

从哈尔滨文旅脱颖而出 看在地文化如何在地发展

作者：申 婕

电话：010-88053660

邮箱：shenjie01@xinhua.org

编辑：张 威

审核：张 骐

官方网站：www.cnfic.com

客服热线：400-6123115



开年以来，文旅行业在哈尔滨国际冰雪节的带动下，呈现一片繁荣景象和勃兴态势。哈尔滨凭借其独特的在地冰雪旅游产品，提供沉浸式、场景式的文化旅游体验，吸引游客与当地深度融合共鸣，展现出前所未有的吸引力和创新力。冰雪旅游的火热出圈是哈尔滨举全城之力精心谋划的结果，利用在地文化，凸显城市标识，让在地文化“在地”生根发芽，实现城乡稳定高质量发展才是其真正目的，也是区域文旅经济发展长久之计。

目录

一、明确目标定位 抢抓即时机遇.....	3
二、开发地域资源 体现当地风情.....	4
三、整合创新机制 形成产业集群.....	4

从哈尔滨文旅脱颖而出 看在地文化如何在地发展

开年以来，文旅行业在哈尔滨国际冰雪节的带动下，呈现一片繁荣景象和勃兴态势，成为大众目之所及最火爆、最内卷的行业。“冰城夏都”哈尔滨凭借其独特的在地冰雪旅游产品，提供场景式、沉浸式、引游客与当地民众深度融合共鸣的文化旅游体验，展现出前所未有的吸引力和创新力，刷新了历史记录，成为了行业标杆。冰雪旅游的火热出圈是哈尔滨举全城之力精心谋划的结果，利用在地文化，凸显城市标识，让在地文化“在地”生根发芽，实现城乡稳定高质量发展才是其真正目的，也是区域文旅经济发展长久之计。

一、明确目标定位 抢抓即时机遇

厚植冰雪优势，释放冰雪红利。哈尔滨市依托当地冰雪资源，对冰雪产业进行了整体规划，目标到2025年要建设一批冰雪旅游度假地和冰雪运动基地，培育形成一批具有国际竞争力的冰雪企业和知名品牌，冰雪产业总产值达到750亿元；到2030年，冰雪产业总产值要突破1500亿元。

在冰雪季到来之前，哈尔滨和黑龙江文旅部门就已经提前布局，到北京、广州、重庆等大城市进行宣传推广，并在网络社交媒体、旅游体验设计方面给外地的游客做足了心理预期。仅元旦假期短短3天，哈尔滨冰雪旅游总收入就达59.14亿元。1月1日至14日，哈尔滨机场完成旅客吞吐量98.7万人次，同比增长55.1%。在地旅游火爆致旅游市场相关经营主体的注册登记数量大幅增加，据哈尔滨市市场监管局统计数据显示，1月1日至15日，市内新登记经营范围中含“旅游、住宿和餐饮”的市场主体927户，同比增长161.86%。根据携程发布的《2024春节旅游市场预测报告》显示，哈尔滨旅游热度从元旦延续至春节假期，春节期间哈尔滨旅游预订订单同比增长超14倍，超全国增速两倍。面对较大客流量，哈尔滨筹备工作充分，反应准确迅速，配套设施完善，接待能力较高，显然具备了承接如此流量的实力。长远来看，也为2025年亚冬会的举办提前打实基础，预埋潜在流量。

面对舆论流量来袭，从最初不计较票务得失、文旅部领导现场办公、低姿态高效率处理问题，到不断为游客提升服务体验，哈尔滨步步做法都在传递城市温暖，优化当地旅游市场。从人造月亮、土豆大棚、摆盘冻梨、飞马踏冰等各种创意服务，种种有求必应且让人舒服暖心的宠粉举动，让这个城市成为了今年冬天的顶流，城市整体形象有了翻天覆地的变化。“哈尔滨冰雪节”最早创立于1985年，是在当地每年冬季传统的冰灯游园会基础上创办的，2001年与黑龙江国际滑雪节合并，更名为“中国哈尔滨国际冰雪节”。每年哈尔滨都要为冰雪节投入巨资，为游客展示众多只有两三个月生命期的冰雕、雪雕景观。在固定地点的季节性产品投入，更需要抓住即时机遇，最大限度地提升热度吸引更多游客关注前来，并持续做好品牌口碑，让民众一到冬天就能联想到哈尔滨冰雪文化。变成品牌IP，形成消费习惯，产生路径依赖，为每年冬天东北地区的冰雪旅游做好铺垫，带动冰雪

产业经济可持续扩大发展。

二、开发地域资源 体现当地风情

不仅仅局限于旅游，哈尔滨以冰雪为锚点，以冰雪经济融合全域，带动整个城市的全面发展，致力于成为一个集冰雪文化旅游体育名城、冰雪文化体验和传承地、国内冬季旅游首选地、国际冰雪经济示范地于一体的冰雪文化之都。通过彰显城市风貌，体现人文风采，开发地域资源，体现当地风情，更好满足市民和游客多元化、多层次、品质化的消费需求，激发消费市场更大潜力，最终使其成为城市复兴、经济增长与文化创新的新引擎。

在地文化发展需要特色化、当地化、品牌化，同当地具体实际相结合，同在地优秀文化相结合。从哈尔滨案例来看，其将自然旅游资源、冰雪相关产业和当地人文文化结合，以冰雪文化旅游经济带动整个地域产业经济发展。为推进寒地冰雪经济加快发展，探索“冰雪旅游+美食”、“冰雪旅游+温泉”、“冰雪旅游+民俗”、“冰雪旅游+亲子”、“冰雪旅游+购物”、“冰雪旅游+运动”、“冰雪旅游+研学”等新业态，打造一批新品牌，从而真正形成冰雪竞赛表演及教育培训、冰雪文化、冰雪装备、冰雪旅游、冰雪产业的全产业链条。

中国旅游研究院日前发布《2024中国冰雪旅游发展报告》指出，在政策红利、需求释放和产品创新等因素激励下，2023—2024冰雪季全国冰雪休闲旅游人数有望首次超过4亿人次，冰雪休闲旅游收入有望达到5500亿元。在调查中，66.2%被调查者希望在2023—2024冰雪季体验冰雪休闲旅游活动，其中，42%被调查者希望能够进行远距离的冰雪休闲、冰雪旅游。冰雪旅游发展呈现出自由行增长迅猛，团队游小团化和碎片化成新趋势，80后、90后为主力，近悦远来、南客北上成为新结构。更沉浸式的在地体验感、更深层次的产业融合、更多的产品创新、更高的品质分享、更广泛的大众参与、更有温度的人文文化氛围，正在成为中国冰雪旅游发展的新趋势。开发地域资源，体现当地风情，提升城市吸引力，培育壮大冰雪产业，让冰天雪地成为群众致富、乡村振兴的“金山银山”。

三、整合创新机制 形成产业集群

当地政府及相关部门强化顶层设计，密集出台规划、方案、政策和措施，积极扶持冰雪旅游项目主体，对冰雪旅游发展愿景和目标进行精心设计和周密擘画。从黑龙江省到哈尔滨市，早早就开始为扭转当地文旅业的一些顽疾，做出了制度性的改革。

黑龙江建立省级“旅游联席会议机制”，由省长牵头，省委宣传部长和主管副省长召集，统筹全部涉及旅游的部门。文旅部门联合交通部门打击黑车，联合商务部门推出促销活动，联合市场监管部门查处宰客行为，联合教育部门开展游学活动。

哈尔滨设立“先行赔付”的机制，在游客和商家发生纠纷时，由政府出面先行垫付，后再调查具体情况。哈尔滨还把国有文旅资源整合，成立文旅投资集团，把冰雪大世界、太阳岛、大教堂、亚布力滑雪场等热门项目统一整合管理，整体策划。努力改善消费环境，通过信函回应游客，组建高效服务保障专班，倡导住宿餐饮购物等行业诚信经营，强化对景区、宾馆、饭店、出租车等重点部位和重点环节管控约束，组织动员志愿者义务服务、竭诚奉献。在很大程度上摒弃了传统的陈陈相因的旅游发展路径，为创造性发展以冰雪旅游为主体的接触型服务业探索出一条新路。

哈尔滨冰雪经济的成功充分说明，让在地文化“在地”生根发芽，需打破陈旧观念与僵化体制、整合创新机制，利用区域优势、明确城市目标定位、把握重点及时抢抓各种流量机遇，持续开发具有当地风土人情的特色旅游资源，形成相对规模的产业集群效应，给游客带来深度沉浸式在地文化体验。

重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整，不对外公开发布，仅供接收客户参考。未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。