

“尔滨”不是一夜爆红 它那么努力

雪花照常飘落,却带着不同的温度。随着最新一波寒流带来的降雪,今冬从哈尔滨开始的冰雪热潮势头不减,持续升温。“尔滨”火了,火到连姓氏都不需要了。寒假开始后,连北京到哈尔滨的高铁票都紧俏了。为什么是哈尔滨?为什么火在今冬?它能一直火吗?业内人士认为,“尔滨”并非一夜爆红,而是冰雪底蕴厚积薄发;未来可利用2025年亚冬会契机,进一步做好冰雪文章,打响国际知名度,变“网红”为“国际红”。



老照片:冰雪底蕴近百年

2023年2月,来自全国各地的冰雪专家围绕一张照片展开了热烈讨论。照片里一位脚蹬雪板的滑雪者站在坡陡开阔的雪场上,拍摄时间为1930年,地点在哈尔滨,向人们讲述着近百年前哈尔滨的滑雪盛景,也展示着这座东北重镇悠久的冰雪底蕴。

有关资料记载,中国近代滑雪运动开始于20世纪初,彼时位于哈尔滨的中东铁路沿线修建了多个滑雪场,滑雪成为生活在那里的人们冬季重要的娱乐活动。

不仅是滑雪,20世纪初,哈尔滨城区内便修建了滑冰场。1953年,哈尔滨举办了首届全国冰上运动会,而从1959年起,它更是举办了十三届全国冬季运动会中的五届,是举办全国冬运会最多的城市。特别是1996年亚洲冬季运动会、2009年世界大学生冬季运动会的举办,让亚布力等滑雪胜地声名鹊起,也吸引越来越多的人来哈尔滨体验冰雪运动。

20世纪60年代,哈尔滨兆麟公园内开始举行冰灯游园会,很快成为哈尔滨市民冬季的主要游玩去处。此后,哈尔滨冰灯成为冬季不可或缺的元素,一批批冰雕雪塑艺术工作者也如雨后春笋般涌现。

1999年,第一届哈尔滨冰雪大世界在松花江上拔地而起。从那以后,冰雪运动、冰雪艺术连同异域风情的建筑和美食将哈尔滨送上每年冬季旅游热门目的地行列,直至今日。

谈到为何去哈尔滨,湖北游客黄芳说:“南方人见雪少,特别想感受冰天雪地的氛围。而一谈起冰雪,似乎第一个想到的城市就是哈尔滨了。”

安徽省阜阳市太和县的金贝嘉幼儿园老师宋子怡近期刚和同事带着16个幼儿园小朋友去过哈尔滨。她的解释是:“我小时候哈尔滨就很有名啊,哈尔滨就是北国风光的代表,想带小朋友去看看。”

“哈尔滨的冰雪是有历史积淀的,是一代代的传承和积累,才有今天厚重的冰雪旅游资源,所以今年的火爆不是偶然。”原哈尔滨冰灯艺术博览中心开发部部长谭景欣说。

冰雪之外,拜占庭风格的圣·索菲亚大教堂、号称“亚洲第一街”的中央大街、量大不贵的东北菜……这是历史留给哈尔滨的底气。

“其实我们已经做了一年的准备。”黑龙江省文化和旅游厅厅长何晶说,2023年他们不仅开展夏冬两季的旅游“百日行动”,还策划了很多高流量的IP,并与文旅博主合作。

去年11月几场大雪后,2023-2024年哈尔滨冰雪季在亚布力滑雪旅游度假区启幕。开幕式上,哈尔滨市文化广电和旅游局局长王洪新表示,哈尔滨要大力发展特色文化旅游,把发展冰雪经济作为新增长点。

伴雪而来的还有网上炫酷的旅游宣传片。“我姓哈,啍啊哈,五湖四海谁都夸。”“哈利波特的哈,是哈尔滨的哈。”官方账号联动知名博主和普通网友,用创意为哈尔滨冬季旅游赋能。

“网红”常有,热度易散,如何变身“长红”,防止“退烧”?业内人士认为,明年亚冬会和“体育+”或可成为抓手。

如今许多游客结束在哈尔滨城区的游玩后,往往下一站就赶赴亚布力。福建游客翟敏元旦期间就是如此,她在亚布力首次体验了滑雪,滑完还泡了个温泉。“早就听说这里的雪道好,到这一看,这雪道都修到天上去了,太壮观了。”

这座因1996年亚冬会而声名远扬的老牌滑雪胜地,是黑龙江冰雪旅游产业高质量发展的重要支点,今冬以来至1月15日已累计接待游客近50万人次,仅元旦期间的总收入就达1794万元,同比2019年增长140%。

近日,滑雪胜地瑞士的国家旅游局局长喊话哈尔滨,“我姓

新气象:今冬因何大爆发

随着不断更新的南方“小土豆”等网络段子,“尔滨”口碑不断攀升,也增强了有关部门的信心,市民争相提供免费接送车、机场增设更衣室、公交车蹦迪、地铁免费摆渡票和免费接驳大巴……“尔滨”不断整活,服务不断升级。

何晶说,大教堂上空的人造月亮、切开摆盘的冻梨,都是主打一个“听劝”。王洪新说:“一堵墙不过夜,我们紧盯游客评论和需求,出现问题就马上解决问题。”

获得2025年亚冬会举办权,给了哈尔滨更多“体育+”的灵感。本届冰雪大世界就以“龙腾冰雪 逐梦亚冬”为主题,园区内建有滑雪、滑冰、冰壶、冰球等多个运动项目的雪雕,500米大滑梯

之外,还有滑雪场、滑冰场供游客体验风驰电掣的冰雪运动之乐。

在冰封的松花江面上,“大众速滑赛”“趣味运动会”等为亚冬会预热的赏冰乐雪系列活动,冰壶、冰球、冰盘、雪地足球等娱乐项目让游客直呼过瘾。体验完雪地漂移后,广东游客艾刚峒又和素不相识的游人进行了雪地拔河比赛。

体育咨询机构关键之道创始人张庆认为,相关政府部门能针对游客意见,及时快速在供给侧做出调整特别重要,“把服务落到细处、实处”。在社交媒体助推下,游客和当地政府之间、游客和本地居民之间的良好互动演变为一场互联网上的社交狂欢,进而吸引了更多流量和更多游客。

亚冬会:或许变“国际红”

瑞”“我姓哈”的互动传为佳话。王洪新回应,两地有相似的纬度和冰雪资源,希望未来能有更多合作。

1996年,亚冬会让亚洲乃至世界认识了哈尔滨和亚布力;今冬,冰雪热让“尔滨”火到了国外;2025年,亚冬会将回到哈尔滨,“冰城”有望借机进一步提升国际影响力,从“网红”变“国际红”。

“以筹办2025年亚冬会为契机,哈尔滨将推动建设一批冰雪运动设施,鼓励社会力量兴办冰雪活动场所,彰显‘奥运冠军之城’的特色与风采。”哈尔滨市体育局副局长董兴旺说。

王洪新表示,哈尔滨目前拥有超大室内滑雪场、十座冰上运动气膜馆,是丰富旅游产品、实现文体旅融合发展的有力支撑,“而

亚冬会无疑将进一步提升城市能级,加速城市国际化进程”。

随着“尔滨”热,“不是欧洲去不起,而是哈尔滨更有性价比”成为流行语。张庆认为,哈尔滨应尽早针对亚冬会进行策划和造势,让世界各地客人充分领略到“冰城”魅力和性价比优势,为哈尔滨进一步开拓冰雪旅游国际市场,寻觅冰雪产业跨国合作机遇。

此外,专家表示,诚实守信是旅游市场的“必杀技”,从哈尔滨真心换真心的例子可看出,未来进一步规范旅游市场、提供多样化旅游产品,巩固今冬的好口碑是关键。同时,也应有序引导旅游流量到相邻地区,产生辐射效应,促进全域受益。

据新华社哈尔滨1月25日电