河的国内首个沉浸式东北民俗文化体验列车,整个车厢都用东北大花装饰,随时就能品尝到东北特色美食,

坐车仿佛坐上了东北“大炕”,推动两城冰雪消费的联动。

但东北这波冰雪消费的热度能否持续?陈杰表示,哈尔滨的旅游热度无法靠网红效应持续,想要持续维持火热,更考验城市本身旅游资源的深度和厚度。“东北其实不缺旅游资源,但没有充分挖掘出来,整体服务能力也有待提高,这是东北旅游市场一直存在的问题,现在,哈尔滨政府操作很快,解决了很多问题,但要达到整体较高的旅游服务水平,还需要时间深耕。”

商务部研究院助理研究员、博士姜照也表示,东北地区开展旅游活动取得了积极的成效,但在业态创新不足、同质化竞争较为激烈的问题,建议冰雪旅游加强与特色餐饮、主题住宿、休闲娱乐、文化演艺、户外运动、医药健康等业态的融合,打造满足游客多元化、差异化消费需求的冰雪旅游综合体。

这个元旦,“南方小土豆”们勇闯哈尔滨,把冰山雪山变“金山银山”。据统计,假期三天,哈尔滨累计旅游总收入59.14亿元,达历史峰值,迎“泼天富贵”。但哈尔滨的富贵可不是“险中求”,它源于东北文旅日复一日的准备和那股带有浓浓诚意的人情味儿。

服务至上,守护出游幸福感。秉持着“你所想,我皆办,你所说,照单收”的迎客理念,哈尔滨倾尽所能。人造月亮、驯鹿上山、温暖驿站等词条接连不断冲上热搜,在吸引大量游客赶赴哈尔滨的同时,当地旅游局联合各部门也在关注着

每一位游客的反馈。连夜铺地毯防滑、迅速回应“退票风波”、持续加大各区域监管力度等操作让游客们知道哈尔滨始终心系于你,用行动给予幸福。真诚准备,是哈尔滨的态度,从“吃住行游购娱”全产业链地服务每一位到来的你,哈尔滨值得名利双收。

真心诚意,体验“滨”至如归。“南方来的吧,快拿上暖宝宝”“姨这儿也有甜豆腐脑,趁热吃”“上车,我们拉你去冰雪大世界”……在这个冬天,东北文化里那浓厚的人情味温暖着每一位旅客的心。没有热情好客的市民,没有尊重地域文化的商販,没有用情值守的公务人员,人满为患的哈尔滨又怎能让更多五湖四海的游客们流连忘返呢。人文关怀从始至终都是旅游产业最高级的服务,一个细节,一句问候都可以让处于冰雪之中的游客们体验到属于哈尔滨的浪漫。

政府的诚意配合人民的真心,哈尔滨的“天时地利人和”给我们做出了旅游产业的积极范本。用“游客思维”服务,强化情感体验和民俗乡情感受,哈尔滨不光布局大体,也从点滴入手,当“感到温暖”出现在冰天雪地里的哈尔滨时,不正说明真诚才是“必杀技”。

老工业城市插上旅游“翅膀”

“酒店实在太火爆了,上千一晚,客户还是一波接一波的来。”在哈尔滨某星级酒店,手握百人大团的领队杨悦(化名)依然没能为客户谈下延时退房,背后是哈尔滨、漠河、沈阳几大东北城市冰雪消费的高光时刻。

周日早上11点,哈尔滨冰雪大世界刚营业不久,两大“网红”景点大滑梯、摩天轮便已排上了长队。

“一到傍晚亮灯,索菲亚大教堂门口得有好几十个小姐姐在排队拍照,中央大街更是人山人海,鄂伦春族小哥哥不时出没,与游客合影,我平时喜欢吃的烧烤店挺小众,这几天都开始排队了。”在哈尔滨工作的王燕(化名)坦言。

哈尔滨,作为一个老牌工业城市,在这个冬天迅速崛起,成为继淄博后的又一“网红城市”,吸引着南方“小土豆”们前赴后继感受冰雪的魅力。

今年元旦假期,哈尔滨游客达304.79万人次,旅游收入达59.14亿元,均创历史新高。

冰雪资源与文化资源深度融合,发挥出更强的带动作用。梦幻的“雪花摩天轮”、气势磅礴的东北虎、浪漫典雅的索菲亚教堂……在今年爆火“出圈”的哈尔滨,各类城市冰雪元素被制成精美的冰箱贴,用手机扫一扫,还能借助AR技术“动起来”。

哈尔滨市道里区委宣传部长杜文曦说,万余枚冰箱贴自元旦假期发售,5天内就全部售罄,“除了冰雪大世界一票难求,哈尔滨又有了一枚难求”。

各大社交媒体平台上,哈尔滨旅游也是当下最热的话题之一。已经前往哈尔滨的网友分享着自己的精彩体验,吸引着更多的网友对哈尔滨“种草”。逛一逛冰雪大世界、到亚布力滑一滑雪、欣赏一番哈尔滨的俄式风情、吃一顿铁锅炖、来一次东北洗浴……已经成为无数网友在这个冬天最向往的事情。而不少专家认为,哈尔滨的走热是多方面因素叠加的结果。

黑龙江省冰雪产业研究院院长张贵海表示,“北京冬奥会全民做了冰雪启蒙和普及,激发人们关注冰雪、热爱冰雪的情怀。三亿冰雪人口成为冬季旅游的基本盘,形成了市场消费基数和格局。”

在北京冬奥会筹办的几年里,冰雪运动在中国持续升温,冬季的冰雪旅游已经逐渐成为热门项目。加上黑龙江的冰雪文化基础深厚,冰雪经济在哈尔滨已经打造了很多年,有底蕴优势。哈尔滨体育学院体育人文社会学院院长王飞表示,以哈尔滨冰雪大世界为例,它已经举办了25届,并不是新事物。从市场的角度来说,黑龙江的冰雪产品丰富并且已经推出了很多年,是在稳定的推广中不断壮大的,并不是单独因为造势才火起来的。



一孔之见

真诚才是“必杀技”

□ 刘知微