

这个冬天，“冰城”缘何热起来？

本报记者 李贞

接待游客304.79万人次，旅游总收入59.14亿元——这是2024年元旦假期，黑龙江省哈尔滨市晒出的文旅市场成绩单。连日来，“冰城”哈尔滨红遍全网，游客接待量与旅游总收入达到历史峰值。作为一个老牌冰雪旅游名城，为何这个冬天的哈尔滨格外火爆？

推介宣传“网感”足

在冰雪季到来前，哈尔滨文旅部门就开始加大网络宣传推介力度，力求出新出彩。

2023年9月以来，哈尔滨文旅部门策划推出颇具“网感”的宣传片，“欢迎来到北境”“霍格沃茨哈尔滨分校”等符合年轻人喜好的短视频密集发布，为冬季旅游积累人气。

近年来，各地文旅部门意识到网络营销的重要性，纷纷出奇招，推动文旅市场复苏。既有四川甘孜、湖北随州等地，文旅局局长上阵代言，成为网红；又有贵州“村超”“村BA”，以群众喜爱的体育赛事为切入点，引来巨大流量；还有山东淄博，抓住“淄博烧烤”的热度，以周到热情的服务，在网络上赢得广泛好评。

黑龙江省文旅部门同样希望通过流量经济，带动旅游市场。黑龙江省文化和旅游厅党组书记、厅长何晶介绍，当地从2023年初开始积极利用互联网思维，通过新媒体平台引流。

哈尔滨文旅抖音账号运营方式的转变就颇具代表性。来自哈尔滨极地公园的小企鹅被称为“淘学企鹅”，背着橙白相间小书包、迈着小碎步，走上中央大街与游客互动，站在大型企鹅雪雕前合影。索菲亚教堂成了新的欧式风情旅拍热门地，吸引年轻游客前来打卡。“网红”大雪人有了更多“分身”，遍布全城市，甚至有了一份“哈尔滨大雪人地图”。

据悉，这个冰雪季，哈尔滨文旅部门提前设计了100项活动，包括烟花秀、冬泳表演、“点亮百年老街”创意灯饰节、千年非遗民俗“打铁花”等，提升游客体验感、参与度。正如何晶所言，哈尔滨今年的火爆“其实不是偶然，我们已经做了一年的准备”。

除了主动寻求网络营销的“爆点”，当地文旅部门还格外关注游客的反馈，积极回应网民和游客诉求。

“我们用游客的思维进行换位思考，关注每个短视频下网友的评论。游客的需求是什么，我们就上什么。”据何晶介绍，不少网友惊叹的新创意，来自对网络评论的回应。比如有游客说，要是能在索菲亚教堂旅拍时看到月亮就好了，当地就制作了人工月亮，用无人机升上天。有的游客反馈，哈尔滨天气太冷了，景区就增设了温暖驿站，供游客游玩之余休息取暖。有的外地游客说，不知道东北特产冻梨该怎么吃，于是哈尔滨的餐厅里就出现了切好、摆好的冻梨果盘。

游客们将这些新举措、新体验发布到社交媒体平台上，引来更大范围网友的关注，又进一步为哈尔滨引来更多流量，形成了正向循环。

而通过多种形式的互动，这波流量也从哈尔滨外溢，带动了更多地方的旅游市场。

来自广西壮族自治区南宁市的11名孩子到黑龙江研学的历程，引发全网“追剧”。网友们亲切地称孩子们为“小砂糖橘”。从哈尔滨到漠河，“‘小砂糖橘’勇闯东北”的话题持续受到关注。黑龙江省各级部门全程为孩子们护航，看雪、打爬犁、放烟花，周到服务温暖全网。广西方面则积极回应，予以回礼，连夜发送3车砂糖橘、8车沃柑等200吨水果，免费赠送给哈尔滨市民品尝。广西百色、崇左、贺州、南宁等地多个景区都宣布，面向东北三省游客施行门票优惠活动。

离开黑龙江后，“小砂糖橘”又抵达吉林省，游览长春、延吉、长白山等地。为欢迎孩子们，长春的冰雕展上，“砂糖橘”模样的帽子，长白山的滑雪场里准备了儿童雪道，引发网民关注。辽宁沈阳文旅局局长则发布短视频喊话，欢迎“小砂糖橘”们回程路过沈阳时，也来站一站、看一看，逛故宫、吃鸡架、看机器人，并承诺会为他们把吃喝玩乐准备得齐齐整整。

这一波接一波的热搜，炒热了开年

▼游客在哈尔滨太阳岛雪博会园区游玩。

新华社记者 王建威摄



▲1月6日，在哈尔滨极地公园，来自广西壮族自治区南宁市的小朋友——“小砂糖橘”与企鹅进行互动。

新华社记者 张涛摄

►1月6日，戴着鱼皮头饰的赫哲族姑娘（右）与黑龙江省饶河县文旅推荐官在哈尔滨中央大街上推介家乡特产鱼品。

新华社记者 王建威摄



▲1月7日，游客在哈尔滨伏尔加庄园内拍照留念。

新华社记者 张涛摄



的旅游市场，让各地对即将到来的寒假、春节出游高峰充满信心。近日，安徽、四川、甘肃、陕西、江苏、山东等地多个景区，也分别宣布了各类优惠活动，不少网友表示“心动了”“假期一定出去玩”。

化“爆红”为“长红”

流量来了，后续能否接得住，化“爆红”为“长红”，对一个城市来说是更为重要的考验。

所以除了文旅部门卖力“吆喝”，还要有更多部门通力合作。在此方面，哈尔滨也下了不少功夫。

为应对客流高峰，2023年12月14日，哈尔滨市召开旅游工作联席会议专题会议，对做好旅游安全保障工作进行了安排部署，涉及文旅、网信、公安、交通、应急、市场、城管、商务等多个部门。

为保障游客市民安全，元旦假期前夕，哈尔滨组建冰雪季（冰雪大世界）服务保障专班、全市跨年夜和冰雪节开幕式安保工作专班。在哈尔滨冰雪大世界，面对每天近4万人次的客流量，哈尔滨市公安局全力做好防风防险、保安全、护稳定、促发展各项工作，让每处执勤点位成为游客身边的“平安盾牌”。

为营造一个安全畅通有序的道路交通环境，哈尔滨市公安局交警部门全员上岗。元

旦假期期间，日均出动警力2500余人，警车400余台，累计查处交通违法行为3.4万余件，全市道路交通事故四项指标同比全面下降。

针对太阳岛、冰雪大世界游客较多的情况，哈尔滨地铁制作印发了“地铁摆渡票”，乘客凭此票可免费往返乘坐地铁。为保证参与跨年活动的游客及市民能安全返回，哈尔滨公交公司准备了60台应急保障车辆，保障夜间乘客疏散。

为给外地游客提供优质低价的住宿服务，防止宰客现象发生，哈尔滨市政府要求，宾馆酒店经营企业要做到不过度浮动价格、不盲目调整价格、不虚高标注价格。1月1日、2日，还组织召开了哈尔滨市冬季旅游提升宾馆酒店服务质量座谈会。

为了维护城市环境的美丽整洁，环卫工人的工作量大增。哈尔滨市道里区环卫保洁中心中央大街中队中队长莫森介绍，元旦假期期间，中央大街路边的垃圾箱，每半小时就要清运一次。周边9个中队抽调队员前来支援，共计150多名环卫队员轮流倒班，保障对中央大街区域进行24小时不间断保洁作业。

不仅是哈尔滨，整个黑龙江省都在强调改善旅游消费体验。

2023年12月，黑龙江省人民政府办公厅印发《黑龙江省释放旅游消费潜力推动旅游业高质量发展50条措施》。文件提出，要通过丰富生态旅游产品、改善旅游基础设施条件等措施，加大优质旅游产品和服务供给。通过提升航空、铁路、公路服务水平等措施，构建便捷高效、服务优质、安全有序的“快进”旅游客运服务体系。

黑龙江还在全省推出“文旅体验官”制度，在加大旅游市场监管力度上出实招，解决影响游客体验的重点问题，对涉旅住宿、旅游厕所、餐饮、交通、导游等可能存在的问题进行全面排查整治。何晶介绍，全省招募了380多名“文旅体验官”，专门到各个景区、民宿、购物商店进行体验，发现哪里有问题就整治到哪里，目前已解决了240余条问题。此外，黑龙江省还发放了好几万份调查问卷，询问游客不满意什么，总结梳理问题，逐一解决。

“我们要用最好的服务，换取游客再来的愿望，绝不让任何游客感到吃亏。”何晶表示，黑龙江省将持续提升服务质量，健全保障机制，让每一位游客玩得舒心、放心、安心。“我们用温暖的服务和热情的接待，来确保天冷心不冷，让每一位游客在这个冬季来大美龙江感受到不一样的温度。”

“咱哈尔滨人心真齐”

此次哈尔滨能火“出圈”，当地热情好客的普通市民，也是重要的参与者。

许多哈尔滨市民自发上街，当起了志愿者。

在中央大街、索菲亚教堂广场，一个个志愿者摊位上，摆放着热气腾腾的红糖姜茶，免费送给游客驱寒。在火车站、景区周边，不少志愿者在寒风中义务为游客指路，介绍景点信息。有游客结束旅行后，在社交媒体上表达感谢：“感谢这些市民志愿者，让我们在冬日里感受到哈尔滨人的如火热情。”“哈尔滨人的真诚、友善、热情，为这座城市增添了光彩。”

哈尔滨市民姚先生最近也多了一份新工作——开顺风车。不过，他的顺风车，免费。

“最近来哈尔滨的游客多了，出租车、网约车出现运力紧张的情况。作为一个哈尔滨人，我特别想为自己的城市作一些力所能及的贡献。”2023年12月底，姚先生和身边的同事、朋友出动了10多台私家车，组建了一支小小的爱心车队，免费接送游客。“我们原计划是开顺风车，遇到顺路的游客就免费拉一程。但是拉过一次后就‘上瘾’了，感觉特别自豪。后来大家都决定，每天晚上游客出行高峰时，都出来‘拉活’，去冰雪大世界、中央大街、极地馆等游客比较多的景点，一台车每天能免费运送二三十人。”姚先生把自己的经历发布到社交媒体上，结果又陆续收到了百余市民发来的私信，都说也想加入爱心车队，服务游客。这让姚先生也觉得很感动，“感受到了咱哈尔滨人心真齐”！

不少商家也行动起来，主动当起了城市推介官。

位于中央大街上的“老字号”马迭尔宾馆，从2023年12月中旬起，几乎一直处于满房状态。

“作为哈尔滨的一张旅游名片，我们宾馆每天分3场免费向住客讲解马迭尔宾馆历史和哈尔滨历史。很多客人了解到这些历史后，更喜欢我们这座有着鲜明文化特征的城市了，也更愿意带走一些富有哈尔滨文化特色的伴手礼。”马迭尔宾馆总经理助理邓一博说。

哈尔滨的很多酒店还对员工进行了统一培训，让员工都能熟知本地性价比高的景点路线、热门美食店铺等信息，以便随时为游客提供旅行建议。“在哈尔滨玩了8天，前几天按照自己提前准备的攻略玩，后面几天几乎都是听酒店的建议去玩，解锁了哈尔滨很多没那么知名的景点。”来自四川成都的游客马先生表示，因为是全家7口人出游，酒店工作人员给出的建议还充分考虑到了老人和孩子的需求，推荐的行程一点儿不累，让他们全家都玩得非常开心，“哈尔滨不仅景色美，人也格外热情”。

“网红城市”再上新，文旅消费潜力大

叶子

市”，无不有着自己的“独门秘籍”。在哈尔滨，多种多样的冰雪娱乐、独特的洗浴文化等，吸引了不少南方游客；在西安，5000多年文明史、3100多年建城史、1100多年建都史，便是这座古城的“金字招牌”；在淄博，“烤炉+小饼+蘸料”的烧烤“灵魂三件套”，放在全国烧烤界也是独树一帜……城市的特色，便是让游客决定踏上旅途的原始吸引力。

文旅融合，提升品质。如今，游客休闲方式正从走马观花式的“赶景点”，向在目的地深度游览、互动式

休闲转变。去哈尔滨中央大街上观赏鄂伦春族驯鹿表演、到甘肃博物馆带走一个“马踏飞燕”文创产品、在武汉观看一场《夜上黄鹤楼》行浸式光影演艺……这样的旅游不仅好玩，还带有浓浓的文化味儿。人们对文旅服务的品质要求越来越高，更期待通过多种方式体验旅游目的地传统文化、风土人情。这就要求，持续加大优质文旅产品供给，打造更加丰富的产品和服务矩阵，更好满足多样化、个性化、品质化的文旅消费需求。

做好服务，注重体验。从去年的淄博，到今年的哈尔滨，“宠粉”式揽客让人印象深刻。例如，为了接住这“泼天的富贵”，哈尔滨拿出了新意，也呈上了心意。机场快闪式迎宾，地铁站派发免费的景区摆渡票，广场上设置温暖驿站。游客想拍带月亮的雪景，当地就在圣索菲亚大教堂上空用无人机升起一轮圆圆的人造月亮。就连“不下馆子不洗澡，不开破车满街跑，要有游客来问路，还给免费当向导”的哈尔滨市民，也成了旅游体验的一部分。各地要抓住机会提升城市基建和景区建设等“硬设施”，也要把握机遇优化旅游业态、消费氛围等“软环境”，以真心、诚心待客。

用热情承接热度、将流量转化为存量、把“头回客”变成“回头客”、让“网红”城市晋级“长红”城市，相信文旅消费的潜力将充分释放，人民美好生活的需要将更好满足。

“饭店里冻梨摆盘”“中央大街铺上地毯”“尔滨，你让我感到陌生”……频频登上热搜的话题显示：2024年，第一个出圈的“网红城市”非哈尔滨莫属。从因烧烤红极一时的山东淄博，到有着大唐不夜城的陕西西安，再到聚集汉服小姐姐的河南洛阳……一波又一波的“网红城市”上新，折射出居高不下的文旅消费热度。

中央经济工作会议指出，积极培育智能家居、文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点。近年来，我国文旅消费动能持续释放，为文旅产业发展提供了无限机遇。各地也不妨从不断上新的“网红城市”现象，找找文旅消费的全新趋势，把握引客留客的“流量密码”，充分挖掘潜力，真正让文旅旅游成为新的消费增长点。

依托特色，打造亮点。细数登上热点的“网红城